

U. 74922



**ANKIETA POCZTOWA
I WYWIAD
KWESTIONARIUSZOWY**



FRANCISZEK SZTABIŃSKI

WYDAWNICTWO IFIS PAN



INSTYTUT
FILOZOFII
I SOCJOLOGII
POLSKIEJ
AKADEMII
NAUK

<http://rcin.org.pl/ifis>

**ANKIETA POCZTOWA
I WYWIAD
KWESTIONARIUSZOWY**

FRANCISZEK SZTABIŃSKI

**ANKIETA POCZTOWA
I WYWIAD
KWESTIONARIUSZOWY**

WYDAWNICTWO IFiS PAN
WARSZAWA 1997

<http://rcin.org.pl/ifis>



U. 74922



D
2.3.98
A 10/98
U W

Pamięci Profesora Jana Lutyńskiego poświęcam

<http://rcin.org.pl/ifis>

*Gdy rzeźbi się postać, nie można cały czas
siedzieć w jednym miejscu,
należy patrzeć z każdej strony, z oddali,
z bliska, z góry, od dołu,
ze wszystkich kierunków*

Montesquieu

Od autora

Praca nawiązuje do rozprawy doktorskiej przygotowanej w Zakładzie Metodologii Badań Socjologicznych IFiS PAN w Łodzi w 1987 r. pod kierunkiem doc. dr Krystyny Lutyńskiej. W jej obecnej postaci zrezygnowano jednak ze szczegółowych rozważań poświęconych analizie procesów psychicznych związanych z generowaniem wypowiedzi w sytuacji wywiadu i ankiety. Wzbogacono natomiast część drugą, poświęconą empirycznym analizom wyników procesu komunikowania w ankiecie. Część trzecia z kolei zawiera rozważania nie będące przedmiotem rozprawy doktorskiej i w tym sensie są one „nowe” (bazują przede wszystkim na doświadczeniach związanych z realizacją wielu badań terenowych).

Przygotowując tę pracę spotkałem się z pomocą i życzliwością bardzo wielu osób. Wszystkim należą się podziękowania, przede wszystkim Krystynie Lutyńskiej, która przekazała mi swoje uwagi do pierwszej wersji (powstałej w 1989 r.) oraz Henrykowi Domańskiemu, który poddał mi myśl o przygotowaniu wersji „uaktualnionej”. Dziękuję także recenzentom: Krystynie Lutyńskiej i Andrzejowi Sicińskiemu, a także Kazimierzowi M. Słomczyńskiemu i Henrykowi Domańskiemu za udostępnienie materiałów z badań „Aktualne sprawy kraju” oraz bratu – Pawłowi B. Sztabińskiemu – z badań „Co myślimy o ankieterach?”. Dziękuję także moim Najbliższym, którzy w miarę swoich możliwości pomagali mi w przygotowaniu niniejszej pracy.

Wstęp

*Chaos jest prawem natury,
porządek jest marzeniem człowieka*
H. Adams

Jednym z „dogmatów” socjologii empirycznej jest twierdzenie o braku „uniwersalnej” procedury badawczej. Związany jest on z tym, iż każda z technik ze względu na swoje immanentne cechy posiada pewne „ograniczenia”. Wysuwa się zatem postulat konieczności doboru procedur z punktu widzenia ich adekwatności metodologicznej, psychologicznej i socjologicznej adekwatności (Słomczyński 1968b; Wejland 1983a). Choć teza ogólnie jest akceptowana, mniej lub bardziej otwarcie wartościuje się poszczególne procedury; również praktyka badawcza zdaje się jej przeczyć, o czym świadczy dominacja wywiadu kwestionariuszowego. Już w połowie lat osiemdziesiątych mówiło się o „hipertrofii” wywiadu, który stał się typową formą uprawiania socjologii (Sułek 1985). Przeobrażenia społeczno-polityczne zapoczątkowane w 1989 roku przyniosły w tym zakresie dość istotne zmiany; o ile do tej pory była mowa o „hipertrofii” badań, to obecnie, w związku z gwałtownym wzrostem liczby ośrodków badawczych, należałoby chyba mówić o „super-hipertrofii”.

Czy należy więc zrezygnować z wywiadu kwestionariuszowego jako techniki badawczej? Z pewnością nie, aczkolwiek zbyt często zapomina się, iż nie jest on jedyną procedurą surveyową. Obok wywiadu wskazać można przecież wiele innych standaryzowanych technik badawczych opartych na wzajemnym komunikowaniu, których zakres stosowalności jest bez mała analogiczny. Wspomnieć należy choćby o wywiadzie telefonicznym, różnego typu ankietach: audytoryjnej, prasowej, pocztowej, pod kontrolą itp. Wszystkie te procedury pozwalają prowadzić badania o charakterze masowym, w których uzyskujemy informacje na ten sam temat od bardzo wielu jednostek, dzięki czemu przy weryfikacji hipotez możliwe jest wykorzystanie analiz statystycznych. Co zatem decyduje, iż niektóre z nich (a właściwie tylko jedna – wywiad kwestionariuszowy) są powszechnie akceptowane, inne natomiast uznawane za mniej wartościowe?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, musimy zdać sobie sprawę ze specyfiki formy komunikowania i charakteru kontaktu badawczego w przypadku poszczególnych procedur surveyowych.

Jeśli przyjmiemy, że w wywiadzie kwestionariuszowym informacje uzyskuje się w sposób bezpośredni (w drodze komunikacji ustnej), na podstawie kwestionariusza, od indywidualnego respondenta i w obecności ankietera, wtedy możemy dostrzec podstawowe różnice między poszczególnymi procedurami surveyowymi. W uproszczeniu odmienności te można przedstawić następująco:

Zestawienie 1. Wywiad kwestionariuszowy a inne procedury surveyowe

Procedury surveyowe	Wywiad kwestionariuszowy			
	komunikacja ustna	standaryzacja przekazu	indywidualny respondenta	obecność ankietera
Wywiad kwestionariuszowy	+	+	+	+
Wywiad telefoniczny	+	+	+	-
Ankieta pocztowa	-	+	+	-
Ankieta prasowa	-	+	+	-
Ankieta rozdawana	-	+	+	+/-
Ankieta roznoszona	-	+	+	+/-
Ankieta telefoniczna	+/-	+	+	-
Ankieta radiowa	+/-	+	+	-
Ankieta telewizyjna	+/-	+	+	-
Ankieta pod kontrolą	-	+	+	+
Ankieta audytoryjna	+/-	+	+/-	+

Uwaga: symbol „+” oznacza, iż procedura charakteryzuje się daną cechą; symbol „+/-” oznacza, iż charakteryzuje się ona daną cechą częściowo; symbol „-” oznacza natomiast, iż dana cecha nie jest właściwa danej procedurze.

Pierwsza ze wskazanych cech – komunikacja ustna – jest wspólna wywiadowi kwestionariuszowemu i telefonicznemu. Oznacza to, iż w tych procedurach interakcja między badaczem a badanym przyjmuje wyłącznie postać komunikacji ustnej, a więc pytania docierają do respondenta w formie bezpośredniej i w takiej samej formie jego odpowiedzi – do ankietera. W przypadku niektórych rodzajów ankiet (telefoniczna, radiowa, audytoryjna itp.) przekaz badacza ma formę ustną, badanego natomiast – pisemną (komunikacja ma więc charakter „mieszany”). Z kolei w ankietach innego rodzaju (pocztowej, prasowej, rozdawanej i indywidualnej pod kontrolą) mamy do czynienia wyłącznie z pośrednią komunikacją; wymieniane między badaczem i badanym przekazy mają formę pisemną.

„Standaryzacja przekazów” jest natomiast charakterystyczna dla wszystkich rodzajów ankiet oraz wywiadów. Jest więc cechą wspólną dla wszystkich procedur surveyowych.

Dwie ostatnie cechy – „indywidualny respondent” i „obecność ankietera” – charakteryzują sytuację badania oraz układ ról między badaczem i badanym. Biorąc bowiem pod uwagę psychologiczne mechanizmy generowania wypowiedzi, z pewnością nie bez znaczenia jest sama obecność innych członków grupy (ankieta audytoryjna), a tym bardziej ewentualne ich wypowiedzi. Sytuacja ta jest z kolei diametralnie odmienna od tych, w których wypowiedzi są generowane „indywidualnie”, ale w obecności ankietera (wywiad kwestionariuszowy, ankieta indywidualna pod kontrolą), i tych, w których brak jest bezpośredniego kontaktu z ankieterem (wywiad telefoniczny, ankieta pocztowa, prasowa, radiowa itp.). Cechy te pozwalają zatem na wyróżnienie dwóch przeciwstawnych sytuacji: takiej, w której nie występuje kontakt naoczny między badaczem i badanym, oraz takiej, w której dzięki naocznemu kontaktowi i „indywidualizacji respondenta” możliwa jest kontrola uczestnictwa badanego w procesie powstawania materiałów. Między tymi dwoma krańcami znajdują się te sytuacje, w których możliwa jest naoczna kontrola procesu uzyskiwania informacji (jednakże bez możliwości kontroli uczestnictwa indywidualnego respondenta – np. ankieta audytoryjna) oraz te, w których występuje co prawda kontakt naoczny, ale nie zapewnia on możliwości kontroli procesu uzyskiwania informacji, a tym bardziej kontroli uczestnictwa respondenta (np. ankieta roznoszona – w której kwestionariusz jest wyłącznie doręczany respondentowi bezpośrednio przez ankietera i przez niego odbierany lub odsyłany pocztą – jak ma to miejsce w przypadku ankiety rozdawanej).

Analizując różne procedury badawcze ze względu na wskazane powyżej kryteria, zauważyć można, iż jedynie dwie – ankieta prasowa i ankieta pocztowa – znacznie różnią się od wywiadu kwestionariuszowego. Pierwsza z nich różni się od niego dodatkowo zakresem stosowalności: nie może być wykorzystana w badaniach opartych na próbach losowych (przy jej zastosowaniu można jedynie badać populację czytelników danego pisma). Ankieta pocztowa jest zatem tą procedurą, która, z jednej strony, jest różna od wywiadu kwestionariuszowego, a z drugiej (biorąc pod uwagę potencjalne możliwości jej wykorzystania) – podobna. Innym względem, który przemawia za tym, aby poświęcić właśnie tej technice nieco więcej uwagi, jest to, że większość rodzajów ankiet (z wyjątkiem audytoryjnej i pod kontrolą) w fazie dystrybucji lub zwrotu przekazów charakteryzuje się kontaktem pośrednim – pocztowym. Ankieta pocztowa jest więc tą, w której ogniskują się niektóre cechy innych technik ankietowych.

W praktyce ankietę pocztową stosuje się jednak niezmiernie rzadko i traktuje często jako „namiastkę” wywiadu kwestionariuszowego. Motywuje się to tym, że w ankiecie pocztowej uzyskuje się z reguły niski odsetek zwrotów (na próbach ogólnych – w granicach 10–20%), co powoduje brak reprezentatywności i w efekcie tendencyjność wyników; zebrane materiały są niskiej jakości (wysoki odsetek braków danych przy poszczególnych pytaniach, skrótowe, niejasne odpowiedzi itd.). W rezultacie, wśród znaczącej części

badaczy panuje przekonanie, iż jest to procedura mało przydatna. O ile „dopuszcza się” jej wykorzystywanie w badaniach marketingowych, komercyjnych (między innymi ze względu na małą złożoność problematyki), to z pewnością nie może ona być stosowana w badaniach o charakterze naukowym.

Biorąc jednak pod uwagę pewne cechy wywiadu kwestionariuszowego i mogące z nich wypływać zagrożenia dla wartości danych, a także aktualny kontekst społeczny tego typu badań, wydaje się, iż tezę o niskiej użyteczności ankiety pocztowej należałoby ponownie przeanalizować (Sztabiński, Sztabiński 1994a). Musimy więc zastanowić się, czy w rzeczywistości ankieta jest aż tak „zła”, a wywiad aż tak „dobry”? Czy faktycznie, w porównaniu z wywiadem, zastosowanie ankiety przynosi więcej „strat” niż „zysków”?

W literaturze zachodniej, szczególnie amerykańskiej, jest wiele prac próbujących odpowiedzieć na to pytanie (Dillman 1978; Frey 1983; Hochstim 1967; Siemiatycki 1979). James H. Frey (1983) porównuje ankietę pocztową, wywiad kwestionariuszowy oraz wywiad telefoniczny ze względu na 22 kryteria (kosztowność, czas realizacji, odsetek realizacji próby, możliwość sondowania itd.), oceniając następnie każdą z procedur na 4-punktowej skali: od (1) „podstawowa zaleta” do (4) „podstawowa wada”.

Kryteria, według których Frey ocenia poszczególne techniki, nie są oczywiście jedynymi możliwymi (nieco szerzej omówię je w rozdziale 3 części 1.). Don A. Dillman (1978) porównuje te same trzy procedury według 24 kryteriów. W swojej analizie pomija niektóre ze stosowanych przez Freya (np. możliwość badania elit, możliwość wykorzystania materiałów wizualnych), inne zaś „uszczegóławia” (np. bierze pod uwagę jednostkowe koszty badania oraz wzrost kosztów badania w zależności od geograficznego zasięgu próby).

Tego typu „rankingi” różnych technik są bez wątpienia potrzebne, ale jednocześnie bardzo ryzykowne. Potrzebne, ponieważ dają ogólną charakterystykę analizowanych procedur, możliwości ich wykorzystania i pewnych ograniczeń. Ryzykowne, ponieważ rozważania takie są wycinkowe i często bazują na wynikach mniej lub bardziej przypadkowo dobranych badań, zazwyczaj nieporównywalnych ze względu na rodzaj próby, przedmiot badania itd. Stąd też, przy wyborze procedury badawczej należy podchodzić z rezerwą do tego typu „podsumowań” i pamiętać, że powodzenie badań zależy nie od pojedynczych charakterystyk danej techniki czy ich kombinacji, lecz przyjętej strategii badawczej. To z kolei oznacza konieczność całościowego spojrzenia na projekt badań pod kątem metodologicznej, psychologicznej i społecznej adekwatności wybranej procedury. I wreszcie ostatnia, ale nie najmniej ważna sprawa: nie możemy zapominać o zróżnicowaniu poziomu akulturacji poszczególnych technik i w ogóle badań surveyowych w różnych krajach. Nie możemy więc mechanicznie przenosić wyników wspomnianych „rankingów” (tworzonych w większości przypadków w warunkach amerykańskich) bez uwzględnienia własnej wiedzy, doświadczeń oraz specyfiki kulturowej badanej zbiorowości.

Dlatego też, biorąc pod uwagę sformułowane zastrzeżenia, porównując ankietę pocztową i wywiad kwestionariuszowy przyjmujemy nieco inną optykę. Punktem wyjścia rozważań będzie bowiem proces zbierania informacji przy zastosowaniu ankiety i wywiadu, rozumiany jako proces komunikowania się. Dopiero potem analizować będą konkretne rezultaty zastosowania obu tych procedur. Interesuje mnie zatem stosunkowo szeroki zakres problematyki – chcę bowiem przeanalizować cały proces zbierania materiałów w ankiecie, a także uzyskane materiały, a następnie wyniki analiz odnieść do analogicznych, których przedmiotem będzie wywiad kwestionariuszowy. Wreszcie, na podstawie sformułowanych wniosków zastanowię się, jak przygotować i prowadzić badania przy zastosowaniu ankiety pocztowej.

Pierwszą część książki poświęcę zatem rozważaniom teoretycznym o charakterze opisowym. Traktując proces badawczy jako szczególny przypadek procesu komunikacji badacza z respondentem, zastanowię się, jakimi cechami charakteryzuje się on w ankiecie pocztowej i które z tych cech są specyficzne, właściwe wyłącznie ankiecie, a które wspólne dla niej i wywiadu kwestionariuszowego. Analizy te przeprowadzę na podstawie schematu, wykorzystując koncepcję komunikowania się W. Schramma, a jednocześnie, w pewnym zakresie, aparat pojęciowy wypracowany przez J. Lutyńskiego. Uwzględnię tu przede wszystkim następujące aspekty różnicujące ankietę i wywiad: formę i charakter wymienianych przekazów, formę kontaktu oraz role uczestników interakcji.

W części drugiej spróbuję odpowiedzieć na pytanie czy i na ile określona forma komunikowania, tzn. komunikacja pisemna (ankieta) i komunikacja ustna (wywiad), wpływa na przebieg procesu badawczego i uzyskiwane rezultaty. Przedstawione analizy staną się więc empiryczną ilustracją teoretycznych rozważań zawartych w części 1. Dokonam zatem najpierw oceny prawidłowości przebiegu rzeczywistego procesu komunikowania się w ankiecie i wywiadzie. Uczynię to na podstawie analizy przebiegów kontaktowania się badacza z respondentem oraz analizy przebiegów procesu interogacji. Pierwsza pozwoli sformułować wnioski dotyczące wielkości (liczebności) i faktycznej reprezentatywności prób zrealizowanych w ankiecie i wywiadzie; druga – wnioski dotyczące poprawności wypełnienia kwestionariuszy (ankiet i wywiadów) i ich wewnętrznej kompletności.

Aby określić wpływ formy komunikowania na uzyskiwane rezultaty informacyjne dokonam oceny porównawczej odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie w aspekcie istotności i wiarygodności. Przedmiotem analizy pierwszego typu będzie stopień zgodności odpowiedzi respondenta z zadaniem postawionym w pytaniu; przedmiotem drugiej – ich „prawdziwość”, określona na podstawie porównania tendencji występujących w rozkładach odpowiedzi na te same pytania w ankiecie i wywiadzie.

Część 3 z kolei jest poświęcona problemom poprawnego przygotowania i realizacji badań z zastosowaniem ankiety pocztowej. Bazując na ustaleniach

i rozważaniach zawartych w częściach poprzednich, ukazujących „słabe ogniwa” łańcucha komunikacyjnego, spróbuję odpowiedzieć na pytanie, co zrobić, aby „ulepszyć” i zminimalizować pewne ograniczenia ankiety pocztowej, związane przede wszystkim z formą kontaktu między badaczem i respondentem (część ta ma zatem w dużym stopniu charakter podręcznikowy).

Zgodnie z ustaleniami w części 1, przyjąłem, iż ankieta pocztowa jest określonego typu sytuacją komunikacyjną, którą można świadomie modelować. „Modelowanie” to nie może jednak być przypadkowe. Każdy zabieg musi być podporządkowany określonej idei. Tutaj będzie to idea Dona A. Dillmana – „całościowego” spojrzenia na ankietę w kategoriach „teorii wymiany społecznej” oraz postulat „humanizacji” procesu badawczego wysunięty przez Z. Gostkowskiego. Konieczne bowiem wydaje się uwzględnienie specyfiki przedmiotu owej wymiany, a więc tego, iż mamy do czynienia z przekazami językowymi. Chcąc zatem „modelować” sytuację komunikacyjną musimy tak przygotować narzędzie badawcze, aby jednocześnie spełniało zapotrzebowanie badawcze i było „dostosowane” do respondentów. Stwarza to dużą szansę – niestety, nie pewność – powodzenia przedsięwzięcia badawczego.

Książka ta spełniać ma zatem dwa cele: metodologiczny oraz praktyczny. Pierwszy z nich – to opis i charakterystyka procesu komunikowania się w ankiecie i wywiadzie, a także ocena prawidłowości ich przebiegu oraz wartości uzyskanych rezultatów. Przy czym nie chodzi o stwierdzenie, która z dwóch procedur jest lepsza, lecz wskazanie ich ograniczeń, a co za tym idzie – konieczności ich wyboru wyłącznie ze względu na problem badawczy, badaną zbiorowość, czas realizacji posiadane środki itp. Drugim celem jest prezentacja – na podstawie literatury i własnych doświadczeń badawczych, propozycji rozstrzygnąć podstawowych dylematów związanych ze stosowaniem ankiety pocztowej. Nie oznacza to jednak, że lektura podręcznikowej części książki wystarczy, aby poprawnie przygotować i zrealizować badanie ankietowe; sukces można osiągnąć dopiero wtedy, gdy zrozumie się specyfikę i odmienność dialogu „na odległość”. Wydaje się zatem, iż adresatem tej pracy jest w tym samym stopniu badacz-metodolog i badacz-empiryk.

Prezentowana praca z pewnością posiada pewne ograniczenia: dotyczą one nie tylko zakresu postawionych problemów, ale także sposobu ich rozwiązania. Po pierwsze, zajmujemy się wyłącznie zastosowaniami ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego w tzw. badaniach akademickich, nie zaś badaniach opinii i badaniach rynkowych (stąd, np. zasadniczo pomijamy problem gratyfikacji dla respondentów). Jest to oczywiście zawężenie, niemniej jednak wydaje się, iż pewne wnioski płynące z rozważań dotyczyć mogą badań innego typu niż akademickie.

Po drugie, jak wspomniałem, pierwsza wersja pracy powstała w 1989 r., w związku z czym można by określić ją jako „historyczną”. Na taki jej

charakter wskazują także analizowane badania (wszystkie, z wyjątkiem jednego, były realizowane w latach 1981, 1982 i 1988). Biorąc jednakże pod uwagę metodologiczne cele analiz, ograniczenie to nie ma istotnego znaczenia. Poza tym, późniejsze doświadczenia badawcze, także z ostatniego okresu wskazują, iż mimo upływu czasu, większość formułowanych wniosków i propozycji pozostaje aktualna.

Po trzecie, część ustaleń prezentowanych w pracy dokonano na podstawie danych empirycznych, których charakter nie pozwala na daleko idące generalizacje. Na przykład dwa badania, do których najczęściej się odwołuję, przeprowadzone zostały na próbie mieszkańców Łodzi, nie na próbie ogólnopolskiej. Podobnie, spośród czterech omawianych badań, tylko jedno realizowano na próbie generalnej – obejmującej zarówno mieszkańców miast, jak i wsi.

Z pewnością można znaleźć inne jeszcze niedostatki pracy, wydaje się jednak, iż warto podjąć próbę, choćby niedoskonałą, ogólnej charakterystyki procedury ankiety. Na gruncie polskim jest to bowiem problematyka zupełnie nowa: całościowo ujętym zagadnieniom ankiety pocztowej, w przeciwieństwie do wywiadu, nie poświęcono zasadniczo jak dotąd żadnej odrębnej pracy. Wśród nielicznych przyczynków na uwagę zasługują artykuły zebrane w jednym z tomów *Analiz i prób technik badawczych w socjologii* (1968, t. 2.) oraz rozważania zawarte w niektórych zeszytach „Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych” (1972, z. 1; 1973, z. 2; 1977, z. 5; 1981, z. 7; 1985, z. 8). Podobnie jest z praktyką badawczą. O ile jednak w Polsce jest to procedura rzadko stosowana, o tyle w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej wykorzystuje się ją w szerokim zakresie. Przykładowo, w Niemczech w drugiej połowie lat 80., około 15% wszystkich badań opinii i rynku i aż 53% badań akademickich zrealizowano przy zastosowaniu ankiety. Znamienne, że była ona znacznie częściej wykorzystywana przez pedagogów, politologów i psychologów niż socjologów (Reuband, Rohlinger 1988: xv–xvi).

Biorąc pod uwagę stosunkowo niewielkie, jak dotąd, zainteresowanie problemami ankiety pocztowej zdecydowałem się na zamieszczenie w Bibliografii nie tylko tytułów przywoływanych w pracy, ale także wykorzystanych w trakcie jej przygotowywania. Z punktu widzenia prezentowanej problematyki wydawały się one ważne i wiele z tych pozycji może być pomocnych i inspirujących w pracy badaczy. Nie jest to oczywiście bibliografia kompletna, wyczerpująca – stanowi raczej pewnego rodzaju indeks problemów, przegląd spraw, będących w centrum zainteresowania metodologów. W niektórych przypadkach są to pozycje dość „stare” – z lat 30. i 40. Stanowią jednak świadectwo, jak długa jest tradycja refleksji nad tą procedurą w innych krajach, szczególnie w USA.

CZĘŚĆ 1

Ankieta pocztowa
i wywiad kwestionariuszowy
jako sytuacje komunikacyjne



*Jeśli nie wiadomo, czego się szuka,
nie wiadomo, co się znajdzie*

Dastre

ROZDZIAŁ 1

Charakterystyka ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego

Aby porównać ankietę pocztową i wywiad kwestionariuszowy, należy przede wszystkim zdać sprawę z tego, jakie znaczenie przypisuje się tym terminom, a więc dokonać ogólnej charakterystyki tych procedur badawczych. Pierwszym jej etapem będzie wskazanie, na podstawie literatury, różnorodnych sensów przypisywanych tym terminom. Materiałami, na których podstawie podjęto próbę odczytania, jaki sens (sensy?) nadaje się im w literaturze socjologicznej, są publikacje książkowe, głównie o charakterze podręcznikowym¹.

Drugim etapem tej charakterystyki będzie przedstawienie własnej propozycji rozumienia tych pojęć.

FUNKCJONUJĄCE W LITERATURZE POJĘCIA ANKIETY POCZTOWEJ I WYWIADU KWESTIONARIUSZOWEGO

Poszczególne klasyfikacje metod i technik badawczych prezentowane w analizowanych pracach okazują się mniej lub bardziej rozbudowane i obejmują od 2 do 6 poziomów. W trzech przypadkach (na 22) ich autorzy w ogóle nie wyodrębniają ankiety pocztowej, wskazując jedynie na wywiad ustrukturyzowany (*structured interview*), jako odmianę obserwacji pośredniej (*indirect observation*) (Sjoberg, Nett 1964: 160); wywiad – jako procedurę surveyową (Poplin 1972: 21–22) lub też na ankietę (tzn. wywiad) – jako procedurę stosowaną w sondażach ankietowych – „lustracji” (Mika 1972: 21–22)². Wśród

¹ Analizą objęto w sumie 22 podręczniki (lub prace o tym charakterze) wydane w Polsce i zagranicą w latach 1950–1985. Są to pozycje oznaczone w Bibliografii symbolem „*“.

² Klasyfikacje te nie zostały uwzględnione w dalszej analizie ze względu na to, że są zbyt ogólne i próba określenia oraz charakterystyki na ich podstawie pojęcia ankiety wydaje się zbyt ryzykowna. Poza tym, sam fakt wyodrębniania grupy czy jednej procedury ze względu na typ badań, w których są one wykorzystywane, budzi duże zastrzeżenia.

pozostałych klasyfikacji nie znaleziono nawet dwóch, których autorzy stosowaliby zbliżoną terminologię i jednakowe kryteria wyodrębnienia ankiety.

Spośród wielu różnych cech przypisywanych tej procedurze jedynie trzy – „interrogacja”, „standaryzacja” i „przesyłka pocztowa” – są wymieniane przez wszystkich autorów. Taka charakterystyka jest zbyt ogólna i niewystarczająca, należy więc wskazać kryteria, które pozwoliłyby uściślić i doprecyzować termin „ankieta pocztowa”. Oto one: „brak obecności – pośrednictwa ankietera” (cechę tę wymienia 10 autorów); „samozwrotność – respondent samodzielnie wypełnia kwestionariusz” (8 autorów) oraz „pisemna forma przekazów” (7 autorów). Powyższe cechy w połączeniu z uprzednio wskazanymi z pewnością „dookreślają” ten termin. Niemniej jednak nie wydaje się, aby stanowić mogły wystarczające kryterium wyodrębnienia ankiety pocztowej spośród innych technik badawczych, tym bardziej, że przy bliższej analizie okazuje się, iż one same nie są jednoznaczne (dotyczy to nawet 3 podstawowych cech wymienianych przez wszystkich autorów).

Znacznie mniejsze trudności napotyka próba określenia pojęcia wywiadu kwestionariuszowego. Otóż, najogólniej biorąc, procedura ta charakteryzuje się następującymi cechami: „interrogacja”, „standaryzacja” oraz „obecność ankietera jako pośrednika między badaczem i respondentem” (Nowak 1965a: 69–88). W sposób w miarę jednoznaczny wywiad kwestionariuszowy charakteryzuje J. Lutyński (1968: 15–39; 1972: 21–24). Zgodnie z ustaleniami tego autora, jest to standaryzowana procedura oparta na wzajemnym komunikowaniu się bezpośrednim. Oznacza to, że w wywiadzie komunikowanie między ankieterem i respondentem jest ustne, wypowiedzi wywołuje się według jednego wzoru, który stanowi lista pytań w kwestionariuszu, identyczna dla wszystkich respondentów, zapisu wypowiedzi respondenta dokonuje ankieter (zapis stanowi więc materiał, którego źródłem jest wypowiedź respondenta), między ankieterem i respondentem istnieje kontakt „naoczny”, dzięki czemu możliwe jest dokonywanie obserwacji, oddziaływanie między ankieterem i respondentem wykracza poza wywoływanie i odbiór przekazów.

POJĘCIE ANKIETY POCZTOWEJ I WYWIADU KWESTIONARIUSZOWEGO

Ankieta pocztową traktować będziemy jako zespół celowych i zorganizowanych działań podejmowanych przez badacza, zmierzających do uzyskania określonych informacji w drodze interrogacji (tzn. kierowanego komunikowania się językowego między badaczem a określonym respondentem za pomocą pytań i odpowiedzi), w której formalnie zestandaryzowane przekazy pisemne (zarówno badacza, jak i respondenta) wymieniane są wyłącznie drogą pocztową, tzn. pośrednio.

Wskazane powyżej cztery cechy przypisane ankiecie pocztowej są ze sobą ściśle powiązane. Pierwsza z nich wskazuje, iż sposobem czy też drogą otrzymywania informacji jest proces interrogacji. Pozostałe trzy cechy charakteryzują natomiast bliżej ów proces: dwie pierwsze („pismo” i „standaryzacja”) określają typ i rodzaj wymienianych przekazów; trzecia zaś („wymiana drogą pocztową”) – układ ról i charakter styczności między uczestnikami tego procesu, tzn. badaczem i respondentem. Powyższy zestaw czterech cech pozwala, jak się wydaje, na dość ściśle i jednoznaczne wyodrębnienie ankiety pocztowej spośród innych sytuacji czy też procedur badawczych. Przy czym, o pojęciu ankiety pocztowej stanowi tylko i wyłącznie koniunkcja tych cech. Jeżeli bowiem pominiemy w charakterystyce którąkolwiek z nich (np. „sposób wymiany przekazów”), wtedy zanikają odmienności sytuacyjne między tym, co chcemy nazywać ankietą pocztową, a innymi procedurami badawczymi, takimi jak ankieta prasowa, ankieta radiowa, rozdawana czy też ankieta ogólnie dostępna (Sztabiński 1987; 1990: 59–98).

Wywiad kwestionariuszowy także rozpatrywany będzie jako zespół celowych i zorganizowanych działań podejmowanych przez badacza, zmierzających do uzyskania określonych informacji w drodze interrogacji, w której formalnie zestandaryzowane pisemne przekazy badacza przekazywane są respondentowi ustnie za pośrednictwem ankietera i w analogiczny sposób – przekazy respondenta – badaczowi³. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę, że wywiad kwestionariuszowy, ze względu na swoje immanentne cechy jest, z jednej strony, zbliżony do ankiety, z drugiej zaś, stanowi jej przeciwieństwo. W obydwóch bowiem przypadkach, informacje uzyskuje się w drodze interrogacji. Dodatkową wspólną ich cechą jest formalna standaryzacja na poziomie środków technicznych: badacz przy uzyskiwaniu informacji posługuje się określoną listą pytań zawartych w kwestionariuszu. Istotną różnicą jest natomiast forma przekazu i kontaktu z respondentem: w przypadku wywiadu proces komunikowania się z badanym jest ustny – zarówno badany, jak ankieter („reprezentujący” badacza) posługują się językiem mówionym, podczas gdy w ankiecie pocztowej komunikowanie odbywa się wyłącznie za pośrednictwem pisma. W związku z powyższym, w wywiadzie, zapisu wypowiedzi respondenta, stanowiących materiał pierwotny, dokonuje ankieter; w ankiecie natomiast, materiał ten jest przygotowywany przez samego respondenta, który jest ich twórcą (fakt ten ma ogromne znaczenie zarówno dla przebiegu procesu badawczego, jak i rodzaju oraz wartości zbieranych informacji). I wreszcie, w wywiadzie występuje bezpośredni – naoczny kontakt między ankieterem i respondentem, w związku z czym ich wzajemne oddziaływanie jest bogate w składniki pozawerbalne, które mogą mieć wpływ na

³ Powyższa charakterystyka wywiadu kwestionariuszowego najbliższa jest ujęciu prezentowanemu w pracach Lutyńskiego (1968; 1972).

proces komunikowania i w rezultacie, uzyskiwane informacje (ustny przekaz modyfikowany jest bowiem nie tylko samą obecnością, ale także mimiką, gestami itp. partnera interakcji). W ankiecie natomiast, oddziaływanie to sprowadza się wyłącznie do wymiany przekazów pisemnych.

ROZDZIAŁ 2

Proces komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Mówiąc, że istotą procesu uzyskiwania informacji zarówno w ankiecie pocztowej, jak i wywiadzie kwestionariuszowym jest interrogacja, a więc specyficzny rodzaj „dialogu”, można mieć na myśli całość procesów komunikowania się w badaniach, we wszystkich jego fazach, poczynając od przygotowania koncepcji, poprzez zbieranie informacji, a skończywszy na interpretacji wyników i przygotowaniu raportu. W takim przypadku proces komunikowania przebiega w obrębie i między całym zespołem badawczym, konsultantami, respondentami, zespołem pomocniczym (koderzy, osoby wprowadzające dane, programiści itp.), ale także i czytelnikami, którzy są odbiorcami rezultatów badań. Komunikowanie to ulega w rzeczywistości zwielokrotnieniu, w wielu przypadkach przebiega równolegle, a przekazy wymieniane między poszczególnymi uczestnikami tego procesu „rozciągniętego w czasie i przestrzeni” mają różną formę (zarówno pisemną, jak i ustną) i treść (dotyczą bowiem różnych zadań i czynności związanych z badaniami). Mamy zatem tutaj do czynienia z całą siecią procesów komunikowania się, zachodzących na różnych etapach, na różnych poziomach i między różnymi osobami.

O procesie komunikowania w ankiecie lub wywiadzie można jednak również mówić, mając na myśli jedynie „dialog” między badaczem (ankieterem) a respondentem. W tym przypadku chodzi jedynie o część, pewien fragment procesu badawczego, związany z uzyskiwaniem informacji (tzw. etap „terenowy”), nie zaś jego całość.

W dalszych rozważaniach skupimy się wyłącznie na procesie komunikowania się w węższym sensie, tzn. pewnym fragmencie owych złożonych układów, który wyznaczony jest przez wymianę przekazów między badaczem i respondentami. Przedmiotem analizy będzie zatem proces komunikowania się w sytuacji ankiety, jednak nie w takiej postaci, jaką przybiera on w rzeczywistości, tzn. komunikowania się badacza z licznym respondentami w związku z wieloma różnymi sprawami równocześnie, lecz ograniczona zostanie ona do jednego

respondenta i jednego pytania (jednej sprawy). Dodatkowo przyjęto także założenie o braku występowania jakichkolwiek zakłóceń, mogących prowadzić do zniekształcenia, deformacji lub przerwania tego procesu. Tego typu ograniczenie i zawężenie analizy wydaje się uprawnione ze względu na rolę tego procesu w zdobywaniu każdej informacji. Nie należy jednak zapominać, o czym już wspomniano, że tak rozpatrywany proces stanowi integralną część całych kompleksów komunikowania się, tworzących pewną całość z punktu widzenia czasu i przestrzeni⁴.

Na procesy komunikowania się w badaniach spojrzeć można zarówno od strony respondenta, jak i od strony badacza. Rozpatrując go od strony respondenta można ujrzyć jedynie jego fragment – etap uzyskiwania informacji. Rozpatrując natomiast omawiany proces od strony badacza, mamy do czynienia z całością procesów komunikowania. Tego typu podejście charakteryzuje się zatem szerszą perspektywą poznawczą. Dlatego też w dalszych analizach przyjąłem punkt widzenia badacza – jako pełniejszy. W ten sposób otrzymuje się bowiem obraz pewnej całości, której częścią jest fragment widziany od strony respondenta.

Zgodnie z powyższymi uwagami, podejmę próbę rekonstrukcji i analizy schematu procesu uzyskiwania informacji przy zastosowaniu ankiety pocztowej. Istotą owego aktu uzyskiwania informacji jest specyficzny rodzaj „dialogu” toczącego się między badaczem i respondentem. Jednostkę tego dialogu stanowi akt wymiany dwóch komunikatów: pytania, jakie zadaje respondentowi badacz i odpowiedzi, której respondent udziela na to pytanie. Stanowią one jednostkę dialogu nie tyle dzięki swoim cechom formalnym, ile raczej jedności tematycznej – treściowej (są one bowiem komunikatami w danej sprawie, dotyczącymi określonego przedmiotu – tematu).

Pytanie i odpowiedź, nadające kierunek całemu procesowi komunikowania się, funkcjonują w całej sieci procesów komunikowania się – powiązane są z pytaniami i odpowiedziami pojawiającymi się nie tylko w samej sytuacji ankiety lub wywiadu, ale i w całych badaniach. Stanowią niejako ich „rdzeń”. Proces komunikowania się jest zatem procesem wielowarstwowym. Pierwszą jego warstwę stanowi właśnie ów „rdzeń” dialogowy – pytanie postawione respondentowi w sytuacji ankiety (wywiadu) oraz jego odpowiedź. Drugą warstwą natomiast, czy też „otoczką”, jest łańcuch pytań i odpowiedzi, które wykraczają poza wspomniane powyżej, ale są z nimi ściśle związane. Stanowią one zwarty system przekazów, które są przekształceniami odpowiedzi respon-

⁴ Jest to analogiczne podejście do tego, które w analizie procesu komunikowania się w wywiadzie kwestionariuszowym przyjmuje Lutyński (1972). Zdajemy sobie sprawę, iż w przypadku ankiety ograniczenie analizy do jednego pytania jest daleko idącym uproszczeniem. Pomijamy wówczas np. problem wpływu kontekstu, w jakim pojawia się pytanie na sposób udzielania odpowiedzi. Biorąc jednak pod uwagę cel analizy, a więc charakterystykę mechanizmów komunikacji ustnej i pisemnej, wydaje się to dozwolone. Do problemu wpływu kontekstu powrócę w ostatniej, trzeciej części książki.

dentów w twierdzenia będące rozwiązaniem problemu badawczego. W ankiecie pocztowej, w myśl koncepcji J. Lutyńskiego, będącej ramą teoretyczną analiz, elementami tej warstwy są m.in. jednostkowe pytanie badacza i odpowiedź na jednostkowe pytanie badacza (poszukiwana informacja); pytanie własne kodera i odpowiedź na pytanie własne kodera (Wejland 1983b: 61–64).

Ujęcie procesu komunikowania jako wymiany przekazów odbywających się w warstwie pierwszej i drugiej nie wyczerpuje jednak wszystkich płaszczyzn tego opisu. Jest to bowiem tylko analiza „powierzchniowa”, której towarzyszyć winna analiza „głębokiej” struktury dialogu, a więc jego płaszczyzny psychologicznej (Wejland 1983c: 163–166). Zadaniem jej jest próba opisanie i wyjaśnienia procesów psychicznych powodujących, iż wymieniane między badaczem i respondentem przekazy są replikami, że reakcją na postawione pytanie jest odpowiedź respondenta.

W dalszych rozważaniach zajmę się wyłącznie pierwszą warstwą – „rdzeniem” tego procesu, zupełnie świadomie pomijając wskazane wyżej, pozostałe dwie płaszczyzny analizy⁵.

SCHEMAT PROCESU KOMUNIKOWANIA SIĘ W ANKIECIE POCZTOWEJ

Prezentując opis procesu komunikowania się w sytuacji ankiety pocztowej w zakresie jednej sprawy posługiwać się będę, jak wspomniano, aparatem pojęciowym wypracowanym i przedstawionym w pracach J. Lutyńskiego (1968; 1972; 1978)⁶. Analizę tę rozpocznę od charakterystyki roli i funkcji uczestników procesu oraz opisu wymienianych między nimi przekazów.

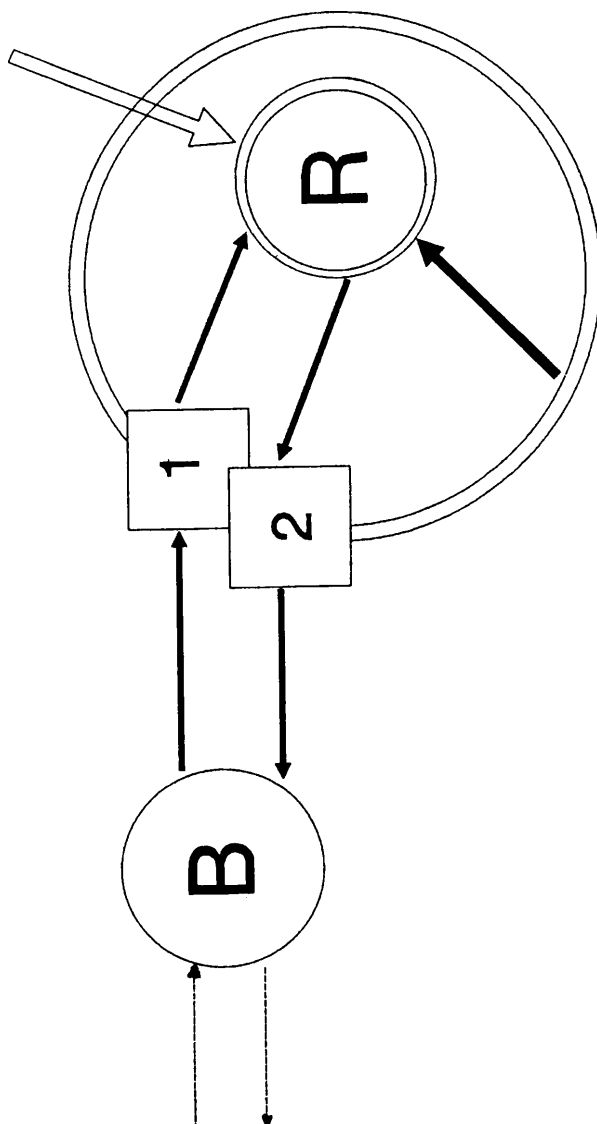
W schemacie nr 1 małe kółka symbolizują uczestników komunikowania – badacza (B) i respondenta (R); kwadraty – poszczególne przekazy; linie ciągłe ze strzałkami wskazują kierunek przekazywania poszczególnych komunikatów; linie przerywane, skierowane od i do badacza (B) oznaczają, iż jest to część – fragment procesu komunikowania się w badaniach z zastosowaniem ankiety pocztowej⁷.

⁵ Opis „otoczki” procesu komunikowania w ankiecie i wywiadzie oraz próba rekonstrukcji „głębokiej” struktury tych dwóch typów dialogów przedstawiona została w pracy Sztabińskiego z 1987 r. Procesy psychiczne związane z generowaniem wypowiedzi językowych charakteryzują także: A. Ayer (1955), B. Krakowian (1985), I. Kurcz (1980), P.H. Lindsay i D.A. Norman (1984), M. Nowakowska (1970), D.W. Smythe (1972), B. Tuchańska (1983) i in.

⁶ Aparat pojęciowy wypracowany i przedstawiony przez Lutyńskiego stworzony został jako narzędzie analizy procesu komunikowania się w wywiadzie kwestionariuszowym. Niemniej jednak wydaje się, że, z jednej strony, ze względu na jego uniwersalność, z drugiej zaś – pewne podobieństwa wywiadu i ankiety, zaproponowane przez Lutyńskiego kategorie zastosować można do interpretacji procesu interogacji w sytuacji ankiety pocztowej. Por. także Lutyński (1994).

⁷ Pozostałe oznaczenia występujące w schemacie wyjaśnione zostaną w tekście.

Schemat 1. Proces wzajemnego komunikowania w zakresie jednej sprawy w ankiecie pocztowej



Proces wzajemnego komunikowania w ankiecie pocztowej inicjuje badacz (B). Jest on nadawcą pewnego przekazu pisemnego (przekaz „1”), kierowanego do określonego z góry adresata. Adresatem tym jest respondent intencjonalny, tzn. osoba, dla której komunikat jest przeznaczony i ze względu na którą został sformułowany, a która z kolei, w przyszłości będzie jego odbiorcą – czytelnikiem⁸. W tym przypadku nadawanie obejmuje zarówno wytworzenie (tzn. sformułowanie i utrwalenie) komunikatu, jak i jego przekazanie. Samo pisanie nie jest bowiem komunikowaniem, lecz wytwarzaniem komunikatu przeznaczonego do przekazania i późniejszej lektury. Przekaz pisemny jako efekt czynności pisania, zespolony z nośnikiem (np. kartką papieru) jest czymś materialnym i samoistnym, istniejącym na sposób rzeczy, a zatem, jako taki musi zostać przekazany odbiorcy⁹. Biorąc pod uwagę zróżnicowanie technik przekazu i związane z nimi zróżnicowanie sytuacji, nie można w opisie procesu komunikowania w ankiecie nie uwzględnić samego przekazywania i jego sposobu – instytucji pośredniczącej (w tym konkretnym przypadku jest to instytucja poczty). Dopiero wytworzony przez badacza i przekazany komunikat może być odebrany, a następnie odczytany przez respondenta. Dlatego też schemat opisujący komunikowanie pisemne powinien pokazywać nadawanie i odbiór jako dwa odrębne układy, między którymi działa określona instytucja przekazująca. Interesujący nas fragment procesu komunikowania powinien być zatem (co nie zostało jednak dla uproszczenia uwzględnione w schemacie) przedstawiony w sposób następujący (Lalewicz 1975: 74):

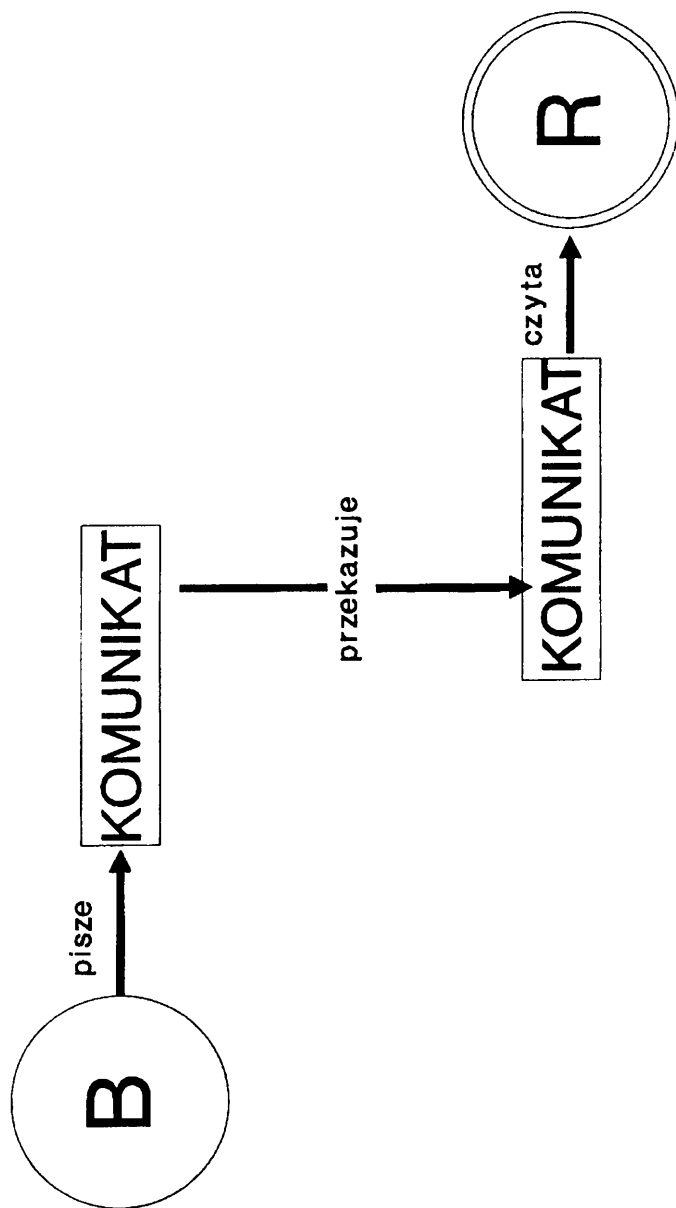
Przygotowany przez badacza przekaz (oznaczony w schemacie symbolem „1”) składa się z kilku odrębnych komunikatów, wśród których najistotniejsze są trzy: list wprowadzający (w którym wyjaśnia się cel i przedmiot badania oraz kieruje apel o udział w ich realizacji), kwestionariusz oraz instrukcja (jej celem jest takie ukierunkowanie procesu wzajemnego komunikowania w różnych jego etapach, aby jego przebieg był prawidłowy)¹⁰. W kwestionariuszu zamieszczone są pytania, a także przewidziane jest miejsce na zapis odpowiedzi (lub gotowe warianty tego zapisu). Pytanie jest bezpośrednio skierowanym do respondenta żądaniem informacji, tj. żądaniem sformułowania wypowiedzi przynoszącej informację, którą ma respondent, a którą chce od niego uzyskać

⁸ Rozróżnienie między „adresatem” – „respondentem intencjonalnym” i „czytelnikiem” jest o tyle istotne, że nie każdy adresat jest czytelnikiem i odwrotnie. Może także zdarzyć się, że czytelnik nie będzie respondentem intencjonalnym, ale zupełnie inną osobą, spoza założonej przez badacza próby (por. Lalewicz 1975: 92).

⁹ W przeciwnym przypadku, nie możemy w ogóle mówić o komunikowaniu, lecz, co najwyżej, komunikowaniu „utajonym” (Kłotkowska 1983: 291–292).

¹⁰ Instrukcja jest więc zespołem wskazówek, dyrektyw i objaśnień skierowanych do respondenta, podanych w kwestionariuszu bądź osobno. Wskazówki te odnoszą się do poszczególnych pytań, ich bloków lub całego kwestionariusza.

Schemat 2. Komunikowanie pisemne (z uwzględnieniem odrębności układów nadawania i odbioru)



badacz. Kwestionariusz zawiera oczywiście cały szereg pytań, jednakże zgodnie z poprzednimi ustaleniami ograniczę dalszą analizę do jednego pytania – jednej sprawy.

Sformułowany i utrwalony przez badacza przekaz jest skierowany do określonego respondenta, który staje się jego odbiorcą. Odbiór następuje w dwóch płaszczyznach: jest to odbiór fizyczny i językowy (w trakcie lektury respondent staje się bowiem czytelnikiem – rzeczywistym podmiotem lektury). Jego charakterystyczną cechą jest to, że jest to odbiór pytania postawionego konkretnemu, określonemu respondentowi, pytania przekazanego i skierowanego „do mnie” – czytelnika. Rezultatem przekazania komunikatu za pośrednictwem poczty jest zatem nie tylko fizyczne dotarcie do odbiorcy, ale i jego „indywidualizacja”¹¹.

Ponieważ komunikowanie w ankiecie implikuje brak bezpośredniego (naukowego) kontaktu między porozumiewającymi się – nadawanie i odbiór przekazu są dwoma aktami niezależnymi od siebie, mającymi miejsce w dwóch różnych sytuacjach, oddzielonych dystansem przestrzennym i czasowym. Zachowania badacza i respondenta nie są zachowaniami wobec obecnego partnera, lecz operacjami przedmiotowymi: wytwarzaniem i odbieraniem komunikatu. Nie mają oni do czynienia z sobą bezpośrednio: bezpośrednio obcuje z komunikatem, za którym kryje się nieobecny partner. Odbiór przekazu przez respondenta dokonywany jest jednak nie tylko w innym punkcie przestrzeni, ale także w innym momencie czasowym. Dla badacza respondent jest osobą, która w przyszłości będzie dokonywała odbioru (lektury) napisanego przez niego przekazu. Z kolei, dla respondenta, w akcie czytania, badacz jest osobą, która w przeszłości wytworzyła komunikat. Dla piszącego lektura jest zdarzeniem przyszłym: „Piszę tu i teraz, to co kiedyś i gdzieś ktoś będzie czytał”; dla czytającego natomiast pisanie jest faktem z przeszłości: „Czytam tu i teraz, to co kiedyś i gdzieś ktoś napisał” (por. Lalewicz 1975: 30, 80). Wskazana powyżej odrębność czasowa, przestrzenna, a co za tym idzie i sytuacyjna między piszącym badaczem i czytającym respondentem, ustanawia specyficzną relację komunikacyjną: jest to dialog na dystans i przez „pośrednika”. Dla podkreślenia owej odrębności nadawcy i odbiorcy, w schemacie 1, respondenta symbolizuje litera „R” w podwójnym kółku (respondenta, nie zaś badacza, ponieważ proces komunikowania analizuję z punktu widzenia tego ostatniego).

Odbiór przekazu (pytania) w płaszczyźnie semantycznej wywołuje reakcję czytelnika – respondenta, którą jest wypowiedź pisemna (przekaz „2”).

¹¹ Ową „indywidualizację” komunikatu powoduje właśnie ów specyficzny sposób przekazywania. Jeśli bowiem ten sam komunikat jest przekazywany np. za pośrednictwem prasy, radia czy odezwy, pozostaje on nadal przekazem przeznaczonym dla respondentów (grupy odbiorców), nie zaś skierowanym do respondenta (konkretnego odbiorcy).

Stanowi ona zapis sformułowanej „w myśli” odpowiedzi, dokonywany bezpośrednio po lub w trakcie jej formułowania. Respondent staje się w ten sposób odbiorcą (czytelnikiem) i nadawcą (udziela odpowiedzi na pytanie, utrwała ją i przekazuje odbiorcy). Następuje więc komasacja ról – roli odbiorcy i nadawcy. Sama jednak sytuacja wytwarzania (formułowania i utrwalania) przez respondenta komunikatu i jego przekazywania jest analogiczna do opisanej powyżej: nadawcą, zamiast badacza, staje się respondent, odbiorcą natomiast badacz (następuje więc tutaj konwersja ról). Wytworzony komunikat, do którego wywołania zmierną wszystkie poprzednie przekazy badacza, nazwać można odpowiedzią respondenta na pytanie w kwestionariuszu.

Odpowiedź respondenta (komunikat „2”) zostaje następnie przekazany badaczowi, który jest jego adresatem. Poprzez jej lekturę staje się jednocześnie czytelnikiem¹². Na tym kończy się zasadniczo proces wzajemnego komunikowania w danej sprawie w sytuacji ankiety.

W omawianym „terenowym” etapie badań ankietowych proces wzajemnego komunikowania stanowi wyodrębnioną w czasie i przestrzeni sytuację. Na każdą ankietę w całości składa się wiele „jednostkowych” procesów komunikowania, dotyczących różnych spraw i prowadzących do uzyskania różnych informacji. W rzeczywistości następuje zatem zwielokrotnienie (w warstwie językowej) tego fragmentu procesu komunikowania, który na schemacie obejmuje przekazy „1” i „2” oraz respondenta.

Prezentując schemat procesu komunikowania w ankiecie pocztowej przyjęto pewne założenia idealizujące, m.in. o braku występowania czynników zakłócających ów proces. Rzeczywista interakcja dialogowa może jednak dokonywać się w bardziej lub mniej odmienny sposób, a w skrajnych wypadkach, w ogóle nie dojść do skutku. Może pozostać ona na przykład komunikacją potencjalną (gdy przekaz badacza w ogóle nie dociera do respondenta lub ten ostatni nie dokonuje aktu lektury), ulec przerwaniu (respondent nie formułuje komunikatu „zwrotnego” – nie udziela odpowiedzi), dokonywać się z odbiorcą, nie będącym intencjonalnym respondentem itp. Również i same działania uczestników tego procesu zmierną do wytworzenia przekazu mogą mieć charakter znacznie bardziej skomplikowany niż sugeruje to schemat. Respondent może bowiem kilkakrotnie dokonywać lektury komunikatu; może nie uznać swojej pierwszej reakcji za definitywną i powtórnie odwołać się do pytania; zastanawiać się i formułować nową wypowiedź, chcąc uzyskać rezultat, który będzie go zadowalał; uzupełniać

¹² W rzeczywistości sytuacja jest z reguły nieco odmienna. Badacz nie zapoznaje się z całością wypowiedzi wszystkich respondentów – lecz, co najwyżej, z pewną ich częścią. Jest więc ich adresatem, ale nie czytelnikiem. Funkcję czytelnika pełni inny członek zespołu badawczego – koder lub osoba wprowadzająca dane do nośników komputerowych.

i poprawiać zapis już po jego zakończeniu itp. Interpretując schemat abstrahowaliśmy od tych przypadków. Nie można jednak pominąć faktu, iż komunikacja zawsze odbywa się w określonym miejscu i czasie, otoczeniu, które bezpośrednio oddziałuje na uczestników tego aktu – badacza i respondenta. Określenia „badacz” i „respondent” odnoszą się do ról społecznych, jakie pełnią osoby uczestniczące w procesie komunikowania. Ról tych nie można oderwać od ogółu różnorodnych wyznaczników i wielorakich uwarunkowań, które nie wiążą się co prawda z komunikacyjnym charakterem ich interakcji, lecz tworzą pozajęzykowy kontekst procesu komunikowania: ogólny oraz specyficzny – sytuacyjny (Boksański, Piotrowski, Ziółkowski 1977: 79–80; Braehmer 1983: 56; Kłoskowska 1983: 276; Lutyńska: 1983: 320–323; 1984: 31–54; 1985: 573; 1993: 79–128).

Pierwszy typ tych uwarunkowań stanowi sytuacja społeczna, kulturowa, historyczna, ekonomiczna, polityczna itd. danego społeczeństwa, ale również aktualne wydarzenia o tym charakterze. Są to tzw. czynniki makrospołeczne lub ogólne. W schemacie 1 ich oddziaływanie na proces komunikowania się w ankiecie symbolizuje „strzałka” skierowana, spoza okręgu, do respondenta. W przypadku respondenta czynniki te mogą niekiedy determinować jego stosunek do badań, socjologii jako nauki (jej definiowanie) i stosunkowo silnie oddziaływać na jego odpowiedzi, zarówno w kierunku pozytywnym, jak i negatywnym. Przykładowo, odmienna sytuacja społeczna w Polsce po roku 1956, 1980 i obecnie, charakteryzująca się między innymi wysokim stopniem swobody ekspresji i jej indywidualizacją, i inna w latach 70. oraz po roku 1982, z pewnością nie pozostawały bez wpływu na wartość uzyskiwanych informacji (Lutyńska 1984: 50–54; Staszyńska 1985: 55–62; Sztabiński, Sztabiński 1994a). W analogicznym, ze względu na charakter, kontekście ogólnym funkcjonuje także badacz. Nie zostało to jednak uwidocznione w schemacie, ponieważ oddziałuje na niego niejako na wcześniejszym etapie: badacz ulokowany jest bowiem w określonych strukturach instytucjonalnych, poprzez które owe czynniki makrospołeczne determinują nie tylko wybór problematyki i tematu badań, ale również i procedur badawczych, terminu badań itp., a więc sprawy chronologicznie wcześniejsze (Grawitz 1972: 140–146).

Owa interakcja między badaczem i respondentem dokonuje się także zawsze w konkretnej sytuacji, w konkretnych warunkach, na które składa się wiele czynników o charakterze mikrospołecznym (tzw. psychospołeczne czynniki sytuacyjne). W schemacie 1 owo bezpośrednie „otoczenie” procesu komunikowania symbolizuje „podwójny” okrąg, obejmujący swoim zasięgiem respondenta oraz częściowo przekazy „1” i „2”; jego oddziaływanie zaś – „strzałka” prowadząca od owego okręgu do respondenta. Wpływ owego „otoczenia”, a więc okoliczności, w jakich przebiega wspomniany fragment procesu wzajemnego komunikowania, ma istotne znaczenie dla ostatecznego rezultatu, tzn. rodzaju i wartości uzyskiwanych informacji. Mówiąc o sytuacji-

nych czynnikach związanych z procesem komunikowania mamy na myśli zjawiska i przedmioty składające się na bezpośrednie, fizyczne otoczenie. Należą tutaj nie tylko przedmioty w sensie fizycznym, których widok w związku z treścią pytania może wywołać określone skojarzenia nieobojętne dla odpowiedzi, ale i to, czy w otoczeniu tym jest cicho, wygodnie czy też nie itp. Do tej grupy czynników zaliczyć także należy: inne osoby poza respondentem, które mogą w różny sposób wpływać na przebieg procesu komunikowania; porę roku; rodzaj i porę dnia itp. (Lutyńska 1983: 320–323; 1984: 31–54, 50–54; 1985: 573)¹³. Oddziaływanie tych czynników na poszczególne fragmenty procesu wzajemnego komunikowania, a więc na odbiór pytania – jego rozumienie, formułowanie przez respondenta odpowiedzi i jej zapis, może być zarówno korzystne, jak i negatywne, przy czym zależy to od konkretnej sytuacji. Jest ono wielokierunkowe, wielostopniowe i nieraz bardzo skomplikowane – czynniki te nie występują bowiem w izolacji, lecz zawsze w powiązaniu, wywołując różnorodne zjawiska i procesy psychiczne u respondenta. Sam respondent nie jest jednak biernym przedmiotem tych oddziaływań – ich „efektywność” uzależniona jest bowiem od wielu cech respondenta: jego osobowości, dyspozycji psychicznych, stanu psychofizycznego, podatności na wpływy zewnętrzne, poziomu pobudliwości emocjonalnej, postaw i systemów wartości, cech społeczno-demograficznych itp. Wszystko to powoduje, iż wpływ wspomnianych czynników jest praktycznie niemożliwy do przewidzenia przez badacza, a co więcej, zazwyczaj mu nie znany.

Obecnie należałoby poświęcić nieco uwagi relacjom między poszczególnymi, wyróżnionymi w schemacie 1 przekazami. Pierwszym z nich jest sformułowany przez badacza komunikat „1”. Jest nim przeznaczone dla respondentów pytanie, tzn. zamieszczona w kwestionariuszu pisemna wypowiedź badacza, najczęściej w formie zdania pytającego, skierowana do respondentów i żądająca od nich wypowiedzi bardziej lub mniej dokładnie określonej treściowo (Lutyński 1972: 27). Pytaniu, jak była mowa, towarzyszy zawsze dyrektywa zapisu odpowiedzi we wskazanym miejscu. Tego typu tekst, obejmujący obydwie powyższe elementy, nazwany został pytaniem w kwestionariuszu lub pytaniem dla respondentów. Ze względu na swoje cechy formalne pytanie ukierunkowuje w pewnym stopniu odpowiedź respondenta, a ściśle mówiąc, zawiera sugestię, aby treść, a nawet forma odpowiedzi odznaczały się pewnymi cechami. W rezultacie, w ankiecie odpowiedzi różnych respondentów są w pewnym (mniejszym lub większym) stopniu ujednolicone.

Analizując przekaz „1”, scharakteryzowałem także częściowo przekaz „2” – nie jest bowiem możliwa charakterystyka samych pytań w oderwaniu od

¹³ Analogicznie, w pewnym określonym kontekście, jednakże odmiennym od otoczenia respondenta, funkcjonuje badacz. Nie zostało to uwzględnione w schemacie, ponieważ proces komunikowania praktycznie w minimalnym stopniu narażony jest na wpływy płynące z otoczenia badacza.

odpowiedzi. Mówiąc o odpowiedziach mam na myśli utrwaloną, pisemną wypowiedź, która stanowi materiał wykorzystywany przez badacza. Odpowiedź jako źródło informacji jest zatem tożsama z materiałem badawczym. Pisemny przekaz „2” bywa różny, w zależności od charakteru pytania i zawartych w nim dyrektyw. W ankiecie jest on zasadniczo dwojakiemu rodzaju. Może to być „rejestracja sformułowanej w myśli odpowiedzi” bądź zaliczenie jej do określonej czy określonych kategorii przewidzianych przez badacza i zamieszczonych w kwestionariuszu. W pierwszym przypadku mamy do czynienia z tekstem wytworzonym przez respondenta, w drugim natomiast – określonym przez instrukcję znakiem graficznym, będącym wyrazem akceptacji jednej z przewidzianych odpowiedzi i uznania jej za tożsamą ze swoją (tzn. respondenta) reakcją.

Rodzaj i charakter pytania (przekaz „1”) w dużym stopniu wyznacza typ odpowiedzi i zapisu, jednakże o nim nie przesądza. Pytanie zamknięte i odpowiedź klasyfikująca (polegająca na zaliczeniu) nie są sobie ściśle i jednoznacznie przyporządkowane. Odpowiedź na takie pytanie może być bowiem dodatkowo opatrzona pisemnym „komentarzem” – zapis będzie miał więc w całości charakter mieszany, obejmował będzie dwa typy odpowiedzi równocześnie.

Kończąc prezentację schematu komunikowania się w ankiecie pocztowej poczynić należy jeszcze kilka uwag. Po pierwsze, jak wspomniano we wstępie, przedstawiłem tylko fragment procesu komunikowania się w badaniach ankietowych. Był to ten fragment, który rozpoczyna sformułowanie przez badacza pytania w kwestionariuszu, a kończy odbiór przez niego wypowiedzi pisemnej respondenta. Nie zajmowałem się dalszym ciągiem tego procesu, ponieważ odbywa się on zasadniczo wyłącznie między członkami zespołu badawczego (badaczem, koderem, wprowadzającym itd.), bez udziału respondenta. Przedmiotem jego i celem nie jest już uzyskanie informacji od respondenta, lecz „przetworzenie” informacji już uzyskanych. Są to procesy wspólne dla każdego typu badań i z tego względu zostały pominięte. Po drugie, analizując poszczególne przekazy, a więc pytanie i odpowiedź, nie zajmowałem się rzeczywistymi wypowiedziami respondentów, lecz raczej przewidywanymi przez badacza. Nie charakteryzowałem także procesu kształtowania się tych wypowiedzi. Stwierdziłem jedynie, że postawione pytanie wywołuje jakąś reakcję respondenta. Stwierdzenie to, a także fragment schematu obejmujący respondenta oraz przekazy „1” i „2” sugerują, że w ankiecie, po odczytaniu przez respondenta pytania, następuje jedna reakcja: pisemna wypowiedź. Sytuacja taka występuje bardzo często, jednak nie dzieje się tak zawsze. Wielokrotnie wymiana komunikatów ma charakter znacznie bardziej skomplikowany. Respondent może bowiem kilkakrotnie dokonywać lektury komunikatu, może nie uznać swojej pierwszej reakcji za definitywną i powtórnie odwołać się do pytania, zastanawiać się, formułować nową wypowiedź.

W rozważaniach naszych pominąłem też problem specyficznych przekazów, jakimi są monity. Podyktowane to było tym, że nie stanowią one konstytutywnej (w przeciwieństwie do pytań) części procesu komunikowania, a jedynie mają na celu podniesienie jego efektywności.

Przedstawiony tutaj „model” wzajemnego komunikowania się w zakresie jednej sprawy w ankiecie pocztowej jest zatem w znacznym stopniu uproszczony, niemniej jednak wydaje się wystarczający do wskazania specyfiki procesu uzyskiwania informacji przy jej zastosowaniu.

SCHEMAT PROCESU KOMUNIKOWANIA SIĘ W WYWIADZIE KWESTIONARIUSZOWYM

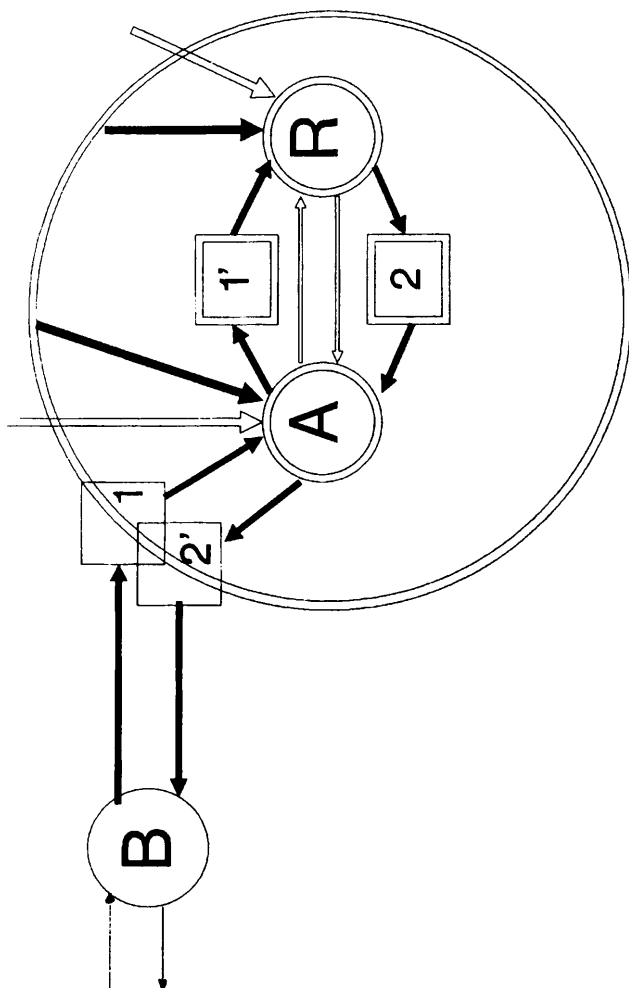
Wywiad kwestionariuszowy jest procedurą, którą w zależności od przyjętej perspektywy, można przeciwstawiać ankiecie pocztowej lub twierdzić, iż są one pod wieloma względami niemal identyczne. O ile bowiem, jak przyjąłem, w ankiecie pocztowej informacje uzyskuje się poprzez interrogację charakteryzującą się brakiem bezpośredniego (naocznego) kontaktu badacza z respondentem, w której zestandaryzowane przekazy pisemne wymieniane są drogą pocztową (w sposób pośredni), o tyle w wywiadzie kwestionariuszowym informacje te uzyskiwane są w wyniku interrogacji, w której dzięki osobistemu kontaktowi możliwa jest bezpośrednia wymiana zestandaryzowanych przekazów ustnych. Zasadniczą różnicą między tymi procedurami jest więc forma – sposób komunikowania się. Wszystkie inne są niejako wtórne i dają się wyprowadzić z tej jednej, podstawowej. Spróbuję zatem wskazać te momenty, w których ów „dialog na odległość” zasadniczo różni się od dialogu zachodzącego w wywiadzie kwestionariuszowym¹⁴. Tak jak poprzednio, w analizie posłużę się schematem graficznym.

Proces wzajemnego komunikowania w wywiadzie również inicjuje badacz (B). W przeciwieństwie jednak do ankiety sam mechanizm przekazywania respondentom sformułowanego i utrwalonego komunikatu jest odmienny. Nie tylko zresztą sam mechanizm, ale i sam przekaz badacza (oznaczony symbolem „1”) ma nieco inny charakter. Składa się z dwóch odrębnych komunikatów: instrukcji oraz kwestionariusza i nie obejmuje listu wprowadzającego, który jest tak istotny w wypadku ankiety¹⁵. Instrukcja przeznaczona jest jednak nie dla respondenta, lecz ankietera – osoby pełniącej rolę „przekaznika” czy też pośrednika między badaczem i respondentem. Jest to przekaz pisemny – tekst,

¹⁴ Przedstawiamy tutaj rekonstrukcję procesu wzajemnego komunikowania się w wywiadzie kwestionariuszowym, dokonaną przez Lutyńskiego (1968; 1972; 1978; 1994). Podkreślić jednak należy, że przytoczone zostaną tutaj wyłącznie podstawowe, najważniejsze idee tego autora.

¹⁵ Schemat ten jest nieco zmodyfikowany w stosunku do zaproponowanego przez Lutyńskiego (1972: 26). Występujące w nim oznaczenia są analogiczne do przyjętych w ankiecie.

Schemat 3. Proces wzajemnego komunikowania w zakresie jednej sprawy w wywiadzie kwestionariuszowym¹⁶



¹⁶ W wywiadzie funkcję zbliżoną do listu wprowadzającego, pełni list zapowiedni. Z reguły jednak jest on znacznie krótszy i bardziej ogólny, ponieważ ma jedynie anonować wizytę ankietera, którego zadaniem jest udzielenie szczegółowych informacji dotyczących badania.

któremu towarzyszy z reguły także instrukcja ustna. Przekaz ten ma zatem charakter mieszany. Analogicznie, pytania zawarte w kwestionariuszu nie są pytaniami skierowanymi bezpośrednio do respondentów, nie są przeznaczone do odczytania przez nich, lecz pytaniami przeznaczonymi do odczytania respondentom przez ankietera. Ogólnie, cały przekaz „1” ma zatem inny charakter w przypadku ankiety pocztowej i inny w wywiadzie¹⁷. Owa odmienność przekazu wiąże się z odmiennością mechanizmu jego przekazywania i w konsekwencji całego komunikowania. W przypadku wywiadu rolę „przekaznika” – instancji pośredniczącej między badaczem i respondentem pełni bowiem ankieter (A), nie zaś instytucja poczty. Badacz przekazuje instrukcję i tekst pytań (kwestionariusz) nie bezpośrednio respondentom, ale ankieterom, wraz z dyrektywą zadania ich określonym respondentom. Odbiór przez ankietera komunikatu „1” następuje na dwóch płaszczyznach: jest to odbiór fizyczny i semantyczny (jest on więc tego samego typu, co odbiór pytania przez respondenta w ankiecie).

Sformułowany i utrwalony przez badacza komunikat, przeznaczony dla respondentów, zostaje następnie za pośrednictwem ankietera ustnie przekazany jednemu, określonym respondentowi (który jest właściwym adresatem owego komunikatu)¹⁸. Pytanie zadane respondentowi stanowi drugi przekaz („1”) w procesie komunikowania w wywiadzie. Jest on z reguły powtórzeniem części pierwszego z nich, tj. samego pytania (wynika to z faktu, że instrukcja przeznaczona jest dla ankietera, nie zaś, jak w ankiecie, dla respondenta). Przekaz „1”) jest przekazem ustnym, a więc wraz z jego pojawieniem się następuje zmiana kanału komunikowania (dlatego, dla odróżnienia jest on oznaczony linią „podwójną”). Ankieter, w przeciwieństwie do instytucji poczty, nie jest jednak przekaznikiem biernym i neutralnym, lecz wprost przeciwnie. Jego aktywność jest nie tylko werbalna, ale wyraża się także w jego zachowaniu, mimice, gestach itp. Zmiana kanału komunikowania oraz fakt, iż ankieter nie jest neutralnym przekaznikiem, prowadzić może do powstania „sumów”, powodujących, że przekaz wytworzony przez badacza nie będzie tożsamy z przekazanym respondentowi przez ankietera. W rezultacie respondent odbiera i interpretuje takie pytanie, jakie przekazał ankieter, nie zaś takie, jakie postawił badacz. W porównaniu zatem z ankietą, w wywiadzie już na tym etapie występować mogą zakłócenia przebiegu procesu komunikowania.

¹⁷ W przypadku ankiety przekaz zawierający pytanie, w momencie przesłania go respondentowi staje się zupełnie niezależny i nie jest w mocy badacza w jakikolwiek sposób zmienić go lub uzupełnić. Zupełnie inna sytuacja jest natomiast w wywiadzie; już w fazie realizacji badacz może, za pośrednictwem ankieterów, zmienić formę czy nawet częściowo treść poszczególnych pytań. W tym przypadku zatem komunikat nigdy nie zyskuje pełnej autonomii (por. Schramm 1955: 9).

¹⁸ Schemat 3 upraszcza zatem w pewnej mierze faktyczny stan rzeczy. Przekaz „1”) jest bowiem odbierany przez ankietera co najmniej dwukrotnie, co nie zostało jednak uwzględnione. Pierwszy raz zapoznaje się on z nim w całości przed wywiadem, podczas przygotowania lub szkolenia; drugi raz – podczas wywiadu, odczytując tekst pytania respondentowi (por. Lutyński 1972: 35–36).

Odczytane przez ankietera pytanie zostaje słuchowo odebrane przez respondenta. Jego odbiór jako przekazu ustnego dokonuje się jednak w zupełnie inny sposób niż przekazu pisemnego w ankiecie. Różnice te nie sprowadzają się wyłącznie do odmienności substancji graficznej i dźwiękowej. Inna jest bowiem nie tylko fizyczna postać komunikatu, ale i sposób jego percepcji i odbioru. W przypadku przekazu ustnego nie jest to odbiór w sensie „przedmiotowym”, lecz jedynie na płaszczyźnie semantycznej. Komunikat jako coś materialnego, wymienianego między porozumiewającymi się – ankieterem i respondentem – w komunikowaniu ustnym nie występuje. Daje się on wyodrębnić jedynie teoretycznie: w komunikacji ustnej, w przeciwieństwie do pisemnej, nie mamy bowiem do czynienia z komunikatem (pytaniem zadany respondentowi – przekaz „1’”) jako czymś odrębnym od aktu komunikowania, czymś co jest najpierw wytwarzane, a następnie przesyłane i odbierane. Dla respondenta pytanie postawione w sytuacji wywiadu nie jest czymś, co zostało uprzednio sformułowane i utrwalone przez jedną osobę (badacza), a następnie przekazane – odczytane przez inną (ankietera), lecz czymś, co jest mówione „tu i teraz”. Mówienie i słyszenie są dwoma składnikami aktu komunikowania się, nie zaś dwoma odrębnymi aktami, jak ma to miejsce w ankiecie. Słowo mówione zostaje narzucone słuchaczowi przez obecność mówiącego, a zatem zachowania ankietera i respondenta są zachowaniami wobec obecnego partnera z którym mają bezpośrednio do czynienia w tym samym punkcie przestrzeni i momencie czasowym: mówią/słyszają „tu i teraz” to, co „tu i teraz” jest słyszane/mówione. Brak dystansu czasowego, przestrzennego, a co za tym idzie i sytuacyjnego między ankieterem a respondentem, przesądza o odmienności relacji komunikacyjnej w wywiadzie i ankiecie. W ankiecie komunikacja pisemna rozbija nie tylko jedność komunikowania i komunikatu; dystans sytuacyjny, przestrzenny i czasowy powoduje, iż czytanie nie jest tak jak słuchanie, postrzeganiem komunikującego i tego, co jest komunikowane, lecz aktem odbioru napisanego i przekazanego komunikatu (por. Lalewicz 1975: 72–75)¹⁹.

Pytanie zadane przez ankietera zostaje odebrane przez respondenta i wywołuje określoną reakcję słuchacza. Jest nią ustna wypowiedź, którą można nazwać odpowiedzią respondenta (przekaz „2’’). Jest to trzeci z kolei przekaz w opisywanym procesie i tak jak poprzedni jest on także ustny (stąd jest on również oznaczony linią „podwójną’’). W tym momencie dialogu następuje zatem odwrócenie ról: ankieter, będący „pośrednim’’ nadawcą staje się odbiorcą, respondent natomiast – nadawcą, osobą formułującą i przekazującą swą

¹⁹ Dla podkreślenia dystansu czasowo-przestrzennego między nadającym badaczem, z jednej strony, a „odtworzącym’’ ankieterem i odbierającym respondentem – z drugiej, w schemacie 3 zarówno ankietera, jak i respondenta symbolizują odpowiednie litery umieszczone w „podwójnych’’ okręgach (ankietera i respondenta, nie zaś badacza, ponieważ proces komunikowania rozpatrywany jest z perspektywy tego ostatniego, tzn. badacza).

odpowiedź. Ustna wypowiedź respondenta stanowi dla ankietera podstawę zapisu, który stanowi przekaz „2”. W tym fragmencie procesu następuje więc powtórna zmiana kanału komunikowania z ustnego na pisemny. Jest to sytuacja analogiczna do opisanej wcześniej, w której pytanie w kwestionariuszu przekształca się w pytanie do respondenta.

W procesie komunikowania w wywiadzie ankieter pełni więc kilka funkcji: nie tylko odbiera przekaz badacza (pełni zatem rolę odbiorcy), przekazuje – odczytuje ten komunikat (jest więc również w pewnym sensie nadawcą), ale także odbiera i dokonuje zapisu – utrwala wypowiedź respondenta, którą następnie przekazuje badaczowi (jest więc także odbiorcą i nadawcą). Analogicznie respondent: dokonuje słuchowego odbioru pytania, formułuje odpowiedź, a następnie ją werbalizuje, stając się w ten sposób nadawcą komunikatu. W przeciwieństwie jednak do sytuacji ankiety nie dokonuje on jej zapisu, nie utrwala swojej wypowiedzi – funkcję tę przejmuje ankieter. Można zatem powiedzieć, iż w ankiecie następuje komasacja ról: respondent wykonuje czynności, które w wywiadzie są przypisane i jemu, i ankieterowi. W wywiadzie natomiast, respondent jest pod tym względem znacznie mniej „obciążony”.

Bezpośrednim adresatem i odbiorcą ustnej wypowiedzi respondenta (komunikat „2”) jest ankieter. Badacz jest natomiast odbiorcą przekazu „2” – zapisanej w kwestionariuszu przez ankietera odpowiedzi respondenta. Oznacza to, iż badacz nigdy nie jest bezpośrednim adresatem i odbiorcą wypowiedzi respondenta (przekaz „2”), podobnie jak respondent nigdy nie jest odbiorcą pytania w kwestionariuszu (przekaz „1”), lecz odbiorcą pytania odczytanego przez ankietera (przekaz „1”). W ten sposób ankieter staje się niejako „współtwórcą” nadawanych komunikatów i to w dwojakim sensie. Uczestniczy on bowiem w nadawaniu komunikatu „1” – pytania w kwestionariuszu oraz komunikatu „2” – odpowiedzi respondenta. Stąd też, jak wspomniano, funkcji ankietera nie można sprowadzić do roli biernego, neutralnego przekaźnika komunikatów. Nie można także w związku z tym mówić, tak jak ma to miejsce w wypadku ankiety, o tożsamości źródła i materiału badawczego, tzn. odpowiedzi respondenta i odpowiedzi w kwestionariuszu (utrwalonej przez ankietera).

Przekazanie badaczowi przez ankietera komunikatu „2” – utrwalonej przez niego wypowiedzi respondenta – kończy zasadniczo proces wzajemnego komunikowania w danej sprawie w sytuacji wywiadu. Wymiana przekazów między ankieterem i respondentem nie stanowi jednak całości, oddzielonej od innych procesów zachodzących między nimi. Interakcja obejmuje nie tylko wzajemne wypowiedzi, ale ich ruchy, gesty, mimikę itp., które wywierają bezpośredni wpływ na przebieg procesu komunikowania. Te elementy interakcji, będące systemem komunikacji niewerbalnej, w schemacie 3 symbolizowane są przez „strzałki”, prowadzące od ankietera do respondenta i odwrotnie.

Podobnie jak w ankiecie, proces ten odbywa się w określonym miejscu i czasie, otoczeniu, które bezpośrednio oddziałują na uczestników tego aktu

– ankietera i respondenta. Zarówno w ankiecie, jak i w wywiadzie wiele elementów owego kontekstu jest jednakowych, np. przedmioty fizyczne znajdujące się w otoczeniu i ich cechy, osoby trzecie itp. Nowym jednak istotnym elementem tego otoczenia, który jest specyficzny dla wywiadu, jest obecność partnera dialogu²⁰. Nie tylko bowiem sama jego obecność (tzn. ankietera dla respondenta i respondenta dla ankietera), ale jego wygląd zewnętrzny, sposób zachowania, sposób i forma mówienia, poglądy itp., w znacznym stopniu determinują charakter i przebieg interwencji, a tym samym ostateczny efekt. Ogólnie, w wywiadzie wyróżnić można grupę czynników związanych z warunkami zewnętrznymi dialogu (wspomniane miejsce, pora roku, dzień, osoby trzecie itp.) oraz warunkami wewnętrznymi (tzn. psychospołeczne relacje między respondentem a ankieterem – atmosfera, wpływ i efekt ankierski itp.). W wywiadzie ów nowy element (tzn. obecny partner dialogu) jest zatem źródłem wewnętrznych uwarunkowań procesu komunikowania, które nie występują w ankiecie pocztowej. W przedstawionym schemacie (3), kontekst ten symbolizuje „podwójny” okrąg, natomiast oddziaływanie, którego jest on źródłem – „strzałki” prowadzące od owego okręgu do respondenta i ankietera. Na proces komunikowania w wywiadzie wpływ mają również inne czynniki, ogólne, które określimy jako pozakontekstowe. Rodzaje, a także mechanizm ich oddziaływania wydają się podobne, jak w wypadku ankiety, nie będą ich zatem tutaj omawiał.

Kończąc analizę, której celem było porównanie, skonfrontowanie różnych typów dialogów, będących podstawą uzyskiwania informacji w badaniach, podkreślić należy, iż, tak jak w wypadku ankiety, przedstawiony obraz procesu komunikowania w wywiadzie jest również w pewnym stopniu uproszczony. Prezentując schemat tego procesu w wywiadzie przyjęliśmy, o czym mówiliśmy, wiele założeń idealizujących. Rzeczywista interakcja dialogowa może odbywać się jednak w mniej lub bardziej odmienny sposób, a w skrajnych wypadkach w ogóle nie dojść do skutku. Również i same działania uczestników procesu mogą mieć inny charakter, znacznie bardziej złożony niż sugeruje to schemat. Ankieter może bowiem nie uznać pierwszej reakcji respondenta za definitywną i skierować do niego nową wypowiedź, która ma na celu uzyskanie zadowalającego rezultatu, tzn. odpowiedzi, którą uzna za istotną. Tego typu nowych wypowiedzi ankietera może być więcej niż jedna, w zależności od kolejnych reakcji respondenta (w przeciwieństwie do ankiety, mamy więc tutaj do czynienia z sytuacją, w której nie sam respondent, lecz ankieter dokonuje „oceny” poprawności i kompletności jego wypowiedzi). Reakcja respondenta może mieć także zupełnie inny charakter. Może nie stanowić ona próby

²⁰ Na wagę obecności partnera jako elementu wywiadu kładzie nacisk bardzo wielu badaczy (zob. m. in.: Lutyńska 1978). Zazwyczaj jednak mówi się o wpływie ankietera, znacznie rzadziej natomiast o wpływie respondenta na zachowania ankietera (Sztabiński 1995a).

udzielenia odpowiedzi na pytanie, lecz być nim sama, np. prośba o powtórzenie pytania, wytłumaczenie występujących terminów itp. (podobny sens mogą zresztą mieć także gesty). Tego typu reakcje respondenta, zmierzające do sprowokowania dodatkowych wypowiedzi ze strony nadawcy, jak i one same, nigdy nie występują w ankiecie, a zatem nie będzie miało miejsca odwrócenie ról pytający – odpowiadający. Rodzaj dodatkowych wypowiedzi ankietera zależy przede wszystkim od rodzaju zachowania respondenta, od charakteru dotychczasowej reakcji słownej respondenta. Ogólnie rzecz biorąc, dodatkowe wypowiedzi ankietera zmierzają do usunięcia barier komunikacyjnych i dostosowania bodźca, którym jest zadane pytanie, do możliwości respondenta. Pamiętać jednak należy, iż dodatkowe wypowiedzi ankietera kryją w sobie wiele niebezpieczeństw. W niektórych bowiem wypadkach mogą zmienić sens pytania bądź uzupełnić je nowymi treściami, powodując w ten sposób nie zamierzone przez badacza zniekształcenie bodźca (z tego typu potencjalnym źródłem zniekształceń nie mamy oczywiście do czynienia w ankiecie pocztowej).

Wymiana przekazów między ankieterem i respondentem w wywiadzie nie zawsze sprowadza się zatem do zadania pytania i reakcji, która jest odpowiedzią istotną bądź nie. Wymiana ta może być kilkakrotna, a treść konkretnych wypowiedzi różnorodna. Przedstawiony schemat upraszcza więc przebieg procesu komunikowania się w wywiadzie, sprowadzając nieraz kilka wypowiedzi ankietera i respondenta do dwóch przekazów, a wielokrotną ich wymianę do wymiany jednorazowej²¹.

Obecnie, tak jak poprzednio, należy poświęcić trochę uwagi poszczególnym wyróżnionym w schemacie przekazom. Pierwszym z nich, jak w wypadku ankiety, jest sformułowany i utrwalony przez badacza przekaz „1”. Jest nim pisemne pytanie przeznaczone, za pośrednictwem ankietera, dla respondentów. Pierwszym bezpośrednim jego odbiorcą jest więc ankieter. Przekaz ten, jak już wspominaliśmy, jest odbierany przynajmniej dwukrotnie: raz w trakcie szkolenia, drugi raz w trakcie wywiadu. Pytaniu temu towarzyszy skierowana do ankietera dyrektywa zapisu odpowiedzi (reakcji) respondenta. Ze względu na swoje cechy formalne oraz towarzyszące mu dyrektywy, pytanie ukierunkowuje odpowiedzi respondenta, w pewnym stopniu ujednocila je (jak w przypadku ankiety, badacz osiąga to poprzez odpowiednie sformułowanie pytania i dyrektyw). Przekaz „1” jest komunikatem pisemnym, który „przeistacza się” w ustny (przekaz „1'”) w momencie odczytywania go przez ankietera respondentowi. Oczywiście jest, iż w przypadku właściwej jego lektury (zakładanej

²¹ Uproszczenie to nie ma większego znaczenia dla prowadzonej analizy; ze względu na swoją treść, każdy kolejny przekaz ankietera powinien bowiem stanowić równoważnik pytania w kwestionariuszu i, analogicznie, złożony przekaz respondenta można traktować jako równoważnik jednej odpowiedzi.

zresztą przez badacza) przekaz „1” i „1’” są identyczne treściowo, ich struktury są analogiczne, a zatem jeden i drugi w tym samym stopniu wyznaczają, ukierunkowują charakter i strukturę odpowiedzi respondenta (przekaz „2”). Ze względu jednak na fakt, iż ankietę nie jest biernym i „neutralnym przekazywaczem”, lecz wprost przeciwnie – aktywnym, może się zdarzyć, iż nieświadomie zmieni on, zmodyfikuje sens pytania bądź uzupełni je nowymi treściami, powodując nie zamierzone przez badacza zniekształcenie bodźca. W procesie komunikowania ustnego znaczenie jest bowiem w pewnym sensie potencjalne, a zostaje dopiero ostatecznie ukonkretnione przez całą sytuację użycia języka: miejsce, czas, rolę i wzajemny stosunek uczestników i elementy pozajęzykowe. Rola wspomnianych elementów niewerbalnych (gesty, mimika itp.) jest bardzo ważna. W sytuacjach potocznych, które wywiad ma imitować, mogą one w sposób istotny modyfikować przekazywanie znaczenia, np. ironiczny ton wypowiedzi, porozumiewawcze mrugnięcie okiem towarzyszące wypowiedzi itp. (Ziółkowski 1980: 150–151). Stąd też, pomijając nawet problem „tworzenia” sensu komunikatu, pytanie zadane respondentowi (przekaz „1’”) nigdy nie będzie w przeciwieństwie do ankiety tożsame z pytaniem w kwestionariuszu (przekaz „1”), a odpowiedź respondenta nie będzie reakcją na pytanie w kwestionariuszu, lecz na jakieś inne (z tego typu potencjalnym źródłem destandardyzacji bodźca, a zatem i zniekształcenia procesu komunikowania, nie mamy oczywiście do czynienia w ankiecie). W wywiadzie więc, w przeciwieństwie do ankiety, pełna standaryzacja słowna, tzn. literalne przekazanie przez ankietera tekstu pytania, jest praktycznie niemożliwa. Nie można jednak założyć, iż w ankiecie owa standaryzacja słowna jest równoznaczna z rzeczywistą standaryzacją znaczeń (różnice poziomów kompetencji językowej respondentów, skojarzeń itd. sprawiają, że te same słowa nie są jednakowo przez nich percypowane i rozumiane). W wywiadzie natomiast, jak się wydaje, istnieje możliwość osiągnięcia standaryzacji znaczeń, dzięki właśnie pewnej destandardyzacji słownej, a więc poprzez modyfikowanie przez ankietera pytań stosownie do poziomu umysłowego czy sposobu reakcji ze strony respondenta (Gostkowski 1961: 75). Rzeczą oczywistą jest jednak, iż dyrektywy określające zakres oraz formę ewentualnych modyfikacji – wraz z pewnymi kluczowymi zwrotami – winny być sformułowane przez badacza i zawarte w instrukcji.

Reakcją na odczytane przez ankietera pytanie jest ustna odpowiedź respondenta (przekaz „2”), której treść i forma w znacznym stopniu wyznaczona jest przez ten pierwszy komunikat. Odpowiedź ta zostaje słuchowo odebrana przez ankietera, a następnie (bądź jednocześnie) utrwalona w postaci zapisu w kwestionariuszu. W tym momencie w wywiadzie następuje zatem (kolejna już) transformacja sformułowanego przez respondenta ustnego przekazu „2” w pisemny przekaz „2’” – wytwarzany przez ankietera, a tym samym zmiana kanału komunikowania. Decyduje ona o tym, iż, w przeciwieństwie do ankiety, materiał badawczy, który stanowi utrwalona odpowiedź respondenta,

nigdy nie jest tożsamy ze źródłem informacji (odповідzią respondenta), a zatem badacz nigdy nie ma bezpośrednio do czynienia z wypowiedzią respondenta, lecz wypowiedzią ankietera, relacjonującą tę pierwszą. O braku tożsamości czy pełnej odpowiedniości między źródłem informacji a materiałem badawczym decyduje zresztą nie tylko zmiana kanału komunikowania, która przesądza niejako o „naturalnym” zubożeniu przekazu²². Decyduje również o tym określony przez dyrektywy zawarte w przekazie „1” (instrukcji) charakter zapisu. Może on być różny w zależności od celu, jaki ma pełnić. W wypadku gdy jest nim rejestracja odpowiedzi (reakcji) respondenta – zapis powinien być dosłowny. W przeciwieństwie jednak do ankiety dokonanie zapisu rejestrującego – dosłownego, jest praktycznie niemożliwe (m.in. z powodów, o których wspominałem wyżej). Celem zapisu może być również zaliczenie odpowiedzi respondenta do określonej czy określonych kategorii, przewidzianych przez badacza i zamieszczonych w tekście kwestionariusza. W tym wypadku, tak jak w ankiecie, mamy do czynienia z zapisem kategoryzującym. W wywiadzie, przy tego typu zapisie abstrahuje się jednak z reguły od wielu cech odpowiedzi (reakcji) respondenta, które mogą się samorzutnie pojawić w ankiecie. Wiele tych cech pomija się nawet przy zapisie rejestrującym czy zapisie sensu, w których to wypadkach mogą być zachowane jedynie pewne indywidualne rysy odpowiedzi. Należy tutaj także zaznaczyć, iż w wywiadzie, w jeszcze mniejszym stopniu niż w ankiecie, rodzaj pytania wyznacza charakter zapisu, tzn. pytanie zamknięte i zapis kategoryzujący oraz pytanie otwarte i zapis rejestrujący nie są sobie jednoznacznie przyporządkowane. W pytaniach zamkniętych instrukcja przewidywać bowiem może dokonywanie zapisu rejestrującego wypowiedź respondenta. Częstsze natomiast wydają się wypadki, w których odpowiedzi na pytania otwarte (np. tzw. niedoskonałe pytania zamknięte lub pytania wymagające podwójnego wyboru) mają być zaliczane do ustalonych z góry kategorii. Jest to więc sytuacja, w której pytaniom otwartym towarzyszy dyrektywa dokonania zapisu kategoryzującego, która oczywiście nigdy nie pojawi się w ankiecie. O ile jednak, biorąc pod uwagę częstotliwość występowania, w ankiecie można wyróżnić dwa dominujące typy pytań i zapisów (tzn. zamknięte z zapisem kategoryzującym lub mieszanym oraz otwarte z zapisem rejestrującym), o tyle w wywiadzie kwestionariuszowym wskazać można trzy ich typy. Są to: pytania zamknięte z zapisem kategoryzującym lub mieszanym; pytania otwarte z zapisem rejestrującym oraz otwarte z zapisem kategoryzującym lub mieszanym (Lutyński 1972: 54).

Odbiegając nieco od zasadniczego toku rozważań, wskazać należy pewną istotną odmienną przekazów pisemnych i ustnych. Otóż, przekaz ustny nie

²² Mówimy tutaj o „naturalnym” zubożeniu przekazu ustnego rejestrowanego za pomocą pisma, ze względu na fakt, iż nawet w przypadku zapisu dosłownego umykają wszystkie treści przekazywane kanałami pozawerbalnymi. Poza tym, nie wszystkie wypowiedziane słowa dają się sprowadzić do pisemnych symboli (Meerloo 1952: 64–67).

charakteryzuje się z reguły nigdy tym samym stopniem poprawności językowej co tekst. Chodzi tutaj głównie o poprawność – zgodność z regułami gramatycznymi, szyk zdania i porządek wypowiedzi. Posługując się terminologią wprowadzoną przez B. Bernsteina, można powiedzieć, iż reguły konstrukcji przekazu pisemnego – tekstu, są pochodne od tych, które cechują kody rozwinięte. Analogiczna relacja zachodzi między przekazami ustnymi – wypowiedziami i kodami ograniczonymi. Ogólnie można zatem powiedzieć, iż ta sama jednostka, spośród osobistego repertuaru tworzącego jej idiolekt, wybiera różne formy językowe w zależności od tego, czy jej zachowania werbalne przyjmują postać wypowiedzi czy tekstu (Lalewicz 1975: 87–88; Piotrowski 1979: 154; Piotrowski, Ziółkowski 1976:129, 146–199).

Mówiąc o dwóch typach przekazów – ustnych i pisemnych – należy podkreślić jeszcze jedną bardzo ważną sprawę. Otóż w komunikacji pisemnej zachodzi bardzo silne sprzężenie zwrotne między przekazem a jego twórcą, tzn. pisemną wypowiedzią respondenta a nim samym. Widzimy i odczytujemy to, co napisaliśmy (wytworzony przekaz), i jesteśmy w stanie dokonać każdej zmiany, modyfikacji. W komunikacji ustnej sprzężenie zwrotne między nadawcą – respondentem a przekazem – odpowiedzią także występuje, przy czym jest ono znacznie słabsze – słyszymy swój głos i możemy poprawić wymowę, intonację, możemy poprawić na właściwą składnię zdania itp. Nigdy nie będą to jednak tak daleko idące modyfikacje, jak może mieć to miejsce w przypadku pisania. Podobny charakter ma sprzężenie między nadawcą – ankierem a przekazem – pytaniem. On także może modyfikować swój przekaz poprzez zmianę intonacji, tempo mówienia itp., aczkolwiek winien to robić w ograniczonym zakresie, a modyfikacje te nie mogą dotyczyć treści przekazu. Najistotniejszy w komunikacji ustnej jest jednak inny rodzaj sprzężenia zwrotnego, który nigdy nie występuje bezpośrednio w procesie komunikowania za pomocą pisma. Jest to sprzężenie zachodzące między nadawcą komunikatu i jego odbiorcą. W tym wypadku bowiem nadawca (w wywiadzie np. respondent) zwraca uwagę – obserwuje reakcje odbiorcy i stale modyfikuje swoje przekazy i zachowania zgodnie z tym, co zaobserwuje i usłyszy od niego. W wywiadzie mamy zatem do czynienia z dwoma rodzajami sprzężenia zwrotnego: między respondentem i ankierem (nadawcą i odbiorcą) oraz nadawcą (ankierem/respondentem) i artykułowanym przez niego przekazem (Schramm 1955: 9).

Omawiając proces komunikowania się między badaczem a respondentem w ankiecie pocztowej, czy też wywiadzie, zauważyć można, iż każdy z tych procesów daje się podzielić na pewne fragmenty. W ankiecie pocztowej można wskazać zasadniczo cztery oddzielone w czasie i przestrzeni fragmenty. Pierwszy z nich to nadawanie przez badacza komunikatu. Obejmuje on formułowanie przez niego pytania w kwestionariuszu oraz przekazanie go adresatowi, tzn. osobie, dla której jest przeznaczony. Doręczenie ko-

munikatu adresatowi odbywa się za pośrednictwem określonego kanału – poczty. Drugim fragmentem jest odebranie komunikatu przez respondenta. Rozpoczyna go doręczenie przekazu adresatowi (respondentowi), co nie jest jednak równoznaczne z komunikowaniem. Komunikacja rozpoczyna się bowiem w akcie lektury; coś zostaje zakomunikowane dopiero wówczas, gdy przekaz zostaje przeczytany. Adresat – respondent intencjonalny – musi stać się czytelnikiem – rzeczywistym podmiotem lektury, osobą, która przeczytała nadany, tzn. wytworzony i przekazany, komunikat. Trzecim fragmentem jest nadawanie przez respondenta przekazu. Obejmuje on sformułowanie przez respondenta odpowiedzi na skierowane do niego pytanie (reakcja na pytanie) oraz przekazanie jej adresatowi, którym jest badacz. Doręczenie komunikatu również odbywa się za pośrednictwem poczty. Czwartym i ostatnim fragmentem jest odbiór przez badacza odpowiedzi respondenta zawartej w kwestionariuszu. Każdy z tych czterech fragmentów można opisać w kategoriach: nadawanie przekazu – odbiór przekazu.

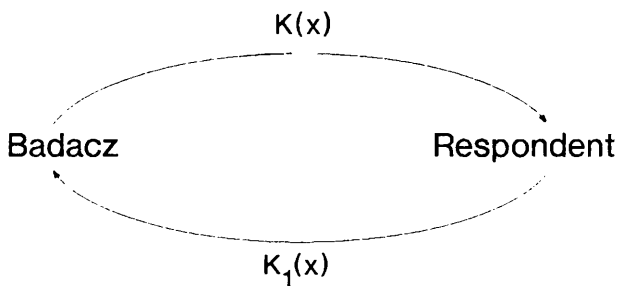
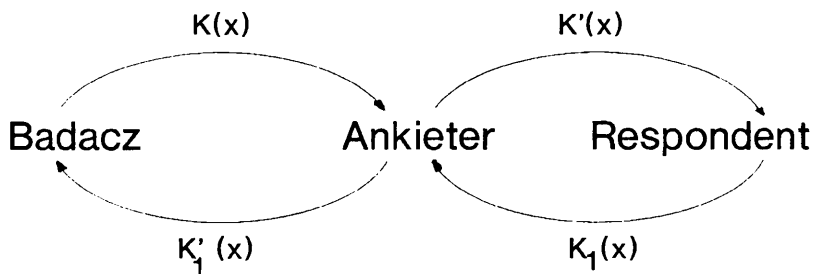
Pierwszy z nich odpowiada sytuacji, w której badacz nadaje – pisze „tu i teraz to, co adresat – respondent kiedyś i gdzieś będzie czytał” (lektura jest więc dla badacza zdarzeniem przyszłym). Drugi fragment to odbiór – czytanie przez respondenta „tu i teraz tego, co kiedyś i gdzieś napisał badacz” (formułowanie przekazu przez badacza jest dla niego faktem z przeszłości). Trzeci fragment to nadawanie – pisanie przez respondenta „tu i teraz tego, co adresat – badacz kiedyś i gdzieś będzie czytał” (lektura jest dla respondenta zdarzeniem przyszłym). Z kolei czwarty fragment, to odbiór – czytanie przez badacza „tu i teraz tego, co kiedyś i gdzieś napisał respondent” (pisanie jest dla niego zdarzeniem przeszłym). Wydaje się, iż tego typu interpretacja procesu komunikowania się najlepiej odzwierciedla dystans czasowy, sytuacyjny i przestrzenny, oddzielający badacza (nadawcę – odbiorcę) i respondenta (odbiorcę – nadawcę).

W procesie komunikowania w wywiadzie kwestionariuszowym wskazać można przynajmniej sześć takich fragmentów. Są to: (1) nadawanie przez badacza przekazu, (2) jego odbiór przez ankietera, (3) przekazanie przez ankietera komunikatu i jego odbiór przez respondenta, (4) wytworzenie przez respondenta nowego przekazu i jego odbiór przez ankietera, (5) utrwalenie przez respondenta przekazu ankietera oraz (6) odbiór przekazu ankietera przez badacza. Trzeci i czwarty fragment tego procesu są nieco odmienne od pozostałych. Ujmują one bowiem odbiór i nadawanie przekazu jako jedną całość. Wynika to z tego, iż wymieniane komunikaty są przekazami ustnymi, a zatem nie istnieją (tak jak przekazy w ankiecie) na sposób rzeczy. Komunikat ustny nie jest bowiem czymś, co najpierw zostaje wytworzone, następnie przekazane i dopiero potem odbierane; zostaje on narzucony odbiorcy – słuchaczowi w trakcie mówienia. Każdy z tych fragmentów można także opisać w kategoriach „nadawanie – odbiór”. Pierwszy z nich to nadawanie przez badacza: „ja [badacz] piszę tu i teraz to, co on [ankieter] kiedyś i gdzieś

będzie czytał” (jest więc to dla niego zdarzenie przyszłe). Drugi fragment to lektura przekazu badacza dokonywana przez ankietera: „ja [ankieter] czytam tu i teraz to, co kiedyś i gdzieś on [badacz] napisał” (formułowanie przekazu przez badacza jest dla niego faktem z przeszłości). Trzeci fragment to nadawanie przez ankietera przekazu i jego odbiór przez respondenta: „ja [ankieter] mówię tu i teraz to, co tu i teraz on [respondent] słyszy – ja [respondent] słyszę tu i teraz to, co tu i teraz on [ankieter] mówi” (są to więc akty równoczesne). Czwarty to nadawanie przez respondenta nowego przekazu i jego odbiór przez ankietera: „ja [respondent] mówię tu i teraz to, co tu i teraz on [ankieter] słyszy – ja [ankieter] słyszę tu i teraz to, co tu i teraz on [respondent] mówi” (są to także akty równoczesne). Piąty fragment to utrwalanie przez ankietera przekazu respondenta: „ja [ankieter] piszę tu i teraz to, co on [respondent] tu i teraz mówi, a co kiedyś i gdzieś adresat [badacz] będzie czytał” (lektura jest więc dla niego zdarzeniem przyszłym). Szósty i ostatni fragment tego procesu to odbiór przekazu – dokonywana przez badacza lektura „tego, co gdzieś i kiedyś powiedział respondent, a co gdzieś i kiedyś zapisał ankieter” (dla badacza są to więc akty przeszłe). Tego typu ujęcie procesu komunikowania w wywiadzie kwestionariuszowym, w pewnych fragmentach jest bardzo zbliżone do komunikowania się w ankiecie. Analogia ta nie dotyczy jednak badacza i respondenta, lecz badacza i ankietera. Oznacza to, iż zasadniczo proces komunikowania się między badaczem i ankieterem (w wywiadzie) formalnie jest identyczny, jak dialog badacza i respondenta w ankiecie.

Analizując proces komunikowania się w wywiadzie skupiłem się głównie na wymianie przekazów między ankieterem i respondentem, w mniejszym zaś stopniu, między badaczem i ankieterem. Jest to o tyle uzasadnione, że pierwsze ze wspomnianych „ogniw łańcucha komunikacyjnego” odgrywa szczególnie istotną rolę w całym procesie. Nie oznacza to jednak, że drugie z nich (komunikowanie się badacza z ankieterem) można by pominąć. Wywiad jest bowiem typową sytuacją, w której jedna osoba (badacz) komunikuje się w danej sprawie z drugą (respondentem) za pośrednictwem trzeciej (ankietera). Ankieter odgrywa zatem, o czym wspominaliśmy, rolę przekaźnika, łącznika i pośrednika między badaczem i respondentem²³. Jego pojawienie się, a także wielokrotna zmiana kanału komunikowania w znacznym stopniu „komplikuja” przepływ informacji między badaczem a respondentem i stają się potencjalnymi źródłami zakłóceń, zniekształceń i innego typu „szumów” komunikacyjnych. Jeżeli bowiem proces komunikowania się w ankiecie pocztowej, w sposób najbardziej uproszczony, przedstawimy jak na schemacie 4, to w wywiadzie musimy ująć go w formułę zilustrowaną schematem 5.

²³ Proces komunikowania w wywiadzie można by więc rozpatrywać jako dwa odrębne, choć zależne od siebie i powiązane układy komunikowania: między badaczem i ankieterem oraz ankieterem i respondentem.

Schemat 4. Proces komunikowania się w ankiecie pocztowej**Schemat 5.** Proces komunikowania się w wywiadzie kwestionariuszowym

Uwaga. Poszczególne symbole oznaczają: $K(x)$ – przekaz badacza w sprawie x (pytanie dla respondenta); K_a (pytanie zadane respondentowi); $K_1(x)$ – przekaz respondenta (odpowiedź); $K'_1(x)$ (zapis odpowiedzi respondenta); strzałki oznaczają kierunek przekazywania poszczególnych komunikatów.

Proces komunikowania w ankiecie pocztowej można zatem określić jako „jednoogniowy”, podczas gdy w wywiadzie – „dwuogniowy”. W przeciwieństwie do ankiety, badacz i respondent są więc całkowicie zależni informacyjnie od pośrednika – ankietera. Do żadnego z nich nie docierają bezpośrednio przekazy partnera, lecz przekazy „przefiltrowane” przez świadomość ankietera i będące przekazami o przekazach (Westley, Mac Lean 1957: 31–48). Ankieter będący pośrednikiem staje się jednocześnie współautorem poszczególnych przekazów. Badacz interpretując uzyskany materiał nie dociera zatem (jak ma to miejsce w przypadku ankiety) do źródła, tzn. wypowiedzi respondenta, lecz jedynie do jej zapisu, który powstał w wyniku interpretacji owej odpowiedzi, dokonanej przez ankietera (w wywiadzie badacz dokonuje więc interpretacji zinterpretowanego przekazu). Wspomniana powyżej „po-

dwójna” interpretacja, a także wielokrotna zmiana kanału komunikowania i brak „neutralności przekąźnika” stanowią zatem potencjalne źródło zniekształceń wymienianych przekazów, a tym samym zwiększone zostaje prawdopodobieństwo uzyskania niepożądanego efektu końcowego, tzn. zafalszowania obrazu badanych zjawisk.

Należy tutaj podkreślić jeszcze jedną, jak się wydaje istotną sprawę. Otóż w przypadku ankiety, proces komunikowania się między badaczem i respondentem określić można mianem komunikacji potencjalnej czy też interakcji opóźnionej, w której nadawca (badacz) formuluje przekaz w sposób intersubiektywnie dostępny i zgodnie z kodem wspólnym dla jakiejś grupy społecznej, ale proces komunikowania aktualnie nie zachodzi. Zostaje on czasowo zawieszony w próżni społecznej, co związane jest z dystansem czasowo-przestrzennym między nadawcą a określonym odbiorcą. Proces ten aktualizuje się w momencie lektury przekazu dokonywanej przez odbiorcę w momencie jego dekodowania. Ten typ interakcji „opóźnionej” jest możliwy dzięki zastosowaniu środków pośredniego komunikowania – operuje się w niej bowiem przekazem zakodowanym w trwałą sposób i wybiegającym w czas i przestrzeń (Kłoskowska 1983: 288–302). W wypadku komunikowania się w wywiadzie dokonanie tak jednoznacznej kwalifikacji tego procesu jest znacznie trudniejsze. Jak bowiem wspomniano, może on być rozpatrywany jako dwa odrębne (czasowo i przestrzennie) układy czy procesy zachodzące między badaczem i ankietą oraz ankietą i respondentem. Każdy z tych układów rozpatrywany osobno jest procesem komunikacji aktualnej (Kłoskowska 1983: 287–288). Jeżeli jednak spojrzymy na komunikowanie się w wywiadzie jako na dialog między badaczem a respondentem, to nie będzie to proces – interakcja aktualna, dokonująca się tu i teraz, lecz tak, jak w ankiecie – „opóźniona”. Badacz/respondent nie formuluje bowiem komunikatu w obecności odbiorcy – nie przekazuje go bezpośrednio respondentowi/badaczowi. Komunikowanie to aktualizuje się dopiero w momencie odczytania tekstu pytania respondentowi (odczytania zapisu odpowiedzi przez badacza).

W związku z powyższymi uwagami pojawić się może pytanie, czy w przypadku wywiadu kwestionariuszowego możemy w ogóle mówić o komunikowaniu się badacza z respondentem, czy też może należałoby mówić o komunikowaniu między badaczem i ankietą oraz ankietą i respondentem. Jednocześnie jest to pytanie o wzajemny stosunek źródła informacji do materiału badawczego: czy i w jakim stopniu zapis ustnej odpowiedzi może być jej odzwierciedleniem; czy i w jakim stopniu ankietę interpretujący i dokonujący zapisu jest współtwórcą i współautorem wypowiedzi stanowiących materiał badawczy²⁴.

²⁴ Do zagadnień tych powrócę w drugiej części pracy.

ROZDZIAŁ 3

Ankieta pocztowa i wywiad kwestionariuszowy: możliwości i potencjalne ograniczenia

Mówiąc o możliwościach i ograniczeniach ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego nie sposób nie odwołać się do wspomnianych we wstępie „rankingów” technik. Poniżej przedstawimy jeden z nich dokonany przez J.H. Freya (1983). Jest to wynik porównania trzech procedur surveyowych – ankiety pocztowej, wywiadu kwestionariuszowego i wywiadu telefonicznego:

Zestawienie 2. Porównanie ankiety pocztowej, wywiadu kwestionariuszowego i wywiadu telefonicznego

Kryterium oceny\procedura	Ankt. Pt.	Wyw. Kw.	Wyw. Tel.
1. Koszty	1	4	2
2. Personel – ankieterzy	–	4	3
3. Personel – nadzór	2	3	4
4. Czas realizacji	4	4	1
5. Kompletność próby	3	1	1
6. Odsetek realizacji	4	2	2
7. Odsetek odmów	?	3	3
8. Niedostępność respondentów	2	3	2
9. Możliwość badania elit	4	1	2
10. Właściwy respondent	4	2	2
11. Kontrola ankieterów	–	3	1
12. Odpowiedzi „prywatne”	1	4	3
13. Brak odpowiedzi	3	2	3
14. Długość kwestionariusza	3	1	2
15. Poczucie anonimowości	4	4	4
16. Pytania drażliwe	2	1	2
17. Możliwość sondowania	4	1	2
18. Możliwość wyjaśniania	4	1	2
19. Pytania trudne	3	1	3
20. Pytania otwarte	4	1	1
21. Materiały wizualne	2	1	4
22. Uczestnictwo innych osób	4	1	1

Uwaga. Poszczególne cyfry oznaczają: „1” – główna zaleta; „2” – zaleta; „3” – wada; „4” – główna wada; symbol „–” – „nie dotyczy”; „?” – „trudno określić”.

Pamiętając o zastrzeżeniach, które wysunąłem pod adresem tego typu „rankingów”, spróbuję sformułować własny „wykaz” potencjalnych możliwości i ograniczeń ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego.

Przedstawione charakterystyki procesów komunikowania się w ankiecie i wywiadzie pozwalają stwierdzić, iż zasadnicza różnica między nimi sprowadza się do osoby „pośrednika” między badaczem i respondentem, tzn. ankietera. Nieobecność ankietera w sytuacji ankiety jest, jak się wydaje, źródłem jej ograniczeń, ale i potencjalnych „możliwości”.

Brak „łącznika” – ankietera – między badaczem i respondentem (rolę tę pełni instytucja poczty) oznacza, iż badacz pozbawiony jest możliwości oddziaływania na proces uzyskiwania informacji i jego naocznej kontroli, a więc możliwości stwierdzenia, w jakich warunkach sytuacyjnych powstawał materiał, czy wpływ na otrzymywane informacje miały inne osoby itp. Brak kontaktu naoczego pozbawia go również możliwości kontroli uczestnictwa respondenta w tym procesie, tzn. stwierdzenia, kto występował w roli respondenta; czy była to faktycznie ta osoba, od której badacz chciał uzyskać informacje, czy też zupełnie ktoś inny²⁵. Ogólnie można zatem powiedzieć, iż w ankiecie pocztowej, poza pisemnymi „prośbami”, badacz praktycznie nie ma w ogóle żadnej szansy jakiegokolwiek oddziaływania, czy to na respondenta, czy to na formułowane przez niego przekazy. W przypadku ankiety mamy zatem do czynienia faktycznie z całkowitą dobrowolnością uczestnictwa w badaniach oraz odpowiadania na poszczególne pytania. Odpowiada ten, kto chce, i na te pytania, na które chce odpowiedzieć – nikt i nic nie jest w stanie zmusić respondenta do wypełnienia kwestionariusza, bądź udzielenia odpowiedzi na każde pytanie. W efekcie pojawić się mogą różnorodne zniekształcenia powodujące tendencyjność próby oraz tendencyjność odpowiedzi. Brak ankietera ogranicza także w pewnym stopniu możliwość prowadzenia badań wielotematycznych i wielopłaszczyznowych, podejmujących równocześnie i dotyczących zjawisk z różnych sfer życia społecznego. Ze względu na brak możliwości „dodatkowego motywowania” respondentów, pytania zawarte w kwestionariuszu nie mogą być zbyt trudne, a ich liczba zbyt duża. Również i sama wiarygodność informacji uzyskanych w ten „niekontrolowany” sposób wydaje się dla wielu badaczy problematyczna²⁶.

²⁵ Pamiętać należy, że kontakt naoczny z badanym nie zawsze gwarantuje możliwość kontroli procesu zbierania informacji (np. w ankiecie roznoszonej) oraz kontroli uczestnictwa respondenta (np. ankieta audytoryjna).

²⁶ Sądy na temat wiarygodności informacji uzyskiwanych w ankiecie są podzielone. Niektórzy badacze twierdzą, iż to odpowiedzi zawarte w kwestionariuszach ankiety charakteryzują się znacznie wyższym poziomem wiarygodności niż uzyskiwane w wywiadzie. Uzasadniają to tym, że ludzie mają tendencję do udzielania odpowiedzi bardziej szczegółowych i wyczerpujących w sytuacji, gdy nie ma bezpośredniego odbiorcy tych opinii (ankietera), który jest osobą zupełnie obcą. Inni twierdzą natomiast, iż odpowiedzi w ankiecie nigdy nie są odpowiedziami spontanicznymi, lecz „wyglądzone” i „oficjalnymi” i w związku z tym mniej szczerymi. W rozmowie ludzie mówią bowiem to, co naprawdę myślą, nie działają tutaj z taką siłą psychologiczne mechanizmy obronne, jak

Krańcowo odmienna jest sytuacja w wywiadzie, w trakcie którego między uczestnikami interakcji występuje kontakt naoczny, w związku z czym badacz (ankieter) ma możliwość „bezpośredniej” – naocznej kontroli procesu uzyskiwania informacji oraz kontroli uczestnictwa respondenta w tym procesie²⁷. Sytuacja wywiadu cechuje się zatem znacznie niższym poziomem dobrowolności uczestnictwa w badaniach (sama interakcja i jej przebieg jest niejako „wymuszany” przez obecnego „tu i teraz” ankietera), a w konsekwencji, w znacznym stopniu narusza subiektywne poczucie „prywatności” i anonimowości osoby badanej (por. Lutyńska 1989; Rostocki 1992; Staszyńska 1989: 57–66). Charakter kontaktu między badaczem i respondentem w wywiadzie wprowadza więc, w porównaniu z ankietą, nowe elementy, które decydować mogą o końcowym efekcie procesu badawczego, tzn. ilości i jakości uzyskanych materiałów.

Badacz stosując bowiem wywiad kwestionariuszowy ma możliwość otrzymania informacji od wszystkich niemal wylosowanych do badania jednostek (pełna realizacja próby), informacje te będą kompletne i, jak niektórzy twierdzą, wiarygodne. Procedura ta pozwala również na prowadzenie badań o charakterze wielopłaszczyznowym, dotyczących różnych sfer życia społecznego, w tym także problemów bardzo złożonych. Kwestionariusz może być zatem wielotematyczny, liczba zawartych w nim pytań nie musi być zbyt ograniczona, a i same pytania mogą być stosunkowo trudniejsze (ze względu na możliwość ewentualnych wyjaśnień). Co więcej, istnieje również możliwość pogłębiania niektórych problemów, zdobywania dodatkowych informacji, w tym także z obserwacji zachowań respondenta.

Zastosowanie wywiadu kwestionariuszowego pociąga jednak za sobą, w porównaniu z ankietą pocztową, szereg niedogodności i niebezpieczeństw. Są one związane z „pośrednictwem” ankietera i można je podzielić, jak się wydaje, na dwie grupy: merytoryczne i techniczno-organizacyjne.

Pierwsze z nich – merytoryczne – rzutują w sposób bezpośredni na jakość i wartość materiałów. Badacz stosując wywiad zakłada, że jego zapotrzebowanie informacyjne zostanie przekazane przez ankietera zgodnie z jego intencjami, a zapis w kwestionariuszu traktuje jako tożsamy z odpowiedzią respondenta. Założenie to jednak w praktyce, z reguły nie zostaje spełnione, ze względu na występowanie dwojakiego typu zniekształceń. Jedne z nich wynikają z immanentnych cech wywiadu i są niezależne od ankietera. W sytuacji,

racjonalizacja, projekcja itp. Wszystko to wpływa na to, że wypowiedzi uzyskiwane w ankiecie są, ich zdaniem, z natury rzeczy mniej wiarygodne. Por. m.in.: Alevizos (1959: 76), Black, Champion (1976:370–374; 390–396), Moser, Kalton (1971: 258), Parten (1950:72–85; 93–96), Sellitz, Wrightsman, Cook (1977: 290–304). Na gruncie polskim tego typu rozważania prowadzili: Bielawska, Słomczyński (1968:144–153), Gostkowski (1966: 57; 87), Słomczyński (1983: 106–112), Sotoma (1970: 223–281).

²⁷ Pomijam oczywiście w tym miejscu problem świadomych zafalszowań ze strony ankietera.

w której następuje bezpośrednie spotkanie dwóch osób (ankietera i respondenta) każda z nich postrzegana jest przez drugą w określonej roli, nie zawsze tożsamej z deklarowaną. Na przykład, funkcje przypisywane ankieterowi mogą być bardzo różne: począwszy od „współpracownika uczonego”, poprzez agitatora religijnego, a skończywszy na kontrolerze podatkowym czy nawet oszuście lub złodzieju (por. Staszyńska 1989: 49–99; Sztabiński 1995c; Sztabiński, Sztabiński 1994). Pierwsze wyobrażenie o ankieterze zostaje w trakcie dalszej interakcji rozbudowane o dalsze, dotyczące cech jego osobowości, jego poglądów itp. Stworzony w ten sposób, w oczach respondenta, „obraz” ankietera, oddziałuje (w sposób pozytywny lub negatywny) na jego zachowania i odpowiedzi, stając się źródłem wpływu, a w konsekwencji – efektu ankieterskiego (zob. m.in.: Lutyńska 1978: 143–174; Lutyński 1972: 47–62; Sztabiński 1995a; 1997; Zurn 1976: 147–176). Zniekształcenia te potęgowane są dodatkowo przez przypadkowe błędy, przejęzyczenia i pominięcia przy odczytywaniu pytań, nieadekwatność zapisu odpowiedzi respondenta (chodzi tutaj o brak możliwości dokładnego zapisu odpowiedzi respondenta z uwzględnieniem wszystkich odpowiedzi znaczeniowych). Drugi typ zniekształceń merytorycznych, związanych z osobą „pośrednika”, zasadniczo nie jest właściwy wywiadowi, ale zazwyczaj towarzyszy tej procedurze i jest zależny od ankietera. Chodzi tutaj o wszelkiego rodzaju świadome zafałszowania i oszustwa ze strony ankieterów, zarówno na etapie „dotarcia” do respondenta, jak i prowadzenia wywiadu, a więc np. celowe pominięcia pytań, ale także sugerowanie respondentowi odpowiedzi (zwłaszcza przy pytaniach trudnych i filtrujących). Nie można więc przyjąć, że uzyskany materiał badawczy (a więc zapis w kwestionariuszu) jest tożsamy ze źródłem informacji (wypowiedzią respondenta), a i sam stosunek tej wypowiedzi do badanej rzeczywistości, ze względu na wpływ ankieterski, nie jest jednoznaczny. W wywiadzie ankieter zawsze jest w pewnym stopniu współautorem i współtwórcą uzyskiwanych materiałów, niezależnie od tego, jakie idealizujące założenia przyjmuje badacz.

Drugi rodzaj niedogodności związanych ze stosowaniem wywiadu kwestionariuszowego ma charakter techniczno-organizacyjny. Wynikają one z konieczności skompletowania sztabu ankieterów odpowiednio przeszkolonych w zakresie przeprowadzania wywiadów socjologicznych, przeszkolenia ich w związku z konkretnymi badaniami, zapłacenia im za przeprowadzone wywiady oraz, co wiąże się ze świadomymi zniekształceniami ze strony ankieterów, konieczności bieżącej terenowej kontroli ich pracy, a także kontroli realizacji próby (por. Sztabiński 1995). Są to więc niedogodności związane ze złożonością organizacyjną badań, ich kosztownością oraz pracochłonnością.

Stosując ankietę pocztową nie ma się, co prawda tych możliwości, które stwarza wywiad (nadzór procesu zbierania materiałów i możliwość oddziaływania na respondenta), ale unika się wszystkich wspomnianych niebezpie-

czeństw i niedogodności. To, że badacz kontaktuje się z respondentem bez pośrednictwa ankietera oznacza, bowiem, iż jego zapotrzebowanie informacyjne dociera w nie zmienionej formie do respondenta i odpowiednio – taki sam przekaz respondenta dociera do badacza. Zapis w kwestionariuszu ankiety uznać bowiem należy za pełny, tożsamy z odpowiedzią respondenta i „nie skażony” oddziaływaniem ankietera. W przypadku ankiety, również strona techniczno-organizacyjna badania zostaje znacznie uproszczona, a jego koszty są także znacznie, bo przynajmniej 5–10-krotnie niższe (Shosteck, Faiweather 1979).

Gdyby w tym momencie zakończyć rozważania dotyczące potencjalnych możliwości i ograniczeń tych dwóch procedur, należałoby stwierdzić, iż zastosowanie ankiety pocztowej przynieść może w wielu przypadkach znacznie więcej „korzyści” niż zastosowanie wywiadu kwestionariuszowego. A zatem potencjalnie – ze względu na swoje immanentne cechy – nie wywiad kwestionariuszowy, lecz ankieta pocztowa jest tą, która winna być jeśli nie podstawową, to przynajmniej równorzędną z wywiadem, procedurą surveyową. Powyższe stwierdzenie spróbuję zweryfikować w następnej części, analizując wyniki badań empirycznych prowadzonych przy zastosowaniu ankiety i wywiadu.

CZĘŚĆ 2

Przebieg procesów komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym. Analizy empiryczne

*Ankieta pocztowa, wywiad telefoniczny
i wywiad osobisty – która z tych metod
jest najlepsza? To wszystko zależy...
I to koniec.*

Don A. Dillman

ROZDZIAŁ 1

Rodzaje i zakres analiz porównawczych. Badania empiryczne

Porównując ze sobą dwie „modelowe” sytuacje badawcze: ankietę pocztową i wywiad kwestionariuszowy, pomijałem wszelkiego rodzaju możliwe deformacje tych procesów, a więc przypadki, w których np. kontakt między badaczem (ankieterem) i respondentem nie dochodzi w ogóle do skutku, zostaje w pewnym momencie przerwany lub zniekształcony (zostaje nawiązany z niewłaściwym respondentem). Znacznym uproszczeniem było także ograniczenie analizy do komunikowania się w zakresie jednego pytania. W rzeczywistości, w kwestionariuszu zamieszczonych jest wiele pytań, mniej lub bardziej tematycznie powiązanych ze sobą. Skoro zatem i w ankiecie, i wywiadzie następuje „zwielokrotnienie” interogacji (której przedmiotem jest jedno pytanie), zdarzyć się może, że w niektórych jej fragmentach mogą wystąpić pewne zakłócenia lub zniekształcenia (respondent np. nie udziela odpowiedzi na któreś z pytań). Przypadek taki oznacza, iż w danej sprawie (której dotyczyło pytanie) proces komunikowania nie doszedł do skutku. Nie jest to oczywiście równoznaczne z tym, iż w zakresie innych spraw wystąpiła analogiczna sytuacja. Rzeczywisty obraz procesu badawczego ulega dalszym komplikacjom, jeżeli weźmiemy pod uwagę, iż informacje uzyskuje się nie od jednego respondenta, lecz znacznej ich liczby (w zależności od wielkości próby).

W procesie badawczym mamy zatem do czynienia z sytuacją równoczesnego komunikowania się badacza z wieloma respondentami (w wywiadzie, oczywiście za pośrednictwem wielu ankieterów) w związku z wieloma różnymi sprawami. O „zwielokrotnieniu” przedstawionych w schemacie 1 i schemacie 3 procesów komunikowania w ankiecie i wywiadzie można więc mówić w dwojakim sensie: po pierwsze, ze względu na liczbę wymienianych przekazów (pytań i odpowiedzi), po drugie zaś – liczbę uczestniczących w interakcji respondentów.

Przechodząc jednakże od ujęcia „modelowego” do „opisowego” (analizującego rzeczywiste sytuacje komunikacyjne) musimy uwzględnić różnego

typu zniekształcenia i zakłócenia tych procesów. Dopiero bowiem na podstawie analizy porównawczej rzeczywistych procesów, można stwierdzić, czy i na ile określona forma komunikowania wpływa na przebieg procesu badawczego i uzyskane rezultaty. Analiza ta nie rozstrzygnie oczywiście całości problemów z tym związanych ani nie uwzględni wszystkich aspektów, niemniej jednak jej przedmiotem będą te, które wydają się najistotniejsze z punktu widzenia badacza, a mianowicie „ilościowa” i „jakościowa” ocena uzyskanych materiałów.

RODZAJE I ZAKRES EMPIRYCZNYCH ANALIZ PORÓWNAWCZYCH

Mimo wielu istotnych różnic w badaniach z zastosowaniem ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego, można wskazać dwie podstawowe analogie. Dotyczą one: (A) chronologii przebiegu procesu komunikowania oraz, (B) rezultatów informacyjnych procesu komunikowania (por. Sztabiński 1985; 1989; 1994).

Analogie te wyznaczają dwie podstawowe płaszczyzny empirycznych analiz porównawczych, przy czym, jest rzeczą oczywistą, iż prawidłowość przebiegu procesu komunikowania nie pozostaje bez wpływu na ogólnie pojętą wartość uzyskiwanych informacji.

Analiza przebiegu procesów komunikowania

Przedmiotem analizy przebiegu rzeczywistych procesów komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym będzie zarówno ich sfera pozajęzykowa, jak i językowa, a więc: (A.1) proces kontaktowania się badacza z respondentem w związku z danym przekazem oraz (A.2) proces interwencji¹.

A.1. Analiza, mająca na celu ocenę prawidłowości przebiegu procesu badawczego w sferze *kontaktu*, jest możliwa dzięki temu, iż zarówno w przypadku ankiety, jak i wywiadu wskazać można cztery zasadnicze warunki, które muszą zostać spełnione, aby uzyskać w ogóle jakiegokolwiek informacje. Są one następujące:

– badacz musi dokonać *dystrybucji* przekazów (tzn. spowodować, aby pytania zawarte w kwestionariuszu dotarły do właściwych respondentów – za pośrednictwem poczty lub ankietera);

¹ Dwie powyższe sfery procesu komunikowania: warstwa kontaktu i interwencji – wyróżniona ze względu na poszukiwaną informację – są wobec siebie paralelne i wzajemnie się przenikają. Rzeczą oczywistą jest, iż dają się one wyodrębnić jedynie analitycznie. Traktowanie ich jako rozłącznych jest więc zabiegiem uproszczającym rozważania.

– właściwi respondenci muszą podjąć *decyzję* dotyczącą swojego ewentualnego uczestnictwa w badaniu;

– respondenci muszą następnie *zrealizować* – wywiązać się z przyjętego „zobowiązania” (a więc udzielić odpowiedzi – pisemnej lub ustnej – na zawarte w kwestionariuszu pytania);

– i wreszcie, musi nastąpić *zwrot* wypełnionych kwestionariuszy badaczowi (także za pośrednictwem poczty lub ankietera).

Cztery powyższe warunki można traktować jako podstawowe fazy „modelowego” przebiegu procesu kontaktowania. Jeżeli któryś z nich nie zostanie spełniony, „modelowy” proces zostaje zakłócony – przerwany lub zniekształcony.

Z pierwszą sytuacją (*przerwanie kontaktu*) mamy do czynienia wtedy, gdy przekaz:

– w ogóle nie dociera do respondenta, np. ze względu na jego „nieosiągalność”,

– dociera do respondenta, lecz ten nie decyduje się na udzielenie odpowiedzi,

– respondent mimo podjętej decyzji nie udziela odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu,

– respondent udziela odpowiedzi, ale wypełniony kwestionariusz z różnych przyczyn (np. zagubienie) nie dociera do badacza.

Druga sytuacja (*zniekształcenie kontaktu*) występuje natomiast wtedy, gdy przekaz:

– nie dociera do intencjonalnego respondenta, lecz zupełnie innej osoby (tzw. respondenta niewłaściwego),

– dociera do respondenta intencjonalnego, lecz zamiast niego odpowiedzi udziela zupełnie inna osoba, lub gdy osoba ta bezpośrednio wpływa na odpowiedzi respondenta².

Porównując zatem rzeczywisty proces (tzn. sposób, okoliczności i chronologię kontaktu – ogólnie – całą sytuację badawczą, wykreowaną w związku z danym przekazem) z „modelowym”, możemy stwierdzić, czy w danym konkretnym przypadku jego przebieg był prawidłowy, czy też nie. Na tej podstawie można dokonać oceny prawidłowości przebiegu tego procesu w skali całej zbiorowości, a więc stwierdzić w jakiej części materiały uzyskane zostały w wyniku „modelowego” przebiegu procesu kontaktowania, a w jakiej części zniekształconego. W rezultacie możliwa jest odpowiedź na pytanie „kto odpowiadał na ankietę/w wywiadzie?” (a więc, rozstrzygnięcie kwestii związanych z faktyczną jednostką badania, realizacją próby

² Analiza oraz szczegółowy opis możliwych form przebiegu procesu kontaktowania się badacza z respondentem jest przedmiotem studium: „Proces kontaktowania się w ankiecie pocztowej” (Sztabiński 1981a: 71–87).

założonej, jej reprezentatywnością itd.), a tym samym ogólna ocena przebiegu procesu badawczego w sferze pozajęzykowej.

Zaproponowany sposób oceny prawidłowości przebiegu procesu kontaktowania odbiega od stosowanego w praktyce. Najprostszym i najczęściej stosowanym przez badaczy kryterium oceny tego procesu jest bowiem odsetek realizacji próby założonej – chociaż sam sposób jego obliczania może być różny i budzić mniejsze lub większe zastrzeżenia (Daniłowicz, Sztabiński 1992: 125–132). Jego stosowanie jest uzasadnione, albowiem przy zbyt małej liczbie uzyskanych materiałów prawomocność wysuwanych wniosków może być kwestionowana. Posługując się tym wskaźnikiem pomijamy jednak problem faktycznej reprezentatywności zebranych materiałów. Cóż bowiem z tego, że uzyskamy wysoki odsetek realizacji próby założonej, skoro otrzymane informacje nie będą pochodziły od respondentów intencjonalnych (np. zamiast respondenta udziela odpowiedzi jego żona). Spowoduje to nie tylko brak reprezentatywności próby, ale także „tendencyjność” informacji (Gostkowski 1968: 57–58).

W praktyce, w standardowych badaniach możliwości prowadzenia analizy przebiegu procesu kontaktowania są ograniczone. Powyższa uwaga dotyczy przede wszystkim badań ankietowych, w których odtworzenie rzeczywistych przebiegów kontaktowania jest bardzo czaso- i pracochłonne (w chwili wysłania kwestionariuszy ankiety traci on bowiem kontrolę nad dalszymi etapami i, bez dodatkowych zabiegów, nie jest w stanie określić, jak daleko posunięta została ich destandardyzacja w sferze kontaktu). W wywiadzie natomiast, przynajmniej z założenia, stopień owej destandardyzacji jest znacznie niższy i znany badaczowi (dzięki obecności ankietera, jest on w stanie stwierdzić, czy i w którym momencie kontakt został zniekształcony lub przerwany, a także na skutek jakich przyczyn). Funkcje informacyjne pełni tutaj bowiem, zamieszczana na końcu każdego kwestionariusza, tzw. Ankieta do ankietera (Lutyńska 1968)³.

A.2. Ocena poprawności toku *interrogacji* jest drugim aspektem analizy przebiegu procesów komunikowania. Ma ona na celu określenie czy i na ile, rzeczywisty proces *interrogacji* był zgodny z zakładanym przez badacza – określonym w instrukcji do kwestionariusza oraz/lub w zawartych w kwestionariuszu dyrektywach.

Tego typu analiza jest możliwa dzięki standaryzacji przekazów będących przedmiotem wymiany. Wydrukowane w kwestionariuszu, w określonej kolejności, pytania (wraz z instrukcjami) nadają bowiem *interrogacji* określony tok i porządek, wskazują, na które z pytań należy uzyskać odpowiedź, które zaś

³ Jak wykazują jednak analizy empiryczne, wiarygodność informacji zawartych w Ankiecie do ankietera jest stosunkowo niewielka (Sztabiński 1996).

należy pominąć. Jeśli zatem kwestionariusz (ankiety lub wywiadu) nie zawiera np. zapisu odpowiedzi na pytanie, na które należało uzyskać odpowiedź, świadczy to o zakłóceniu toku interwencji⁴.

Ocena poprawności przebiegu procesu interwencji polega zatem na porównaniu „modelowej drogi” (od jednego do drugiego i kolejnych pytań), którą należy przejść udzielając odpowiedzi na pytania kwestionariusza, z „faktyczną drogą”. „Modelowe” schematy wypełnienia kwestionariusza odzwierciedlają sposób, w jaki powinien zostać on wypełniony, i tworzy się je na podstawie zawartych w nim instrukcji do pytań i reguł przejść. Są to więc te schematy, które powinny zostać zastosowane, aby kwestionariusz był wypełniony poprawnie. Schematy „faktyczne” odzwierciedlają natomiast sposób, w jaki kwestionariusz został wypełniony, i tworzy się je na podstawie zapisu odpowiedzi respondentów na poszczególne pytania (są to zatem te schematy, które w rzeczywistości zostały zastosowane przy wypełnianiu kwestionariusza).

„Modelowe” schematy interwencji, dla danej sekwencji pytań można graficznie przedstawić w sposób następujący:

„Modelowe” schematy interwencji: I i II

PYT. 1	PYT. 2	PYT. 3	PYT. 4	
+	+	+	+	Schemat I Schemat II
+	-	+	+	

Powyższe schematy „modelowe” przygotowane zostały dla sekwencji czterech pytań, z których:

- pyt. 1. jest pytaniem „filtrującym” (pytaniem kluczem), typu „Czy posiada P ? TAK – NIE”. Zadawane jest ono każdemu respondentowi (symbol „+”). Odpowiedź na nie wyznacza dalszy tok interwencji;
- pyt. 2. jest pytaniem podporządkowanym (np. „Ile posiada P.?”), zadawanym w przypadku odpowiedzi twierdzącej na pyt. 1. W przypadku odpowiedzi przeczącej, pytania 2. – na mocy reguły przejść – nie zadaje się (symbol „-”);
- pyt. 3. i 4. są pytaniami samodzielnymi, które zadaje się każdemu respondentowi.

Schemat I przedstawia sytuację, w której na pytanie „klucz” uzyskano odpowiedź twierdzącą, schemat II natomiast, gdy odpowiedź na nie była przecząca.

Z kolei „faktyczne” schematy interwencji, dla powyższej sekwencji pytań można graficznie przedstawić w sposób następujący:

⁴ Nawet w przypadku odmowy lub braku odpowiedzi respondenta, sytuacja taka winna zostać przez ankietera odnotowana.

„Faktyczne” schematy odpowiadające schematowi „modelowemu” I

PYT. 1	PYT. 2	PYT. 3	PYT. 4
+	+	-	+
+	-	+	+
+	+	+	+

Schemat I/1

Schemat I/2

Schemat I

Dwa pierwsze schematy (I/1 i I/2) różnią się od założonego i z tego względu uznać je należy za błędne. W wyniku ich zastosowania proces interogacji uległ zniekształceniu: w pierwszym, w sposób nieuprawniony pominięto pyt. 3.; w drugim natomiast, mimo odpowiedzi twierdzącej na pytanie „klucz” („Czy posiada P?”), nie zadano pytania podporządkowanego („Ile?”). Jedynie trzeci z przedstawionych schematów faktycznych jest zgodny ze schematem modelowym I.

„Faktyczne” schematy odpowiadające schematowi „modelowemu” II

PYT. 1	PYT. 2	PYT. 3	PYT. 4
+	+	-	+
+	-	-	+
+	-	+	+

Schemat II/1

Schemat II/2

Schemat II

W przypadku schematów faktycznych odpowiadających II schematowi modelowemu dwa pierwsze (schemat II/1 i II/2) różnią się od założonego i z tego względu uznane zostały za błędne. W pierwszym, mimo odpowiedzi przeczącej na pytanie „klucz”, zadano pytanie podporządkowane (pyt. 2.), pominięto natomiast pyt. 3. W drugim przypadku, także w sposób nieuprawniony pominięto pyt. 3. Jedynie trzeci z przedstawionych schematów faktycznych jest zgodny ze schematem modelowym II.

Schematy modelowe tworzy się *ex ante* (badacz jest w stanie je przewidzieć), natomiast faktyczne – *ex post* – na podstawie uzyskanych materiałów. Opracowuje się je dla każdego z kwestionariuszy osobno, następnie porównuje ze sobą, a wszelkie rozbieżności między nimi świadczą o zniekształceniach przebiegu procesu interogacji. Zniekształcenia te mogą być dwojakiego typu i polegają na tym, że:

- nie uzyskano odpowiedzi na pytanie, na które respondent winien udzielić odpowiedzi oraz
- uzyskano odpowiedź na pytanie, na które respondent nie powinien udzielić odpowiedzi.

W pierwszym przypadku nie otrzymujemy odpowiedzi pożądanej (*brak informacji*), w drugim zaś, otrzymujemy zbędną informację (*nadmiar informacji*). Rzeczą oczywistą jest, iż zniekształcenia pierwszego rodzaju są znacznie poważniejsze, ponieważ informacji zbędnych badacz może po prostu nie brać pod uwagę⁵.

⁵ Przyjęte tutaj rozróżnienie zniekształceń procesu interogacji jest pewnym uproszczeniem w stosunku do innych typologii i klasyfikacji „błędów” (por.: Brzozowska-Ejme, Kawka 1970; Kistelski 1981; 1985). Jednakże w przypadku, gdy rozporządząmy jedynie wypełnionymi

Warunkiem koniecznym prowadzenia takiej analizy jest przyjęcie założenia o istnieniu logicznej struktury kwestionariusza (tzn. logicznych związków między pytaniami) oraz jednoznaczności pytań i reguł przejść zawartych w kwestionariuszu. W przypadku, gdyby nie występował taki związek między pytaniami oraz gdyby pytania i reguły przejść nie były jednoznaczne (były różnie rozumiane przez poszczególnych respondentów, a w wywiadzie – ankieterów), prowadzenie jej byłoby w ogóle niemożliwe. Dodatkowo, ponieważ podstawą analizy są wypełnione kwestionariusze, rzeczą oczywistą jest, iż przyjąć także należy założenie o odpowiedniości między zapisem w kwestionariuszu i odpowiedzią respondenta.

Analiza rezultatów informacyjnych procesów komunikowania

Analiza rezultatów informacyjnych procesów komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym będzie prowadzona w trzech płaszczyznach. Wezmę w niej pod uwagę: (B.1) istotność uzyskiwanych informacji, (B.2) wiarygodność informacji oraz (B.3) obszerność odpowiedzi uzyskanych przy zastosowaniu tych dwóch technik.

W przeciwieństwie do analiz poprzedniego typu (przebiegu procesu komunikowania), które mają charakter „dynamiczny”, niniejsze można określić mianem „statycznych”. Nie analizuję w nich bowiem przebiegu procesów czy całych ciągów pytań zawartych w kwestionariuszu, lecz koncentruję się na pojedynczych – wyrwanych z „otoczenia” pytaniach.

Analizy takie są możliwe, ponieważ ich przedmiotem są utrwalone za pomocą pisma wypowiedzi respondentów (pomijam tutaj fakt, iż w ankiecie zostają one zapisane przez samych respondentów, podczas gdy w wywiadzie – ankieterów).

B.1. Celem analizy *istotności* odpowiedzi jest stwierdzenie, czy uzyskiwane informacje są odpowiedziami istotnymi, tzn. czy przynoszą poszukiwane przez badacza informacje (Lutyńska 1975: 13–75). Dzięki niej można rozstrzygnąć, czy dana odpowiedź zaspokaja zapotrzebowanie informacyjne badacza, czy też nie, a więc czy dany fragment procesu komunikowania może być oceniony jako taki, który zakończył się sukcesem lub niepowodzeniem.

Analizę istotności prowadzi się indywidualnie dla każdego pytania. Polega ona na ocenie zgodności zapisanej w kwestionariuszu odpowiedzi respondenta z zadaniem postawionym w pytaniu. Daną odpowiedź można uznać za istotną,

kwestionariuszami, bardziej od nich użyteczne wydaje się przedstawione powyżej (por. także: Bielawska, Słomczyński 1968: 123–144; Słomczyński 1968b: 101–106).

gdy możliwe jest zaliczenie jej do którejś z kategorii badanych zjawisk. Innymi słowy, odpowiedzią istotną jest taka reakcja respondenta na dane pytanie, którą badacz może wykorzystać przy rozwiązywaniu danego problemu (Lutyński 1972: 62–86). Określenie „istotność odpowiedzi” należy zatem zawsze relatywizować do zapotrzebowania badawczego. Jeżeli bowiem jedną i tę samą odpowiedź będziemy klasyfikować z różnych punktów widzenia, to, z jednej strony (ze względu na jedną poszukiwaną informację), może ona być nieistotna, a z drugiej – ze względu na inną poszukiwaną informację – istotna. I tak np. odpowiedź „nie mam zdania” jest odpowiedzią nieistotną, gdy interesują nas opinie respondentów. Ta sama odpowiedź będzie jednak istotną, gdy interesują nas nie opinie respondentów na dany temat, lecz sam fakt posiadania przez nich, bądź nie, opinii na dany temat. Ogólnie można więc powiedzieć, iż o istotności danej odpowiedzi decyduje stopień jej „użyteczności” dla rozwiązania danego problemu.

Analiza istotności może być wykorzystywana do oceny odpowiedzi jedynie na takie pytania, które, w danym przypadku, uznać można za poprawne. Oznacza to, że: w odniesieniu do pytania w kwestionariuszu sformułowana zostać musi poszukiwana informacja (pytanie badacza); w pytaniu kwestionariuszowym i pytaniu badacza nie ma błędów logicznych; poszukiwana informacja dotyczy tylko danego respondenta (Lutyńska 1975: 59–60). Dodatkowo, w przypadku wywiadu kwestionariuszowego należy przyjąć założenie, że pytanie przekazane zostało respondentowi poprawnie, zgodnie z instrukcją.

B.2. Analiza *wiarygodności* uzyskiwanych odpowiedzi służyć będzie ich ocenie w aspekcie „prawdziwości”. Pozwala zatem na pełniejszą ocenę rezultatów informacyjnych procesu komunikowania niż analiza istotności. Uznając daną odpowiedź za istotną można jedynie stwierdzić, iż proces ten nie zakończył się niepowodzeniem. Nie wszystkie bowiem odpowiedzi istotne prowadzą do uzyskania wiarygodnych informacji: przykładowo, odpowiedzi udzielane przez respondenta „na chybił trafił” mogą być prawdziwe jedynie przypadkowo. O sukcesie procesu interwencji świadczą zatem jedynie te odpowiedzi, które przynoszą prawdziwe informacje, a więc takie, które pozwalają na zaliczenie odpowiedzi respondenta do tej kategorii badanych zjawisk, do której faktycznie one należą⁶. Aby rozstrzygnąć, czy dana odpowiedź jest „prawdziwa”, należy stwierdzić, czy w trakcie odpowiadania na pytanie zaszły w respondencie pożądane przez badacza procesy psychiczne (tzw. procesy konieczne), czy też nie. Informacje o procesach koniecznych uzyskać można, między innymi, na podstawie obserwacji zachowań werbal-

⁶ Na określenie tego typu odpowiedzi Lutyński używa terminu „odpowiedź trafna” (1972: 62–86).

nych i niewerbalnych respondenta oraz całej sytuacji badania, a także, analizy odpowiedzi respondenta na pytania mające na celu, w drodze introspekcji, ustalić przebieg tych procesów⁷.

Wskazany powyżej sposób oceny prawdziwości odpowiedzi poszczególnych respondentów jest jednym z rodzajów procedur weryfikacyjnych, który J. Lutyński określa mianem weryfikacji wewnętrznej (1975a; 1975b). Jego zastosowanie, w przypadku masowych badań, jest jednak praktycznie niemożliwe. Stąd też, chcąc dokonać oceny wiarygodności informacji uzyskiwanych w ankiecie i wywiadzie musimy odwołać się do procedur weryfikacji zewnętrznej (są to analizy, w których oceny dokonuje się na podstawie zestawienia uzyskanych rezultatów z danymi zewnętrznymi, zdobytymi w odmienny sposób). Ze względu na brak zewnętrznych – „obiektywnych” kryteriów oceny owej oceny, przyjąć można, iż jej podstawę stanowić może porównanie rezultatów informacyjnych uzyskanych za pomocą jednej, danej procedury z rezultatami uzyskanymi inną drogą. Innymi słowy, procedura taka może polegać na porównaniu rozkładów odpowiedzi na poszczególne pytania (tendencji) w ankiecie i wywiadzie⁸. Pozwala ona zatem na ocenę rezultatów w skali całej zbiorowości, nie zaś informacji jednostkowych – odpowiedzi poszczególnych respondentów.

W przypadku tej procedury zakłada się, że porównywane informacje uzyskuje się dwoma różnymi sposobami, które są niezależne od siebie, a zatem ewentualne błędy pojawiające się w obu przypadkach są innego rodzaju i nie prowadzą do powstania błędu systematycznego. Dodatkowo przyjąć należy, iż zbiorowości, z których każda badana jest tylko w jeden określony sposób, są ze sobą porównywalne oraz że oceniane informacje są analogiczne pod względem treści, tzn. stanowią rozstrzygnięcie tych samych pytań.

Wyniki prowadzonej w powyższy sposób analizy mogą być dwojakiego rodzaju: możemy mieć do czynienia z rozbieżnością bądź zgodnością tendencji. Występowanie rozbieżności w odpowiedziach świadczy o tym, iż jeden z wyników jest mniej wiarygodny niż drugi, a więc obciążony jest błędem spowodowanym „ułamnością” procedury badawczej. Jednakże ze względu na to, że nie sposób rozstrzygnąć, który z tych sposobów zbierania informacji jest „lepszy”, nie można także stwierdzić, które z rezultatów są bliższe „prawdy”. W związku z tym można jedynie wskazać kierunki i rozmiary rozbieżności. W drugim przypadku, gdy występuje zbieżność tendencji, przyjąć należy, iż obydwa wyniki nie są obciążone błędem lub są obciążone w tym samym stopniu. To

⁷ Chodzi tutaj o zastosowanie introspekcji pytaniowej w wywiadzie o wywiadzie (Przybyłowska 1975: 457–488).

⁸ Ten sposób postępowania Lutyński (1975a: 347–348) określa mianem weryfikacji zewnętrznej II typu, opartej na porównywaniu wyników niepewnych. Jest to zarazem jeden z typów weryfikacji zewnętrznej, określanej przez Sjöberga i Netta (1964: 302) jako analiza zgodności (*concurrent analysis*).

z kolei jest podstawą do stwierdzenia, iż wiarygodność informacji uzyskanych tymi dwoma sposobami jest zbliżona (por. Lutyński 1975a: 350).

Wnioski, które można sformułować na podstawie tego typu analizy, mają z pewnością stosunkowo niewielki zakres. Zastosowanie innych procedur weryfikacyjnych z pewnością rozszerzyłoby ich zakres, jednakże prawomocność ich ewentualnego wykorzystania budzić może duże zastrzeżenia. Przykładowo, procedura polegająca na porównaniu rezultatów uzyskanych od dwóch porównywalnych zbiorowości, dwiema różnymi drogami, przy czym jedną z tych dróg uważa się za bardziej pewną, pozwoliłaby na określenie rozmiaru błędów, które popełnia się wybierając sposób mniej pewny. Wymaga to jednak wskazania, która z tych dróg jest owym „mniej pewnym” sposobem zbierania informacji (wywiad czy ankieta), a tego, w sposób jednoznaczny, z całą pewnością uczynić nie można.

B.3. Ostatnią płaszczyzną analizy rezultatów będzie porównanie *obszerności* odpowiedzi uzyskanych w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym. Przy czym, raczej należałoby powiedzieć: obszerności zapisu odpowiedzi w kwestionariuszach ankiety i wywiadu. Powyższe zastrzeżenie jest bardzo istotne: w wywiadzie, jak pamiętamy, zapisu wypowiedzi respondenta dokonuje ankieter. Jego zapis stanowi pierwotny materiał, którego źródłem jest wypowiedź respondenta. Materiał jest więc przygotowywany nie przez respondenta, lecz ankietera. Zupełnie odmienna sytuacja występuje w przypadku ankiety pocztowej: pierwotny materiał (zapis w kwestionariuszu) jest bowiem przygotowywany nie przez ankietera, lecz samego respondenta. Materiał jest więc tożsamy ze źródłem informacji.

Przedmiotem analizy będą zatem owe pierwotne materiały (odpowiedzi respondentów zawarte w kwestionariuszach), które docierają do badacza. Prowadzona będzie ona na poziomie syntaktyczno-gramatycznym z wykorzystaniem wskaźnika, którego stosowanie nie wymaga specjalnych kompetencji językoznawczych. Spośród wielu możliwych, jak średnia liczba zdań, średnia długość zdania itp. wybrano jeden, a mianowicie średnią długość tekstu, tzn. liczbę słów średnio na tekst. Wybór ten podyktowany został dwoma względami: po pierwsze, jest to wskaźnik stosunkowo prosty; po drugie, nie powoduje konieczności arbitralnych rozstrzygnięć i klasyfikacji (Piotrowski, Ziółkowski 1976: 395–397)⁹.

Zaprojektowana w powyższy sposób analiza obszerności odpowiedzi prowadzona będzie zarówno w przypadku pytań otwartych, jak i zamkniętych. W przypadku pytań otwartych wezmę pod uwagę ogólną liczbę słów we wszystkich odpowiedziach na dane pytanie i odniosę ją do liczby faktycznych

⁹ Warto tutaj zaznaczyć, że wskaźniki tego typu, jak podkreślają Piotrowski i Ziółkowski, są analogiczne do stosowanych przez Bernsteina i Lawtona.

aktów interwencji. W przypadku pytań zamkniętych analiza będzie prowadzona dwutorowo. Najpierw weźmiemy pod uwagę częstotliwość występowania dodatkowych uwag przy odpowiedziach, a następnie obszerność tych uwag¹⁰.

OPIS BADAŃ

Prowadząc empiryczne analizy porównawcze odwoływać się będziemy do materiałów uzyskanych w trakcie realizacji czterech badań przeprowadzonych w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN w latach: 1981 („Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?”), 1982 („Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej”), 1988 („Aktualne sprawy kraju”) oraz 1994 („Co myślimy o ankieterach?”).

A. Pierwsze z nich zostało zrealizowane w trzy miesiące po zakończeniu strajku, tzn. w miesiącach: maj–lipiec 1981 w Zakładzie Metodologii Badań Socjologicznych IFiS PAN. W trakcie badań realizowany był także program metodologiczny, którego celem był opis i analiza porównawcza praktycznych zastosowań ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego¹¹.

Do badania tego przygotowane zostały dwa kwestionariusze: wywiadu i ankiety. Pierwszy z nich był znacznie dłuższy – zawierał 45 pytań, podczas gdy kwestionariusz ankiety jedynie 27 (różnica ta wynikała ze stopnia szczegółowości niektórych pytań o opinię). Niemniej jednak, w obu przypadkach istniała pełna odpowiedniość bloków pytań i ich struktury, a każde z 27 pytań ankiety miało swój odpowiednik wśród pytań kwestionariusza wywiadu¹².

Do badania wylosowano z ogółu dorosłych mieszkańców Łodzi (18–70 lat) 652-osobową próbę zasadniczą, z której z blisko 1/6, a więc 101 osobami przeprowadzony miał być wywiad kwestionariuszowy, natomiast do reszty, tzn. do 551 osób, rozesłano ankietę pocztową (w przypadku wywiadu wyloso-

¹⁰ Należy tutaj podkreślić, iż w kwestionariuszu ankiety i wywiadu, pytania zamknięte były tak sformułowane, że po wskazaniu właściwego punktu kafeterii, respondent miał jeszcze możliwość wypowiedzenia (zapisania) dodatkowych uwag na dany temat lub rozwinięcia, uzasadnienia swojej odpowiedzi (ankieterzy mieli natomiast obowiązek szczegółowego – dosłownego zapisu wszystkich tych uwag).

¹¹ Badanie to było przygotowane i kierowane przez Lutyńską (1988: 113–138). Autor niniejszej pracy uczestniczył w poszczególnych fazach badań, a także przygotował wspomniany program metodologiczny.

¹² Obydwa kwestionariusze zawierały wyraźnie oddzieloną część „merytoryczną” i „metryczkową”. Część „merytoryczna” składała się z bloków pytań dotyczących: poziomu poinformowania o strajku, wiedzy o strajku i jej źródeł oraz stosunku do strajku. Część „metryczkowa” zawierała natomiast pytania dotyczące podstawowych cech społeczno-demograficznych respondenta: płeć, wiek, wykształcenie, dochód, sytuacja zawodowa, przynależność organizacyjna, stan rodzinny oraz okres zamieszkiwania w Łodzi. Zob. Aneks A.

wano dodatkowo 100% próbę rezerwową). Do respondentów, z którymi miał być przeprowadzony wywiad, wysłano listy zapowiednie, informujące i określające przybliżony termin realizacji badań. W tym samym czasie do pozostałej części respondentów wysłano kwestionariusze ankiety wraz z listem wprowadzającym oraz zwrotnie zaadresowaną i opłaconą kopertą. Po upływie terminu zwrotu ankiet, w odstępach dwutygodniowych wysłano kolejno dwa monity. Dodatkowo, po zakończeniu realizacji badań wysłane zostały listy z podziękowaniem za współpracę.

W przypadku wywiadu kwestionariuszowego wykorzystano w całości próbę rezerwową. Ogółem rozdysponowano więc 202 adresy do wywiadów i wysłano 551 kwestionariuszy ankiet.

B. Drugie z kolei badanie („Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej”) zrealizowano w okresie sierpień – październik 1982 także w Zakładzie Metodologii Badań Socjologicznych IFiS PAN. Niezależnie od swojego charakteru opisowego, badanie miało określony program metodologiczny. Jego celem była nie tylko analiza wpływu zastosowanej procedury badawczej (ankieta – wywiad) na przebieg procesu uzyskiwania informacji, lecz również analiza społecznej sytuacji badania ankietowego (chodzi oczywiście o ankietę pocztową). W związku z tym schemat badania zakładał jego realizację w dwóch fazach. W fazie pierwszej, do wylosowanych osób wysłano ankietę pocztową, w drugiej natomiast, skierowano do tychże osób ankieterów, w celu przeprowadzenia z nimi wywiadu¹³.

Do badania przygotowano dwa zestawy narzędzi badawczych: kwestionariusz ankiety oraz dyspozycje do wywiadu swobodnego. Kwestionariusz ankiety dotyczył problematyki postrzegania grupowego (ludności wiejskiej przez mieszkańców dużego miasta) i zawierał 22 pytania – w tym 7 pytań „metryczkowych”. Dyspozycje do wywiadu zawierały z kolei dwa bloki tematyczne. Pierwszy z nich dotyczył przebiegu procesu kontaktowania się badacza z respondentem w ankiecie oraz ewentualnych zniekształceń i zakłóceń tego procesu (był to więc swoisty „wywiad o ankiecie”); drugi natomiast – preferowanego przez respondentów sposobu uzyskiwania informacji (wywiad – ankietę pocztową).

Ze względu na cele metodologiczne, badanie zrealizowano na „specyficznej” próbie. Objęto nimi bowiem 200 osób, stanowiących podpróbę respondentów, którzy odpowiedzieli na ankietę w badaniach dotyczących strajku studenckiego (badanie A). O przyjęciu takiego właśnie schematu losowania zdecydowało to, iż zapewniał on możliwość dotarcia do respondentów, którzy uprzednio mieli już kontakt z badaniami prowadzonymi techniką ankiety pocztowej.

¹³ Badanie to w całości zostało przygotowane, przeprowadzone i opracowane przez autora niniejszej pracy (zob. Sztabiński 1983: 102–108).

Zgodnie z założonym schematem badania, do wylosowanych osób wysłano kwestionariusz ankiety wraz z listem wprowadzającym i zwrotnie zaadresowaną kopertą. Po terminie zwrotu kwestionariuszy zostały wysłane w 10-dniowych odstępach kolejno dwa monity. Na zakończenie tej fazy, wysłano listy z podziękowaniem za współpracę i udział w badaniach, zapowiadające jednocześnie wizytę ankietera oraz jej przybliżony termin. W drugiej fazie badania (realizowanej w miesiącach: wrzesień – październik 1982) ankieterzy mieli za zadanie dotrzeć do wszystkich 200 osób, do których skierowano uprzednio ankietę i przeprowadzić z nimi wywiad.

C. Trzecie z kolei badanie („Aktualne sprawy kraju”) realizowane było w miesiącach kwiecień – czerwiec 1988, również w Zakładzie Metodologii Badań Socjologicznych IFiS PAN. Badanie to, w którym jedyną stosowaną techniką była ankieta pocztowa, pełniło funkcje kontrolne i weryfikacyjne w stosunku do wcześniej realizowanych badań „Struktura społeczna II”¹⁴.

Przygotowany do badania kwestionariusz ankiety, poza kilkoma pytaniami wstępnymi, kontrolującymi (z założenia) pracę ankieterów oraz krótką „metryczką”, poświęcony był w całości problemom trwałości opinii sformułowanych przez respondentów w badaniu zasadniczym („Struktura społeczna II”). Obok pytań, które zostały przytoczone w takim samym sformułowaniu, jak w kwestionariuszu wywiadu, znalazły się również pytania sondujące, mające na celu wskazanie czynników ewentualnych zmian opinii. Ogółem kwestionariusz ankiety liczył 42 pytania.

Ze względu na kontrolno-weryfikacyjny charakter omawianego badania, próba została dobrana spośród respondentów uczestniczących w badaniu „Struktura społeczna II”. Wylosowano 2043 osoby, stanowiące ogólnopolską próbkę dorosłej ludności miejskiej. Do osób tych wysłano kwestionariusz ankiety (wraz ze zwrotnie zaadresowanymi i opłaconymi kopertami) oraz list wprowadzający, w którym określony został termin zwrotu kwestionariuszy. Po upływie tego terminu, w odstępach 4-tygodniowych zostały wysłane dwa monity. Na zakończenie wysłano także pisemne podziękowania za udział w badaniu.

¹⁴ Badanie „Struktura społeczna II” podjęte zostało przez grupę badaczy z Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, kierowaną przez Kazimierza M. Słomczyńskiego i Henryka Domańskiego. Z ich inicjatywy podjęto również badanie „Aktualne sprawy kraju”. Bezpośrednio nad realizacją tego ostatniego czuwał autor niniejszej pracy oraz Paweł Daniłowicz i Paweł B. Sztabiński. Przy ich współudziale została dokonana konkretyzacja problematyki badawczej oraz konceptualizacja całości badania – zarówno od strony merytorycznej, jak i metodologicznej (zob. Słomczyński i in. 1989: 47–56).

Autor pragnie wyrazić wdzięczność kierownictwu grupy badawczej: Kazimierzowi M. Słomczyńskiemu i Henrykowi Domańskiemu za wyrażenie zgody na wykorzystanie wyników tego badania w niniejszej pracy.

D. Ostatnie z badań, które stanowić będzie przedmiot analizy, zatytułowane „Co myślimy o ankieterach?”, zostało zrealizowane w miesiącach maj – sierpień 1994 w Ośrodku Realizacji Badań Socjologicznych IFiS PAN. Badanie to, prowadzone techniką ankiety pocztowej, miało charakter wyłącznie metodologiczny i poświęcone było przede wszystkim problemom postrzegania ankieterów przez respondentów oraz wpływu wyobrażeń o ankieterach na ich (tzn. respondentów) odpowiedzi¹⁵.

Kwestionariusz ankiety był dość obszerny – zawierał bowiem 143 pytania „atomiczne”. Poza kilkoma pytaniami wstępnymi, kontrolującymi pracę ankieterów i opisującymi sytuację badania, poświęcony był w całości problemom subiektywnej ważności poglądów respondentów w sprawach będących przedmiotem wywiadu „Polski Generalny Sondaż Społeczny '94” („PGSS '94”) oraz ich wyobrażeniom o poglądach ankieterów w tych kwestiach (Sztabiński 1995b).

Badanie to zrealizowano na ogólnopolskiej podpróbie osób uczestniczących w badaniach „PGSS '94”. Liczyła ona 1453 osoby – tyle bowiem, spośród wszystkich uczestniczących w badaniu „PGSS '94”, wyraziło zgodę na podanie swojego nazwiska. Ze względu na problematykę i cel badania konieczne było jak najszybsze rozesłanie kwestionariuszy ankiet do respondentów. W związku z tym dystrybucji ankiet dokonano w dwóch fazach. Pierwszą ich partię wysłano w maju, a więc jeszcze w trakcie realizacji badań „PGSS '94”, drugą natomiast tuż po ich zakończeniu – w połowie czerwca. Podobnie, w dwóch turach rozsyłane były dwa monity, każdy w odstępach 2-tygodniowych. Do respondentów, którzy odesłali wypełnione kwestionariusze ankiety, wysyłano podziękowania.

W dalszych analizach, materiały uzyskane w toku realizacji opisanych czterech badań, zostaną wykorzystane w różnym stopniu: w stosunkowo najszerszym zakresie – materiały z badań nad strajkiem studenckim (badanie A), w najmniejszym zaś – z badań „Aktualne sprawy kraju” (badanie C). Wynika to między innymi z celu i problematyki badań. Badania dotyczące strajku studentów (A) oraz opinii o ludności wiejskiej (B) miały przede wszystkim na celu opis i analizę porównawczą praktycznych zastosowań ankiety pocztowej i wywiadu. Dwa dalsze badania – „Aktualne sprawy kraju” i „Co myślimy o ankieterach?” – miały co prawda także cele metodologiczne, ale nie związane bezpośrednio z testowaniem procedur badawczych. Dlatego też wyniki ich omówione zostaną ze względu na zastosowaną procedurę, nie zaś ich problematykę.

¹⁵ Od strony merytorycznej oraz metodologicznej badanie to zostały przygotowane przez Pawła B. Sztabińskiego (w konsultacji z autorem niniejszej pracy). Było ono realizowane w ramach kierowanego przez niego projektu badawczego: „Ankieter jako źródło zniekształceń w procesie badawczym” (grant KBN).

Powyższe uwagi wskazują, iż „przestrzenny” zakres formułowanych wniosków należałoby zasadniczo ograniczyć wyłącznie do mieszkańców Łodzi. Porównując jednak wyniki badań „lokalnych” z wynikami badań na próbach ogólnopolskich wydaje się, iż pokusić się można o ich rozszerzenie.

Analogiczna sytuacja występuje w przypadku „czasowych” ograniczeń formułowanych wniosków. Wspomniane badania realizowane były bowiem na przestrzeni 13 lat. W okresie tym warunki społeczno-polityczne ulegały diametralnym zmianom. Rok 1981 charakteryzował się przewyżczeniem pewnych lęków i zahamowań, a co za tym idzie, stosunkowo wysokim stopniem swobody ekspresji i jej indywidualizacją. W krańcowo odmiennych warunkach – ze względu na obowiązujący wówczas „stan wojenny”, realizowane było drugie badanie („Opinie o ludności wiejskiej”). Kolejne badanie („Aktualne sprawy kraju”) prowadzone było w okresie względnej, a właściwie pozornej, stabilizacji społeczno-politycznej, ale jednocześnie pogarszających się warunków ekonomicznych oraz rosnącej apatii społeczeństwa. I wreszcie ostatnie z badań – „Co myślimy o ankieterach” – realizowane było w zupełnie nowej rzeczywistości społeczno-politycznej, pod niektórymi względami zbliżonej do okresu lat 1980–1981. Zmiany te nie pozostawały, rzecz jasna, bez wpływu na sposób postrzegania badań sondażowych, a co za tym idzie – także nastawienie respondentów do badań (por. Lutyńska 1993: 129–183; Staszyńska 1989; Sztabiński, Sztabiński 1994a). Bez wątpienia jest to pewną przeszkodą w formułowaniu uogólnień, niemniej jednak daje możliwość analizy funkcjonowania ankiety pocztowej w różnych warunkach społeczno-politycznych.

ROZDZIAŁ 2

Empiryczna analiza porównawcza przebiegu procesu komunikowania w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Prezentację rezultatów badań rozpocznę od omówienia wyników analizy procesu kontaktowania się badacza z respondentem oraz oceny prawidłowości przebiegu procesu interrogacji. Rozważania te prowadzone będą na poziomie całej zbiorowości, nie zaś poziomie indywidualnym. Przedmiotem ich będą „obrazy” poszczególnych warstw procesu komunikowania, nie zaś całościowy „obraz” tego procesu w przypadku poszczególnych respondentów. Innymi słowy, osią organizującą analizy będą kolejno wyróżnione aspekty procesu uzyskiwania informacji: sfera kontaktu i sfera interrogacji.

PRZEBIEG PROCESU KONTAKTOWANIA SIĘ W ANKIECIE POCZTOWEJ I WYWIADZIE KWESTIONARIUSZOWYM

Jako pierwsze omówione zostaną wyniki analizy procesu kontaktowania w tych badaniach, w których stosowano technikę ankiety pocztowej. Przedstawię zatem przebieg tego procesu w wszystkich czterech omówionych badaniach. W dalszej kolejności przedstawię analogiczne analizy, ale w odniesieniu do badań, w których zastosowana została technika wywiadu kwestionariuszowego.

Proces kontaktowania się w ankiecie pocztowej. Prezentacja wyników

A. Badanie: „Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?” (ankieta pocztowa)

W badaniu tym kwestionariusze ankiet wysłano do 551 respondentów. Okazało się, iż na owe 551 przypadków, co najwyżej w stosunku do 190 brak było podstaw do wysuwania zastrzeżeń co do prawidłowości przebiegu procesu kontaktowania się. Oznacza to, iż w tych przypadkach proces ten przebiegał najprawdopodobniej w sposób „modelowy” – zakładany przez badacza, a więc kwestionariusz ankiety dotarł do respondenta intencjonalnego, ten zdecydował się na udzielenie odpowiedzi na pytania w nim zawarte, wypełniał go samodzielnie (bez współdziałania innych osób), następnie wysłał kwestionariusz, a przesyłka z kolei dotarła do badacza.

W pozostałych 361 przypadkach stwierdzono natomiast istnienie uzasadnionych podstaw do wysuwania zastrzeżeń co do prawidłowości przebiegu procesu kontaktowania się, tzn. należało uznać, iż na skutek różnego rodzaju zakłóceń proces ten uległ zniekształceniu lub przerwaniu.

Zniekształcenia kontaktu miały miejsce w co najmniej w 56 przypadkach i były dwójakiego rodzaju:

– kwestionariusz ankiety wypełniony został wspólnie przez respondenta intencjonalnego i inne osoby: miały one bezpośredni wpływ na wypowiedzi respondenta lub też wypełniły część kwestionariusza zamiast niego¹⁶. Przypadków, w stosunku do których wysunąć można było uzasadnione przypuszczenia, iż odpowiedzi w kwestionariuszu były „dziełem zbiorowym”, było co najmniej 23;

– kwestionariusz ankiety wypełniony został przez respondenta niewłaściwego-przypadków takich było co najmniej 33, przy czym w jednym – na pytania ankiety odpowiadali wspólnie: respondent niewłaściwy i inne osoby¹⁷. Sądzić można, iż w 25 przypadkach na ankietę odpowiadały osoby będące „rówieśnikami” respondentów intencjonalnych (rozbieżności między wpisanym w ankiecie a faktyczną datą urodzenia respondenta wynosiły od 1 do 9 lat), natomiast w 8 – najprawdopodobniej ich rodzice – bądź też odwrotnie: zamiast rodziców, kwestionariusz wypełniały ich dzieci (rozbieżności wahają się bowiem w granicach 26–39 lat).

Zakłócenia powodujące *przerwanie* kontaktu badacza z respondentem wystąpiły w 305 przypadkach. Należy tutaj zaznaczyć, iż w liczbie tej znajdują

¹⁶ Przypadki te zostały ustalone na podstawie analizy wypełnionych kwestionariuszy, w której brano pod uwagę: a) formę gramatyczną wypowiedzi, tzn. czy respondent używał zaimków osobowych i czasowników w pierwszej osobie liczby pojedynczej czy mnogiej (w stosunku do kwestionariuszy, w których „osoba odpowiadająca” pisała np. „sądzimy, że...”, „przypuszczamy...” itp. wysunąć można było zastrzeżenie co do prawidłowości przebiegu kontaktowania się; b) dodatkowe uwagi w kwestionariuszach, dotyczące sposobu odpowiadania na pytania w nich zawarte (np. „wypełniałam z mężem”, „dyskutowałam przy wypełnianiu”); c) charakter pisma, którym został wypełniony kwestionariusz (w niektórych z nich odpowiedzi na pytania wpisane były różnymi charakterami pisma).

¹⁷ Liczebność tej kategorii została ustalona na podstawie porównania deklarowanego przez respondenta roku urodzenia i płci z danymi faktycznymi – dokumentalnymi.

się 183 ankiety, w odniesieniu do których nie udało się ustalić przebiegu procesu, ponieważ kwestionariusz ankiety (wypełniony bądź nie) w ogóle nie powrócił do badacza. Jeśli natomiast chodzi o przypadki, w stosunku do których dysponowano informacjami umożliwiającymi prowadzenie analizy, to wskazać można 4 zasadnicze rodzaje zakłóceń powodujących przerwanie kontaktu badacza z respondentami:

- kwestionariusz ankiety nie dotarł do respondenta intencjonalnego, a więc kontakt w ogóle nie został nawiązany (co najmniej 57 przypadków) ze względu na: nieaktualny adres respondenta (47 przypadków), czasowy pobyt respondenta poza Łodzią (5) oraz zagubienie kwestionariusza przez pocztę (5);

- respondent nie podjął decyzji o wypełnieniu kwestionariusza ankiety (odmowa), w wyniku czego kontakt z badaczem został przerwany (co najmniej 60 przypadków). Najczęściej deklarowanymi przyczynami odmowy były: brak zainteresowania ze strony respondenta problematyką badań, brak kompetencji oraz negatywny stosunek do badania;

- respondent podjął decyzję o wypełnieniu kwestionariusza ankiety, ale jej nie zrealizował, tzn. nie udzielił odpowiedzi na pytania lub też udzielił, lecz nie odesłał kwestionariusza badaczowi (co najmniej 2 przypadki);

- respondent wypełnił kwestionariusz ankiety, lecz na skutek wadliwego działania poczty przesyłka nie dotarła do badacza – uległa zniszczeniu, zaginięciu lub też doręczona została niewłaściwemu adresatowi (co najmniej 3 przypadki)¹⁸.

B. Badanie: „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej” (ankieta pocztowa)

W badaniu tym przebieg procesu kontaktowania się badacza z respondentem został zrekonstruowany w nieco inny sposób niż poprzednio. Wykorzystano tutaj bowiem informacje pochodzące nie tylko z ankiet, ale także wywiadów swobodnych. Na ich podstawie stworzono dwa „obrazy” przebiegu procesu kontaktowania się. Pierwszy z nich ustalony został, jak w poprzednim przypadku, na podstawie analizy zwróconych, wypełnionych i nie wypełnionych (ale zawierających różnego typu adnotacje) kwestionariuszy ankiet. Drugi „obraz” ustalono natomiast na podstawie informacji uzyskanych w trakcie wywiadu swobodnego (jeden z bloków tematycznych wywiadu dotyczył bowiem przebiegu poszczególnych faz procesu kontaktowania się, a więc decyzji o przyjęciu na siebie roli respondenta, okoliczności i sposobu wypełniania kwestionariusza oraz jego zwrotu). Faktyczny „obraz” procesu

¹⁸ Podstawę do ustalenia liczebności poszczególnych przypadków przerwania kontaktu stanowiły: zwroty nie wypełnionych kwestionariuszy ankiet (zawierające adnotacje typu: „adresat nieznan”, „nie jestem zainteresowany” itp.), listy od respondentów informujące np. o zagubieniu kwestionariusza lub też o tym, iż żadnego kwestionariusza nie przysłano (te ostatnie informacje uzyskano w odpowiedzi na monity).

kontaktowania się badacza z danym respondentem ustalany był w drodze porównania tych dwóch obrazów: wszystkie rozbieżności między nimi rozstrzygano na „korzyść” respondenta, tzn. przyjmowano, iż proces ten przebiegał zgodnie z jego deklaracjami w trakcie wywiadu¹⁹.

W badaniu tym na 200 wysłanych kwestionariuszy ankiet, co najwyżej w odniesieniu do 70 przypadków brak było podstaw do wysuwania zastrzeżeń co do prawidłowości przebiegu procesu kontaktowania się badacza z respondentem, a więc można przyjąć, iż proces ten przebiegał w sposób zakładany przez badacza.

W pozostałych 130 przypadkach uległ on zniekształceniu lub przerwaniu. *Zniekształcenia* wystąpiły co najmniej w 10 przypadkach i były dwójakiego rodzaju:

– kwestionariusz wypełniony został przez respondenta intencjonalnego, lecz przy współudziale „osób trzecich” (3 przypadki)²⁰;

– kwestionariusz ankiety wypełniony został przez respondenta niewłaściwego (7 przypadków)²¹. Warto tutaj zaznaczyć, że w 4 przypadkach osoba wylosowana przekazała kwestionariusz ankiety do wypełnienia współmałżonkowi, w 2 przypadkach – ojcu i w 1 – wnuczkowi.

Zakłócenia powodujące *przerwanie* kontaktu badacza z respondentem wystąpiły w 120 przypadkach (w tej liczbie znajdują się także przypadki, w odniesieniu do których nie udało się ustalić przebiegu procesu kontaktowania). Wyróżnić można tutaj 2 zasadnicze sytuacje:

¹⁹ Na podstawie ankiety pocztowej „obraz” przebiegu procesu kontaktowania się badacza z respondentem udało się ustalić w 114 przypadkach na 200, natomiast na podstawie wywiadu – w 153. „Obraz” ustalony na podstawie ankiety i wywiadu różnił się między sobą w 131 przypadkach na 200, a jedynie w 69 był zgodny. Jeśli natomiast chodzi o „obraz” faktyczny, to został on ustalony w 46 przypadkach na podstawie ankiety, w 85 – na podstawie wywiadu, w 69 natomiast był on zgodny. „Obraz” przebiegu procesu kontaktowania ustalony na podstawie samej tylko ankiety jest znacznie uboższy od dwóch pozostałych. Jest to zupełnie zrozumiałe, biorąc pod uwagę, iż np. przypadki biernego uczestnictwa w wypełnianiu ankiety są bardzo trudne do stwierdzenia wyłącznie na podstawie analizy kwestionariusza. Z drugiej strony, „obraz” ustalony wyłącznie na podstawie wywiadu byłby niewystarczający do opisu faktycznego procesu kontaktowania się. W niektórych bowiem przypadkach respondenci stwierdzali, iż w ogóle nie otrzymał kwestionariusza ankiety, podczas gdy w rzeczywistości dotarł on do badacza z adnotacją świadczącą o braku zainteresowania problematyką i samymi badaniami. W takich przypadkach podstawą kwalifikacji były oczywiście informacje z ankiety. Dlatego też, mówiąc o faktycznym „obrazie” przebiegu procesu kontaktowania, mamy na myśli nie tyle „rzeczywisty”, ile najbardziej do niego zbliżony (zob. Aneks B). W dalszej części przedstawiony zostanie wyłącznie „obraz” tego procesu zrekonstruowany na podstawie ankiety pocztowej – taki tylko bowiem może być porównywany z wcześniej omówionym. Do problemu jego zgodności z „obrazem” faktycznym wrócimy w dalszej części pracy.

²⁰ Mówimy tutaj o udziale „osób trzecich” przez analogię do określenia „osoby trzeciej w wywiadzie kwestionariuszowym”, chociaż właściwie należałoby mówić o osobach „drugich”.

²¹ Były to 3 przypadki niezgodności roku urodzenia oraz 4 przypadki roku urodzenia i płci. Rozbieżności między deklarowanym rokiem urodzenia i faktycznym (dokumentalnym), rzędu 2–8 lat wystąpiły w trzech przypadkach, natomiast rzędu 23–49 lat – w czterech. Stosując natomiast bardziej rygorystyczne kryteria (zgodność dnia, miesiąca i roku urodzenia) okazałyby się, iż respondentów

– kwestionariusz w ogóle nie dotarł do respondenta intencjonalnego (z winy poczty lub nie został mu przekazany przez respondenta niewłaściwego), a więc kontakt w ogóle nie został nawiązany. Przypadków takich było w sumie co najwyżej 108 i wystąpiły przede wszystkim ze względu na nieaktualny adres respondenta (36 przypadków).

– respondent nie przyjmuje na siebie wyznaczonej roli (odmowa), w wyniku czego kontakt zostaje przerwany (co najmniej 12 przypadków). Deklarowane przyczyny odmowy to brak czasu, brak zainteresowania problematyką badania, brak kompetencji i choroba.

C. Badanie: „Aktualne sprawy kraju” (ankieta pocztowa)

W badaniu tym wysłano 2043 ankiety, z czego zwrócono 1395 wypełnionych kwestionariuszy. Nie jesteśmy jednak w stanie stwierdzić, nawet w sposób przybliżony, czy i w ilu przypadkach proces kontaktowania się przebiegał w sposób idealny, w ilu został zniekształcony poprzez udział „osób trzecich” lub udział respondentów niewłaściwych.

Zakłócenia powodujące *przerwanie* kontaktu między badaczem i respondentem wystąpiły w 648 przypadkach. W przeważającej ich części nie stwierdzono jednak przyczyn przerwania kontaktu, ponieważ kwestionariusz ankiety (wypełniony bądź nie) w ogóle nie powrócił do badacza. Jeśli chodzi o przypadki, w stosunku do których dysponowano informacjami umożliwiającymi prowadzenie analizy, wskazać można 3 zasadnicze przyczyny przerwania kontaktu:

– kwestionariusz w ogóle nie dotarł do respondenta intencjonalnego (co najmniej 81 przypadków) ze względu na nieaktualny adres (31) oraz czasowy pobyt respondenta poza miejscem zamieszkania (50);

– respondent nie przyjął na siebie wyznaczonej roli (odmowa) – 8 przypadków;

– respondent podjął decyzję o wypełnieniu kwestionariusza, ale jej nie wypełnił. Stwierdzono tylko 1 taki przypadek – respondent doszedł do wniosku, że skoro nie zdążył wypełnić i odesłać kwestionariusza w oznaczonym terminie, to nie ma w ogóle sensu tego robić.

D. Badanie: „Co myślimy o ankietach?” (ankieta pocztowa)

W badaniu tym wysłano 1453 ankiety (tyle bowiem osób, spośród uczestniczących w badaniach PGSS '94 wyraziło zgodę na podanie swojego nazwiska), z czego zwrócono 1031 kompletnie wypełnionych kwestionariuszy. Podobnie jak w przypadku poprzednich badań, nie jesteśmy w stanie stwierdzić, nawet w sposób przybliżony, czy i w ilu przypadkach proces kontaktowania się przebiegał w sposób idealny, w ilu został zniekształcony poprzez udział „osób trzecich” lub udział respondentów niewłaściwych.

niewłaściwych jest znacznie więcej – co najmniej 20.

Zakłócenia powodujące *przerwanie* kontaktu między badaczem i respondentem wystąpiły natomiast w 422 przypadkach. W przeważającej ich części nie udało się jednak ustalić przyczyn przerwania kontaktu, ponieważ kwestionariusz ankiety (wypełniony bądź nie) w ogóle nie powrócił do badacza. Jeśli chodzi o przypadki, w stosunku do których dysponowano informacjami umożliwiającymi prowadzenie analizy, wskazać można 2 zasadnicze ich rodzaje:

– kwestionariusz w ogóle nie dotarł do respondenta intencjonalnego ze względu na nieaktualny adres (co najmniej 9 przypadków);

– respondent nie przyjmuje na siebie wyznaczonej roli (odmowa). Przypadków takich było co najmniej 24 – tyle bowiem odesłano kwestionariuszy nie wypełnionych. Do niektórych z nich (14 przypadków) dołączony został list wyjaśniający przyczynę nieudzielenia odpowiedzi na pytania ankiety, w pozostałych natomiast przypadkach (10) brak jest informacji na ten temat.

Przedstawione analizy procesu kontaktowania się badacza z respondentem przy zastosowaniu ankiety pocztowej warto chyba nieco pogłębić, charakteryzując w sposób bardziej szczegółowy pewne jego fragmenty. Chodzi o te fragmenty procesu, które w standardowych badaniach pozostają poza „zasięgiem” i kontrolą badacza, a więc wspomniany wcześniej etap „decyzji” o przyjęciu roli respondenta i „realizacji” – wypełnienia jej. Podstawą opisu będą informacje z wywiadów swobodnych, realizowanych w ramach badań dotyczących ludności wiejskiej (badanie: „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej”).

Otóż okazuje się, iż praktycznie wszyscy respondenci (98,9%), po otrzymaniu kwestionariusza ankiety i przeczytaniu listu wprowadzającego, bez większych trudności zorientowali się „o co chodzi”, tzn. zrozumieli, iż proszeni są o wypełnienie i zwrot kwestionariusza ankiety. Owa „prośba” wywołała jednak wśród nich dość zróżnicowane reakcje: prawie 1/3 (32,2%) respondentów twierdziło bowiem, iż były one negatywne, 41,1% – obojętne, a jedynie 26,7% określało je jako pozytywne – przychylne. Niezależnie jednak od pierwszej reakcji, zdecydowana ich większość (87,8%) zapoznała się z pytaniami zawartymi w kwestionariuszu ankiety – przejrzała go po jego otrzymaniu. Mimo iż 88,9% respondentów pokazywało ankietę innym osobom (członkom rodziny, przyjaciołom, znajomym itp.), to decyzję o jej wypełnieniu bądź nie podjęli – jak deklaruje 90% badanych – samodzielnie.

We wstępnym etapie kontaktu obserwujemy więc duże „ujednoczenie” zachowań związanych z przyjęciem kwestionariusza. Jediną cechą różnicującą jest pierwsza reakcja respondenta na propozycję jego wypełnienia. Otóż „pozytywne” lub „obojętne” nastawienie do badań deklarowali przede wszystkim respondenci, którzy wypełnili i odesłali kwestionariusz; z kolei, osoby, które nie wypełniły ankiety, w przeważającej części (78,2%) określały ten stosunek jako „negatywny” lub co najwyżej „obojętny”. Tak więc pierwsza

reakcja respondenta jest powiązana z ostateczną decyzją o wzięciu udziału w badaniu. Trudno jest jednak rozstrzygnąć, czy owa decyzja jest wynikiem reakcji, czy też jest ona wobec niej pierwotna: ze względu bowiem na dystans czasowy, dzielący „decyzję” od werbalizacji swojego stosunku do badania w trakcie wywiadu, mogły wystąpić wśród respondentów różnorodne procesy racjonalizujące poprzednie zachowania.

Jeśli chodzi o etap „realizacji”, a więc wypełniania kwestionariusza ankiety, to większość respondentów, którzy to uczynili (80%), twierdzi, iż przed przystąpieniem do udzielania odpowiedzi powtórnie zapoznali się z całym kwestionariuszem, a następnie odpowiadali kolejno na poszczególne pytania. Jedynie nieliczna ich grupa (20%) „opuszczała” niektóre pytania, a dopiero potem powracała do nich, „uzupełniając luki”. Ponad 80% respondentów deklarowało także, iż odpowiadało samodzielnie, nie korzystając z żadnych dokumentów ani pomocy „innych”; w pozostałych przypadkach (17,8%) wpływ na ich odpowiedzi miały osoby „trzecie”. Ankiety były wypełniane z reguły w domu (97,8%), w „sprzyjających okolicznościach”, tzn. w odczuciu respondentów nie występowały żadne przeszkody, utrudniające wypełnianie (91,1%). Należy tutaj podkreślić, iż ponad połowa badanych (53,3%) po udzieleniu odpowiedzi powtórnie przejrzała cały kwestionariusz, dokonując ewentualnych uzupełnień²². Mniej więcej tyle samo osób (52%) odesłało kwestionariusz od razu po jego wypełnieniu, natomiast pozostali uczynili to z pewnym – kilkudniowym – opóźnieniem.

Pozostaje do omówienia jeszcze jedna bardzo interesująca sprawa związana z fazą „realizacji”, a mianowicie kiedy, w jakim czasie po otrzymaniu kwestionariusza badani wypełniają go. Jest to problem napływu zwrotów wypełnionych kwestionariuszy, a więc dynamiki procesu badawczego przy zastosowaniu ankiety pocztowej. W każdym tego typu badaniu mamy do czynienia z tzw. „zamieraniem fal”. Oznacza to, że liczba zwracanych ankiet maleje wraz z upływem czasu. I tak, jeśli stosujemy przykładowo dwa listy ponagląjące (tzw. monity), to liczba uzyskanych zwrotów po wysłaniu pierwszego monitu jest zawsze niższa niż liczba uzyskanych ankiet przed jego wysłaniem, a z kolei liczba zwrotów po drugim monicie jest niższa niż po pierwszym.

W omawianych badaniach odsetek zwrotów w poszczególnych „falach” kształtował się jak w tabeli 1.

Przytoczone wielkości odsetka zwrotów jedynie w przypadku badań A i C („Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?” oraz „Aktualne sprawy kraju”), potwierdzają wystąpienie zjawiska „zamierania fal”. W przypadku badań B i D („Opinie mieszkańców Łodzi o ludność

²² Przejrzenie wypełnionego już kwestionariusza ankiety jest pewną formą „autoweryfikacji” udzielonych odpowiedzi (por. Gostkowski, Sztabiński 1990).

Tabela 1. Odsetek zwrotów wypełnionych kwestionariuszy ankiet w poszczególnych terminach (tzw. „fale zwrotów”) dla czterech badań

Termin	Badanie A	Badanie B	Badanie C	Badanie D
I (przed I monitem)	52,3%	43,8% (52,2%)*	59,5%	36,9%
II (po I monicie)	36,7%	31,2% (37,3%)*	29,8%	48,3%
III (po II monicie)	11,0%	8,7% (10,5%)*	10,7%	14,8%
IV (po III monicie)	–	16,3% –	–	–
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Symbole literowe badań:

Badanie A – „Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?”

Badanie B – „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej”

Badanie C – „Aktualne sprawy kraju”

Badanie D – „Co myślimy o ankieterach?”

* Wartości zamieszczone w nawiasach wyjaśnione zostały w tekście.

wiejskiej” oraz „Co myślimy o ankieterach?”) zjawisko takie natomiast nie wystąpiło. W pierwszym z nich (badanie B) zaskakujący jest stosunkowo wysoki odsetek zwrotów w ostatnim terminie (16,3%). Wydaje się, iż wywołany on został listem zapowiadającym wizytę ankietera, wysłanym po drugim monicie (traktowany zatem może on być jako trzeci monit). Część respondentów doszła bowiem prawdopodobnie do wniosku, że niezręczna byłaby sytuacja, gdyby przyszedł do niego ankieter i chciał rozmawiać na temat ankiety, na którą on nie odpowiedział. Jeżeli bowiem pominiemy ów „dodatkowy bodziec”, jakim był list, to otrzymamy następujący odsetek zwrotów: 52,2%, 37,3% i 10,5% (odsetek zmieszczony został w tabeli w nawiasach). W tym momencie zbieżność odsetka zwrotów w poszczególnych „falach” w tych trzech badaniach staje się dość zaskakująca. Jest ona tym bardziej dziwna, że są to trzy badania o różnej tematyce, prowadzone w trzech różnych okresach i na różnych próbach. Zaskakujące także jest to, że odsetek ankiet zwróconych w poszczególnych „falach” jest zasadniczo zgodny z tym, który wskazuje się w podręcznikach. Zazwyczaj mówi się bowiem, że w pierwszym terminie otrzymuje się w granicach 55–60% ogółu materiałów, w drugim około 30%, w trzecim natomiast 10–15% (Babbie 1992: 266).

W ostatnim badaniu „Co myślimy o ankieterach?” (badanie D) zjawisko „zamierania fal” nie wystąpiło. W drugiej „fali” uzyskano bowiem najwyższy odsetek zwrotów ankiet (48,3%). Wydaje się, iż sytuacja ta odzwierciedla w pewnym stopniu nastawienie respondentów do tego badania. Stosunkowo

niski odsetek zwrotów w pierwszym terminie świadczy o ich zniechęceniu i znużeniu badaniem²³. Po otrzymaniu monitu, który mógł być traktowany przez respondentów jako dowód tego, jak bardzo zależy badaczowi na uzyskaniu odpowiedzi, wzrosła liczba zwrotów.

Proces kontaktowania się w wywiadzie kwestionariuszowym. Prezentacja wyników

A. Badanie: „Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?” (wywiad kwestionariuszowy)

Na 202 rozdysponowane adresy jedynie w 49 przypadkach proces kontaktowania się przebiegał w sposób zakładany przez badacza: ankieter dotarł do respondenta intencjonalnego, uzyskał zgodę na przeprowadzenie rozmowy, wywiad odbył się bez udziału „osób trzecich”, a wypełniony kwestionariusz, za pośrednictwem ankietera dotarł do badacza. W pozostałych 153 przypadkach przebieg owego procesu na skutek różnego rodzaju zakłóceń uległ zniekształceniu lub przerwaniu.

Zniekształcenia wystąpiły w 45 przypadkach i polegały na tym, że:

– na ostateczny kształt wypowiedzi respondenta intencjonalnego wpływ miały „osoby trzecie” (40 przypadków), przy czym w 26 przypadkach był to wpływ bierny (osoby te były obecne w trakcie wywiadu, ale nie wtrącały się), natomiast w 14 – był to wpływ czynny (osoby te pośrednio bądź bezpośrednio „przejmowały” na siebie rolę respondenta)²⁴;

– odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu wywiadu zostały sformułowane przez respondentów niewłaściwych – 5 przypadków, przy czym w dwóch przy czynnym udziale „osób trzecich”. Mówiąc o respondentach niewłaściwych mamy na myśli osoby, które uznane zostały (na skutek błędu

²³ Podejmując niniejsze badanie ich autor – Paweł B. Sztabiński – liczył się przede wszystkim ze zmęczeniem i znużeniem respondentów. Jak wspomniano, ankietę wysłano do osób, które wcześniej uczestniczyły w badaniu PGSS '94. Jednakże udział w nim nie wiązał się jedynie z udzieleniem odpowiedzi na pytania kwestionariusza. Po przeprowadzonym wywiadzie ankieter miał bowiem obowiązek prosić respondenta o wypełnienie ankiety: „Poglądy Polaków 1994. Międzynarodowy Sondaż Społeczny ISSP” (zawierającej 55 pytań atomicznych). Następnie zobowiązany był wręczyć drugi kwestionariusz ankiety (poświęcony sprawom życia seksualnego), z prośbą o samodzielne wypełnienie i zwrot pocztą do instytucji badawczej. Tak więc, prośba o wypełnienie ankiety „Co myślimy o ankieterach?” była już czwartą z kolei prośbą skierowaną do respondenta. Nie wydaje się więc, aby respondenci byli entuzjastycznie nastawieni do tej ankiety i to nie tylko ze względu na „częstotliwość kontaktów”, ale także przedmiot badania (postrzeganie ankietera i wpływ wyobrażeń o poglądach ankietera na udzielane przez respondenta odpowiedzi).

²⁴ Wyjaśnić tutaj należy, że przypadki udziału „osób trzecich” w wywiadzie ustalone zostały na podstawie pisemnych sprawozdań ankieterów z przeprowadzonych rozmów. W 26 przypadkach nie udało się ustalić, czy i jaki był wpływ „osób trzecich” (braki w sprawozdaniach). We wszystkich tych przypadkach uznano, że proces kontaktowania nie uległ zniekształceniu, a więc, że „osoby trzecie” nie były obecne w trakcie wywiadu.

ankieterskiego lub wprowadzenia go w błąd) za respondentów właściwych i którym zaproponowano udzielenie wywiadu. Liczebność tej kategorii została ustalona tak jak w ankiecie, na podstawie porównania deklarowanego przez respondenta (zapisanego przez ankietera) roku urodzenia i płci z danymi faktycznymi (dokumentalnymi)²⁵.

Zakłócenia powodujące *przerwanie* kontaktu badacza z respondentem lub jego nienawiązanie wystąpiły w 108 przypadkach. Wyróżnić można tutaj także dwie zasadnicze sytuacje:

– ankieter nie dotarł do respondenta intencjonalnego, a tym samym kontakt badacza z respondentem w ogóle nie został nawiązany. Sytuacja taka wystąpiła w 97 przypadkach i spowodowana została m.in. nieaktualnym adresem respondenta (40 przypadków), niemożnością zastania respondenta (39) oraz czasowym pobytem respondenta poza Łodzią (11);

– osoba wylosowana nie przyjęła na siebie roli respondenta (odmowa udzielenia wywiadu), w wyniku czego kontakt został przerwany (11 przypadków). Najczęstszymi przyczynami odmowy były: brak zainteresowania ze strony respondenta problematyką badania (5 przypadków) oraz choroba respondenta (4).

B. Badanie: „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej” (wywiad swobodny)²⁶

Jedynie w 68 przypadkach (na 200) ankieterzy dotarli do respondentów intencjonalnych, uzyskali zgodę na wywiad, który odbył się bez udziału „osób trzecich”, a wypełniony kwestionariusz, za pośrednictwem ankietera, dotarł do badacza (przebieg „idealny”). W pozostałych 132 przypadkach przebieg procesu został zakłócony.

Zniekształcenia przebiegu kontaktu wystąpiły w 24 przypadkach i były dwojakiego rodzaju:

– na ostateczny kształt wypowiedzi respondenta intencjonalnego wpływ miały „osoby trzecie” (23 przypadki). W 15 przypadkach był to udział czynny;

– odpowiedzi na pytania wywiadu zostały udzielone przez respondenta niewłaściwego (1 przypadek).

Zakłócenia powodujące *przerwanie* kontaktu badacza z respondentem wystąpiły w 108 przypadkach i również były dwojakiego rodzaju:

²⁵ W 4 przypadkach były to niezgodności roku urodzenia oraz 1 przypadek niezgodności płci respondenta. Rozbieżności między deklarowanym a faktycznym rokiem urodzenia były rzędu 1–2 lat, a w jednym przypadku – aż 23 lata. Przy zastosowaniu „ostrego” kryterium, tzn. zgodności deklarowanego dnia, miesiąca, roku urodzenia i płci respondenta z danymi faktycznymi, przypadków takich jest 9.

²⁶ W badaniu tym stosowaną techniką badawczą był wywiad swobodny. W sferze kontaktu, praktycznie nie różni się on jednak od techniki wywiadu kwestionariuszowego i stąd uprawnione jest porównywanie przebiegu tych dwóch procesów kontaktowania się.

– ankieter nie dotarł do respondenta – kontakt nie został nawiązany. Sytuacja taka wystąpiła w 102 przypadkach w skutek następujących przyczyn: nieaktualny adres respondenta (39 przypadków), niemożność zastania respondenta (15), czasowy pobyt respondenta poza Łodzią (20), ankieter nie zrealizował założonej liczby wywiadów (28);

– respondent intencjonalnie nie wyraził zgody na udzielenie wywiadu (odmowa) – 6 przypadków. Respondenci swoją negatywną decyzję motywowali: brakiem zainteresowania problematyką badania (3 przypadki), chorobą (2) oraz brakiem czasu (1).

Proces kontaktowania się w wywiadzie kwestionariuszowym i ankiecie pocztowej – porównanie wyników analizy

A. Liczba zebranych materiałów

Bazując na zaprezentowanych analizach należy obecnie rozstrzygnąć problem, czy i na ile przebieg procesów kontaktowania się w sytuacji ankiety i wywiadu w niezależnych od siebie badaniach jest zbieżny. Przedtem jednak należy poświęcić kilka słów „syntetycznemu” wskaźnikowi umożliwiającemu owo porównanie. Tego typu wskaźnikiem liczbowym, najczęściej zresztą wykorzystywanym, może być *odsetek realizacji próby założonej*, wyrażający się stosunkiem liczebności próby zrealizowanej do liczebności próby założonej. Budzi on jednak poważne zastrzeżenia, ponieważ nie uwzględnia liczebności próby faktycznej, tzn. próby zasadniczej wraz z ewentualnie wykorzystaną rezerwą²⁷. Stąd też celowe wydaje się zastosowanie innego wskaźnika, a mianowicie *odsetka zebranych materiałów*, wyrażającego stosunek liczby uzyskanych materiałów do liczebności próby faktycznie wykorzystanej. Pojawia się jednak podstawowy problem, związany z wieloznacznością określeń: „liczba uzyskanych materiałów” oraz „liczebność próby faktycznie wykorzystanej”. W pierwszym przypadku nie jest bowiem jasne, czy chodzi o liczbę uzyskanych kwestionariuszy ogółem, a więc zarówno wypełnionych, częściowo wypełnionych, jak i w ankiecie – nie wypełnionych, czy też jedynie o liczbę kwestionariuszy zakwalifikowanych przez badacza do opracowania. Podobnie jest i w drugim przypadku: nie wiadomo bowiem, czy chodzi o liczebność próby faktycznie wykorzystanej, ale z pominięciem jednostek „niedostępnych” (np. osób, które zmieniły miejsce zamieszkania, zmarły), czy też nie. Sprawy te są o tyle ważne, ponieważ w zależności od przyjętych rozstrzygnięć otrzymujemy różne

²⁷ Wskaźnik ten może być ewentualnie uznany za trafny jedynie w przypadku badań, w których nie zakłada się wykorzystania „rezerwy”, a więc np. w tzw. próbach adresowych lub w badaniach realizowanych techniką ankiety pocztowej.

wartości wskaźnika²⁸. Żaden z nich nie daje, niestety, w miarę pełnej informacji na temat przebiegu procesu badawczego (w warstwie kontaktowania), a tym samym charakterze i pochodzeniu materiałów. W naszych dalszych rozważaniach posłużymy się tym, który, jak się wydaje, jest najbardziej rzetelny, ponieważ nie jest „sztucznie” zawyżony ani zaniżony, a więc uwzględnia w największym stopniu realia badania. Wskaźnik ten odnosi liczbę materiałów zakwalifikowanych do opracowania do liczebności próby faktycznie wykorzystanej, pomniejszoną o liczbę jednostek „nieodostępnych”. Poniższe zestawienie, zawierające wartości wskaźnika obliczonego w ten właśnie sposób pozwoli nam na sformułowanie kilku wniosków ogólnych dotyczących przebiegu procesów kontaktowania się w sytuacji ankiety i wywiadu.

Tabela 2. Przebieg kontaktowania się w sytuacji ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego w poszczególnych badaniach

Przebieg procesu kontaktowania się	Ankieta pocztowa				Wywiad kwestionariuszowy	
	Badanie	Badanie	Badanie	Badanie	Badanie	Badanie
	A	B	C	D	A	B
„Idealny”	190/38,5%	70/42,7%	1395/71,1%	1031/71,4%	49/30,2%	68/42,2%
Zniekształcony	56/11,3%	10/6,1%			45/27,8%	24/14,9%
Przerwany	248/50,2%	84/51,2%	567/28,9%	413/28,6%	68/42,0%	69/42,9%
Razem	494/100,0%	164/100,0%	1962/100,0%	1444/100,0%	162/100,0%	161/100,0%

Symbole literowe badań:

Badanie A – „Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?”

Badanie B – „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej”

Badanie C – „Aktualne sprawy kraju”

Badanie D – „Co myślimy o ankieterach?”

W przypadku *ankiety pocztowej* zauważyć można znaczną zbieżność rozkładów „obrazów” przebiegu procesu kontaktowania się w badaniach A i B oraz C i D.

²⁸ Możliwe są bowiem cztery sposoby obliczania tego wskaźnika. W zależności od tego, który ze sposobów przyjmiemy, uzyskujemy „zawyżone” lub „zaniżone” jego wartości. „Zawyżoną” wartość otrzymujemy, gdy odnosimy liczbę uzyskanych materiałów w ogóle do liczebności próby faktycznie wykorzystanej, pomniejszoną o liczbę jednostek „nieodostępnych”. „Zaniżoną” wartość, gdy odnosimy liczbę materiałów zakwalifikowanych do opracowania do liczebności próby faktycznie wykorzystanej, wliczając w to jednostki „nieodostępne”. Wartości „pośrednie” otrzymujemy przy dwóch pozostałych sposobach obliczenia wskaźnika, tzn. odnosząc liczbę uzyskanych materiałów w ogóle do liczebności próby faktycznie wykorzystanej (wliczając w to jednostki „nieodostępne”) lub liczbę materiałów zakwalifikowanych do opracowania do liczebności próby faktycznie wykorzystanej, pomniejszoną o liczbę jednostek „nieodostępnych”. Różne sposoby obliczania wskaźnika realizacji próby czy też odsetka uzyskanych materiałów omawiają m.in.: Dillman (1978: 49), Frey (1983: 38-40), Kviz (1977) oraz Daniłowicz, Sztabiński (1992: 125-132).

Dla badań A i B różnice w rozkładach wahają się w granicach 1,0–5,2 punktów procentowych. Przypadki, w których brak jest podstaw do wysuwania zastrzeżeń co do prawidłowości przebiegu procesu kontaktowania się w obu badaniach, stanowią około 2/5 ogółu (badanie A – 38,5% i badanie B – 42,7%). Pozostałe – to przypadki, w których proces ten został zniekształcony (na skutek udziału osób trzecich oraz udzielenia odpowiedzi przez respondenta niewłaściwego) lub przerwany. Wskazując zbieżność tych procesów w badaniu A i B przypomnieć należy, iż porównuję tu dwa obrazy zrekonstruowane wyłącznie na podstawie informacji uzyskanych w trakcie realizacji ankiety. Ponieważ w badaniu B dysponowałem także obrazem „rzeczywistym” (ustalonym na podstawie informacji z ankiety i wywiadu), wydaje się ciekawe porównanie „obrazu” w badaniach A (przybliżonego) z „obrazem” rzeczywistym w badaniach B. Otóż, w tym przypadku ich zbieżność jest niewiele mniejsza: różnice procentowe między liczebnościami poszczególnych przypadków zwiększają się bowiem jedynie do 1,0–4,9 punktów procentowych (odsetek przypadków „idealnego” przebiegu w badaniu A wynosi 38,5%, w badaniu B – 33,6%; „zniekształconego” – odpowiednio: 11,3% i 15,2% oraz „przerwanego”: 50,2% i 51,2%). Na tej podstawie przypuszczać można, że gdyby udało się ustalić „faktyczny” przebieg procesu kontaktowania w badaniu A, to byłby on także zbieżny z analogicznym, ustalonym w badaniu B.

W przypadku badań C oraz D także można zaobserwować dużą zbieżność rozkładów: różnice wynoszą 0,3 punktu procentowego. Jednakże proporcje między liczebnościami przypadków, w których proces kontaktowania się został przerwany, do tych, w których nie uległ przerwaniu, są praktycznie odwrotne, w porównaniu ze wskazanymi powyżej. O ile bowiem w badaniach A i B były one jak 3:2, to w badaniach C i D wynoszą 2:3. Źródeł znacznie niższego odsetka przypadków przerwania kontaktu w tych badaniach (o 21–22 punkty procentowe w porównaniu z badaniami A i B) upatrywać należy w przyjęciu odmiennej perspektywy metodologicznej, czerpiącej z rozstrzygnięć i propozycji D. Dillmana i Z. Gostkowskiego²⁹.

W tym miejscu zasadniczo należałoby postawić pytanie, czy wskazany odsetek uzyskanych materiałów uznać należy za wysoki czy też niski? Jeśli ich wartość odniesiemy do warunków polskich – to jest on wysoki, a w przypadku badań C i D – bardzo wysoki. Przyjmuje się bowiem, że odsetek zwrotów w granicach 30–35% uznać należy za zadowalający (zob. Sztabiński 1981a: 76–77). Jeżeli jednak odniesiemy je do standardów „zachodnich”, okazuje się on być „średni” (w badaniach A i B), natomiast bardzo dobry w badaniach

²⁹ Chodzi tutaj przede wszystkim o idee „wymiany społecznej” Dillmana oraz „upodmiotowienia procesu badawczego” Gostkowskiego (zob. Daniłowicz, Sztabiński 1992). Szczegółowo idee te zostaną przedstawione w III części niniejszej pracy.

C i D. Odsetek zwrotów rzędu 70% określa się bowiem jako „bardzo dobry”, rzędu 60% – „dobry” i 50% jako „średni” (Babbie 1992: 266–267).

Porównanie „obrazów” procesów kontaktowania się w *wywiadzie* także wskazuje, podobnie jak w ankiecie, na pewne zbieżności ich przebiegu. Odsetek przypadków, w których nastąpiło przerwanie procesu kontaktowania badacza z respondentem (bądź jego nienawiązanie) jest niemal identyczny i wynosi: w badaniu A – 42,0% i 42,9% w badaniu B. Wewnętrznie zróżnicowana jest natomiast kategoria przypadków, w których proces kontaktowania się nie uległ przerwaniu. W badaniu A prawie połowę spośród nich (47,8%) stanowią bowiem przypadki, w których kontakt został zniekształcony, natomiast w badaniu B przypadków takich jest jedynie 26,1%. W badaniach tych, w środkowej fazie procesu kontaktowania („realizacja”) wystąpiły zatem, z różnym natężeniem zakłócenia, których podstawowym źródłem był udział osób trzecich. Podkreślić jednak należy, że odsetek przypadków dotarcia do respondentów intencjonalnych (niezależnie od tego, czy udało się z nimi przeprowadzić rozmowę, czy też nie) jest niemal identyczny w obu badaniach (49,5% – badanie A i 48,5% – badanie B).

Porównując z kolei „obrazy” przebiegu procesu kontaktowania się w *ankiecie pocztowej* i *wywiadzie* zauważyć można, iż odsetek przypadków, w których nawiązano kontakt z respondentem i uzyskano informacje, jest nieco wyższy w przypadku wywiadu (58,0% – badanie A i 57,1% – badanie B), niż w przypadku ankiety pocztowej (odpowiednio: 49,8% i 48,8%)³⁰. Odwrotne proporcje występują oczywiście, jeśli weźmiemy pod uwagę przypadki przerwania kontaktu. Podkreślić jednak należy, że samych przypadków nienawiązania kontaktu z respondentem jest znacznie więcej w wywiadzie niż w ankiecie (różnice wahają się od 4,5 do 17 punktów procentowych). Jednocześnie sytuacje, w których respondent nie przyjmuje wyznaczonej roli (nie podejmuje decyzji o uczestnictwie w badaniach), są znacznie częstsze w ankiecie (por. Słostek, Fairweather 1979: 206–217). Występują więc tutaj dwie „sprzeczne tendencje”, których wypadkową stanowią przytoczone wyżej wielkości. Oznacza to, że poczta, mimo swoich ułomności, jest w sumie mniej „zawodna” niż arkieterzy (świadczą o tym różnice odsetka przypadków w ankiecie i wywiadzie, w których kontakt z respondentem nie został nawiązany). Jednocześnie, ze względu na charakter kontaktu, w momencie dotarcia ankietera do respondenta, ten pierwszy jest zazwyczaj w stanie „namówić” go do udzielenia wywiadu. W ankiecie sytuacja taka nigdy nie będzie miała miejsca: bezpośredni

³⁰ W tej części w naszych rozważaniach pomijamy badania C i D, realizowane wyłącznie przy zastosowaniu ankiety pocztowej. Nieuprawnione bowiem wydaje się porównywanie badań oddzielonych tak dużym dystansem czasowym, a co więcej prowadzonych na różnych próbach (próby mieszkańców Łodzi oraz próby ogólnopolskie). Generalnie jednak, zawarte w zestawieniu dane świadczą, iż zastosowanie procedury nawiązywania kontaktu „na odległość” nie musi przynieść wcale gorszych rezultatów niż kontakt „bezpośredni”, a wprost przeciwnie, może nawet okazać się lepsze.

przekaz ustny oddziałuje bowiem na odbiorcę znacznie silniej niż pisemny. Stąd też niższy odsetek „odmów” w wywiadzie niż ankiecie (różnice w granicach 5,4–13,5 punktów procentowych).

Generalnie, w obu badaniach odsetek uzyskanych materiałów jest nieco wyższy w przypadku wywiadów niż ankiet, przy czym, co wyraźnie należy zaznaczyć, różnice nie są aż tak duże, jakich byliby skłonni oczekiwać „przeciwnicy” ankiety pocztowej. Przedstawione wyniki nie wydają się zresztą przypadkowe. W literaturze metodologicznej poświęconej tej problematyce można bowiem znaleźć wiele podobnych przykładów. Don. A. Dillman (1978: 3–21) powołując się na materiały Amerykańskiego Stowarzyszenia Statystycznego, stwierdza, iż w badaniach prowadzonych w Stanach Zjednoczonych w latach 60. i 70. na próbach ogólnych odsetek zrealizowanych wywiadów wahał się przeciętnie w granicach 70–75%, natomiast w prowadzonych przez niego w tym samym okresie badaniach przy zastosowaniu ankiety pocztowej odsetek zwrotów wahał się w granicach 50–95% (średni odsetek zwrotów dla 50 badań wyniósł 74%). Podobne tendencje stwierdzili E. D. de Leeuw i J. Van der Zouwen (1988) na podstawie analizy badań, których przedmiotem było porównanie ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego. Otóż okazało się, że w przypadku zastosowania wywiadu odsetek uzyskiwanych materiałów był tylko nieco wyższy niż w ankiecie. Dla wywiadu wynosi on średnio 74% (+–11%), podczas gdy dla ankiety 70% (+–7%). Warto w tym miejscu podkreślić, iż w granicach tych mieści się odsetek materiałów uzyskanych w badaniach „Aktualne sprawy kraju” (C) i „Co myślimy o ankierach” (D). Oznacza to, iż również w warunkach polskich ankieta pocztowa może przynieść zadowalające rezultaty. Jest to dość interesujące, jeśli wziąć pod uwagę, iż ankieta pocztowa, jako podstawowa procedura badawcza, jest wykorzystywana w skali ogólnopolskiej niezmiernie rzadko, a zatem i stopień jej akulturacji jest stosunkowo niski (Gostkowski 1966; 1974: 99–113)³¹.

Jak wspomniano, w badaniach realizowanych techniką wywiadu oraz techniką ankiety (badania A i B), w pierwszym przypadku odsetek uzyskanych materiałów jest nieco wyższy niż w drugim. Jednakże, jedynie w części materiały te uzyskane zostały w wyniku idealnego przebiegu procesu kontaktowania się. Reszta, to materiały powstałe w procesie, który uległ zniekształceniu, a więc pochodzą od respondentów niewłaściwych lub powstały przy współudziale osób trzecich. Zniekształcenia pierwszego rodzaju (udział respondentów niewłaściwych) występowały stosunkowo częściej w ankiecie niż w wywiadzie. W badaniu A było ich 13,5% w ankiecie i 5,3% w wywiadzie, natomiast w badaniu B – odpowiednio: 13,8% oraz 1,1% ogółu zebranych materiałów. Zniekształcenia drugiego rodzaju (współudział osób trzecich)

³¹ Należy podkreślić, iż chodzi tutaj przede wszystkim o akulturację stosowanej procedury, nie zaś samej idei i wyników badań ankietowych (zob. Sztabiński, Sztabiński 1994a: 147–151).

częściej występowały w wywiadzie niż w ankiecie. Odsetek materiałów uzyskanych w wyniku udziału osób trzecich wynosi w badaniu A: 9,4% w ankiecie oraz 42,6% w wywiadzie i odpowiednio 17,5% i 25,0% w badaniu B³². Rzeczą oczywistą jest, że te dwa rodzaje zniekształceń mogą się „nakładać”, w wyniku czego uzyskane materiały pochodzą od respondentów niewłaściwych i powstały przy współudziale osób trzecich. Tego typu sytuacje występują jednak w ilościach śladowych: sięgają co najwyżej 2% (w wywiadzie w badaniu A).

Przytoczone dane skłaniają do ogólniejszej refleksji, a właściwie pytania, jak należy ocenić materiały będące rezultatem procesu kontaktowania się zniekształconego udziałem osób trzecich? Nie jest to pytanie błahe, albowiem uzyskane w ten sposób materiały stanowią znaczną część ogółu zebranych zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie. We wszystkich tych przypadkach, w mniejszym czy większym stopniu nastąpiło rozejście faktycznej sytuacji badania z wymodelowaną – zakładaną przez badacza; przyjmuje się bowiem, iż odpowiedzi respondentów winny być uzyskiwane bez udziału osób trzecich (Gostkowski 1966: 53–60; Javeau 1971: 2–3; Lutyński 1968: 18–23, 39–47; 1972: 25–35 i inni). Wynika to z faktu, iż osoby trzecie mogą podpowiadać, pomagać lub przeszkadzać, krępować, peszyć itp. respondenta, w rezultacie czego uzyskane odpowiedzi nie są wypowiedziami osób wylosowanych, lecz w mniejszym bądź większym stopniu także wypowiedziami innych ludzi. Problem udziału „osób trzecich” i ich wpływu na odpowiedzi respondentów jest podnoszony przede wszystkim w refleksji metodycznej nad wywiadem kwestionariuszowym (Lutyńska 1970: 133–222). W ankiecie pocztowej natomiast, jak wskazują niektórzy badacze, dopuszcza się możliwość „konsultacji z osobami trzecimi” w trakcie formułowania i udzielania odpowiedzi (chodzi tutaj o tzw. „inter-household consultation” – por. Moser, Kalton 1971: 258–259). Uzyskiwane w ten sposób informacje, w większym lub mniejszym odsetku są zatem wypowiedziami nie pojedynczych osób, lecz „produktem zbiorowym”, wypowiedziami i sądami najbliższego otoczenia badanych. Czy tego typu materiały są zatem bezużyteczne, czy wręcz przeciwnie, są one „naturalne”, bliższe tym, które powstają w realnych sytuacjach życiowych? I dalej, czy ankieta pocztowa nie jest zatem właśnie jedną z tych procedur, które dają możliwość badania poglądów i opinii w warunkach społecznych zbliżo-

³² Znacznie niższy odsetek udziału osób trzecich w ankiecie pocztowej w stosunku do tego z wywiadu można tłumaczyć opisanymi wcześniej mechanizmami udzielania odpowiedzi na ankietę. Zdecydowana większość respondentów (około 90%) deklarowała bowiem, iż po jej otrzymaniu pokazywali ją znajomym i członkom rodziny. Osoby te, po zapoznaniu się z nią, praktycznie nie były już nią „zainteresowane” i stąd nie brały udziału przy jej wypełnianiu (co nie oznacza, iż faktycznie nie miały wpływu na udzielane przez respondenta odpowiedzi). Na słuszność takiej interpretacji wskazują także wyniki badań, w których wielu respondentów stwierdza, iż wyrazili zgodę na wywiad z „ciekawości”. Ową „ciekawością”, w wielu przypadkach, można zatem także tłumaczyć obecność osób trzecich w trakcie wywiadu.

nych do „naturalnych”? Trudno jest udzielić jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. Warto jednak zaznaczyć, iż chyba zbyt często badacze przyjmują założenie, że większość sądów jest „wytwarzana” przez jednostki, w izolacji od innych. Założenie to nie jest chyba do końca prawdziwe; opinie nie są bowiem „bytami” jednostkowymi, lecz „żyją” i funkcjonują jedynie w interakcji. Przyjęcie tego założenia może prowadzić w konsekwencji do błędu „indywidualizacji” (Bielawska, Słomczyński 1968: 152; Doise, Moscovici 1973: 114; Gostkowski 1976: 281–283). Polega on na tym, że jednostkę „wyrwa” się niejako ze środowiska i pozbawiając kontaktu z nim, zmusza do podjęcia próby „odtworzenia” opinii funkcjonujących w jej najbliższym otoczeniu lub „wytworzenia” jej *ad hoc*. W przypadku „odtworzenia” opinii należy liczyć się z możliwością ich poważnych deformacji: nie można bowiem przyjąć, iż jednostka zna sądy grupy na wszystkie tematy poruszane w danych badaniach i potrafi je zreprodukować. Skoro tak jest, oznacza to, iż w pewnym momencie jednostka zmuszona jest podjąć próbę wytworzenia *ad hoc* – a więc poza grupą – jakiegoś sądu, który może nie mieć dla niej żadnego znaczenia poza sytuacją, w której jest wypowiedzany. Innymi słowy, z punktu widzenia psychospołecznych mechanizmów tworzenia opinii w powyższym przypadku mamy do czynienia z generowaniem „nibyopinii” w sytuacji sztucznej, „anaturalnej”. Ludzie bowiem nie wyrażają zazwyczaj ostatecznych poglądów, do których przywiązują znaczenie, bez zapoznania się z sądami innych, bez przedyskutowania, zasięgnięcia rady w rodzinie, wśród znajomych czy swych „przywódców opinii” (Goban-Klass 1976a: 102–110; 1976b: 5–23). Wydaje się, że powstałe w ten właśnie sposób opinie można uznać za wystarczająco trwałe, społecznie „zakotwiczone” i stanowiące podstawę przyszłych zachowań niewerbalnych. Powyższe uwagi wskazują na odmienny status ontologiczny wypowiedzi uzyskiwanych w sytuacji ankiety pocztowej (i będących w pewnym sensie sądami „ponadindywidualnymi”, kolektywnymi) i „opinii” indywidualnych, wywoływanych w sytuacji wywiadu i będących poniekąd „konstruktami” badacza. Nasuwa się zatem wniosek o „nierównoważności” sądów tych dwóch rodzajów, a tym samym nieprawomocności praktyk, polegających na traktowaniu ich jako tożsamy (np. sumowanie wyników uzyskanych w drodze wywiadu i ankiety).

B. Reprezentatywność zebranych materiałów.

Rozważania dotyczące przebiegu procesu kontaktowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym byłyby niepełne, gdyby nie uwzględnić problemu reprezentatywności *vs* „tendencji” zebranych materiałów. Zagadnienie to nasuwa się w związku z dość znacznym odsetkiem przypadków przerwania procesu kontaktowania się, w wyniku czego pewne kategorie respondentów mogą być nadreprezentowane, inne zaś niedoreprezentowane, w efekcie czego zgromadzone materiały mogą okazać się tendencyjne. W przy-

padku ankiety pocztowej sprawa ta ma podstawowe znaczenie, ze względu na panujące powszechnie przekonanie, iż nie dostarcza ona danych reprezentatywnych: uzyskane informacje pochodzą bowiem od osób, które same się „wyselekcjonowały” i tworzą, w sensie statystycznym, próbę nie-reprezentatywną. Jednocześnie przyjmuje się, że zupełnie odmienna sytuacja występuje w wywiadzie kwestionariuszowym, w którego przypadku próba zrealizowana jest zawsze reprezentatywna (Gostkowski 1968: 57–58). W odniesieniu do omawianych badań powyższe stwierdzenia nie wydają się w pełni słuszne. Jeśli bowiem wziąć pod uwagę przebieg procesu kontaktowania się w wywiadzie, a właściwie odsetek przypadków przerwania kontaktu (42,0% w badaniu A i 42,9% w badaniu B), przekonanie to, podobnie jak i sama reprezentatywność próby zrealizowanej, zostaje zachwiana. Aby jednak z całą pewnością to rozstrzygnąć, przeprowadzono analizy porównawcze struktur poszczególnych prób.

W przypadku ankiety pocztowej, zarówno w trakcie realizacji badań dotyczących strajku (badanie A), jak i ludności wiejskiej (badanie B), uzyskano materiały pochodzące od osób, które stanowią próbę nie różniącą się w sposób istotny statystycznie od próby założonej (wylosowanej)³³. Duża zbieżność przebiegu procesów kontaktowania się w związku z ankietą pocztową w tych dwóch badaniach nasunęła przypuszczenie, iż być może i struktury prób zrealizowanych są zbliżone. Okazało się, iż rzeczywiście, między próbami zrealizowanymi w badaniu A i B brak jest statystycznie istotnych różnic³⁴.

Analizy struktur poszczególnych prób w tych samych badaniach, ale w wywiadzie, przynoszą praktycznie analogiczne rezultaty. Zarówno w badaniu A, jak i B zebrano materiały od osób, które stanowią próby nie różniące się w sposób istotny statystycznie od prób założonych³⁵. Jednocześnie porównanie

³³ W przypadku obydwóch badań, porównania prób założonych i zrealizowanych dokonano na podstawie dwóch cech: płeć (stosując test niezależności χ^2) oraz wiek (stosując test Smirnowa-Kołgomorowa). Dla prób w badaniu A uzyskano następujące wyniki testów: płeć 1,077 (1 stopień swobody) oraz wiek 0,526. W badaniu B natomiast, wyniki testów były następujące: płeć 0,632 (1 stopień swobody) oraz wiek 0,272. Wyniki interpretowane były na poziomie istotności 0,005. Warto tutaj także podkreślić, iż próby założone w badaniach A i B nie różniły się w sposób istotny statystycznie (ze względu na płeć i wiek) od założonej próby generalnej mieszkańców Łodzi.

³⁴ Struktury tych dwóch prób porównywano ze względu na 4 cechy: płeć, wykształcenie, zawód respondenta (stosując test niezależności χ^2) oraz wiek (stosując test Smirnowa-Kołgomorowa). Otrzymano następujące wyniki testów: płeć 0,048 (1 stopień swobody); wykształcenie 5,236 (3 stopnie swobody); zawód 0,823 (3 stopnie swobody) oraz wiek 0,479. Wyniki interpretowano na poziomie istotności 0,005. Brak różnic między próbami zrealizowanymi w badaniu A i B nie wiązał się z odmiennością prób założonych, ponieważ także nie stwierdzono między nimi istotnych statystycznie różnic.

³⁵ Porównanie to w przypadku obydwóch badań dokonane zostało na podstawie dwóch cech: płeć (stosując test niezależności χ^2) oraz wiek (stosując test Smirnowa-Kołgomorowa). Dla próby założonej i zrealizowanej w badaniu A uzyskano następujące wyniki testów: płeć 0,107 (1 stopień

obydwu prób zrealizowanych (tzn. zrealizowane w wywiadzie w badaniu A i B), także nie wykazuje istnienia istotnych różnic³⁶. Wydaje się, iż wynik ten potwierdza dużą zbieżność przebiegu procesów kontaktowania się w wywiadzie w tych dwóch badaniach.

W omawianych badaniach, zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie nie nastąpiło zatem zniekształcenie prób założonych. Rodzi się jednak pytanie, jak w takim razie „mają się do siebie” próby zrealizowane w wywiadzie i w ankiecie w tych dwóch badaniach. W przypadku badań poświęconych strajkowi (badanie A), porównania tych dwóch prób dokonano ze względu na 6 cech społeczno-demograficznych: płeć, wykształcenie, zawód, przynależność organizacyjna (stosując test niezależności χ^2) oraz wiek i dochód w gospodarstwie domowym na 1 osobę (stosując test Smirnowa-Kołgomorowa). Uzyskane wyniki świadczą o braku istotnych różnic między zrealizowanymi próbami³⁷. Analogicznie, porównano także próby zrealizowane w ankiecie i wywiadzie w badaniu na temat ludności wiejskiej (badanie B). Również w tym przypadku uzyskane wyniki świadczą o braku istotnych różnic między zrealizowanymi próbami³⁸.

Powyzsze analizy wskazują, że ze względu na wybrane cechy społeczno-demograficzne, w obydwu przypadkach, tzn. w ankiecie i wywiadzie otrzymaliśmy próby nie różniące się między sobą w sposób istotny statystycznie (dotyczy to badania A i B). Stwierdzenie to oznaczać jednak może, iż w obydwu przypadkach w ogóle nie nastąpiło zniekształcenie prób zrealizowa-

swobody) oraz wiek 0,313. W badaniu B natomiast, wyniki testów były następujące: płeć 3,496 (1 stopień swobody) oraz wiek 0,510. Wyniki interpretowane były na poziomie istotności 0,005. Również w tym przypadku, próby założone w badaniach A i B nie różniły się w sposób istotny statystycznie (ze względu na płeć i wiek) od założonej próby generalnej mieszkańców Łodzi.

³⁶ Porównując strukturę tych prób ze względu na płeć otrzymano następujące wyniki testów: płeć (test niezależności χ^2) 3,494 (1 stopień swobody); wiek (test Smirnowa-Kołgomorowa) 0,368. Wyniki interpretowane były na poziomie istotności 0,005. Brak różnic między próbami zrealizowanymi w badaniu A i B także nie był związany z odmiennością prób założonych, ponieważ nie stwierdzono między nimi istotnych statystycznie różnic.

³⁷ Dla próby zrealizowanej w wywiadzie i zrealizowanej w ankiecie w badaniu A otrzymano następujące wyniki testu χ^2 : płeć 0,623 (1 stopień swobody); wykształcenie 0,661 (4 stopnie swobody); zawód 8,531 (3 stopnie swobody); przynależność organizacyjna 5,872 (3 stopnie swobody) oraz testu Smirnowa-Kołgomorowa: wiek 0,410; dochód na 1 osobę 0,448. Wyniki interpretowane były na poziomie istotności 0,005. W przypadku zmiennej „zawód respondenta” wynik testu χ^2 wskazuje na istotne różnice między strukturą próby zrealizowanej w wywiadzie i ankiecie. Pojawiło się więc podejrzenie, że być może zostało to spowodowane błędem agregacji. W związku z tym przyjęto podział bardziej szczegółowy – na 12 kategorii zawodowych, oparty na Społecznej Klasyfikacji Zawodów (Pohoski, Słomczyński 1978) i powtórzono testy. Wynik testu χ^2 : 15,762 (11 stopni swobody), interpretowany na poziomie istotności 0,005 świadczy o braku istotnych różnic w strukturze zawodowej między zrealizowanymi próbami.

³⁸ Dla próby zrealizowanej w wywiadzie i ankiecie w badaniu B otrzymano następujące wyniki: płeć 3,559 (test χ^2 – 1 stopień swobody); wiek 0,398 (test Smirnowa-Kołgomorowa). Wyniki interpretowano na poziomie istotności 0,005.

nych bądź też wystąpiło ono w jednakowym stopniu w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym. W sposób jednoznaczny kwestii tej nie można rozstrzygnąć. Z jednej bowiem strony próby te nie różnią się w sposób istotny statystycznie od prób założonych, z drugiej zaś – biorąc pod uwagę liczbę przypadków przerwania kontaktu, nie można przyjąć, iż utrzymana została ich reprezentatywność (Lissowski 1968: 66–67).

W kolejnym badaniu – „Aktualne sprawy kraju” (C), porównanie próby założonej i zrealizowanej także wykazało, iż ze względu na 3 podstawowe cechy społeczno-demograficzne – płeć, wiek i wykształcenie – brak jest między nimi istotnych statystycznie różnic³⁹. Pamiętać jednak należy, że w przypadku tych prób nie można ocenić stopnia ich reprezentatywności, ze względu na to, iż próba założona była ogólnopolską podpróbą miejską z wcześniej zrealizowanej w wywiadzie. Interesujący wydaje się jednak problem ewentualnego regionalnego zróżnicowania wysokości odsetka zebranych materiałów. Analiza uzyskanych w tym badaniu materiałów wykazała, że tego typu zróżnicowanie regionalne praktycznie nie występuje. Stosunkowo najwyższy odsetek materiałów uzyskano co prawda z regionu śląskiego, małopolskiego, północno-wschodniego oraz centralnego, najniższe zaś z pomorskiego i wielkopolskiego, ale różnice nie przekraczają 6 punktów procentowych. Podobnie jest, jeśli chodzi o liczbę zebranych materiałów w zależności od wielkości miejsca zamieszkania respondentów. W tym przypadku różnice sięgają 8 punktów procentowych. Stosunkowo najwyższy odsetek uzyskano z małych miast (do 25 tys. mieszkańców – 74%), najniższy zaś z dużych (ponad 500 tys. – 66%).

W ostatnim z omawianych badań („Co myślimy o ankietach?”) problem reprezentatywności zebranych materiałów analizowany będzie w nieco inny sposób⁴⁰. O ile w przypadku poprzednich badań oceniano reprezentatywność próby zrealizowanej poprzez porównanie rozkładów wybranych cech społeczno-demograficznych respondentów na podstawie ankiet, z rozkładami tych cech w próbie założonej, o tyle obecnie spróbujemy wskazać źródła ewentualnej tendencyjności tej pierwszej, tzn. próby zrealizowanej.

Dążąc do wykrycia ewentualnych źródeł tendencyjności, będę próbował ustalić, kto, jakie osoby nie wzięły udziału w naszych badaniach. Dysponując informacjami o cechach respondentów będę więc porównywać odpowiednie

³⁹ Zastosowanie testów niezależności χ^2 (płeć, wykształcenie) oraz testu Smirnowa-Kołmogorowa (wiek) przyniosło następujące rezultaty: płeć 0,002 (1 stopień swobody); wykształcenie 1,461 (8 stopni swobody) oraz wiek 0,918. Wyniki interpretowano na poziomie istotności 0,005.

⁴⁰ Niniejsza część rozważań dotyczących reprezentatywności próby zrealizowanej w badaniu „Co myślimy o ankietach?” przygotowana została we współpracy z jego autorem – Pawłem B. Sztabińskim. Autorzy pragną wyrazić głęboką wdzięczność kierownictwu badania „Polski Generalny Sondaż Społeczny '94”: dr. Bogdanowi Cichomskiemu i dr. Zbigniewowi Sawińskiemu z Instytutu Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, za udostępnienie próby oraz zgodę na realizację niniejszych badań.

dane dla osób, które wzięły udział w badaniach, z danymi dla tych, z którymi nie udało się ich zrealizować. Oczywiście podejście takie wyostreza wszelkie różnice. Z drugiej jednak strony, porównanie próby założonej i zrealizowanej przy wysokim odsetku realizacji próby powoduje zatarcie ewentualnych różnic między osobami, które uczestniczyły w badaniach i które z nich „wypadły”, zwłaszcza gdy chodzi o kategorie stosunkowo nieliczne w populacji, np. ludzie z wykształceniem wyższym, prywatni właściciele itp. Analiza, której celem nie jest ocena reprezentatywności próby w danym, konkretnym badaniu, lecz wskazanie możliwych źródeł jej zniekształceń wydaje się ważne także z innych względów: biorąc pod uwagę, że przeciętny odsetek zwrotów ankiet realizowanych w Polsce na próbach generalnych waha się od 30 do 40%, określenie możliwych źródeł tendencyjności ma istotne znaczenie dla prawomocności formułowanych wniosków.

Za przyjęciem wskazanego powyżej sposobu analizy problemu reprezentatywności przemawia również i to, że porównanie próby zrealizowanej z próbą założoną nie byłoby możliwe ani uprawnione. Badanie PGSS prowadzone były na próbie adresowej, a więc ankietę dysponował jedynie adresem, pod którym miał przeprowadzić wywiad, respondenta zaś losował na miejscu, spośród członków gospodarstwa domowego. Jednostkę losowania stanowiła więc nie konkretna osoba, lecz adres. W przypadku, gdy wywiad z jakichś względów nie dochodził do skutku, np. ankietę nie wpuszczono do mieszkania, nikogo nie zastano mimo trzykrotnej wizyty, zazwyczaj nie sposób ustalić, kto miał być respondentem, a tym samym – jakie były jego cechy. Z drugiej strony, nie można zakładać, że wysyłając ankietę pod taki adres, na nazwisko konkretnej osoby, nie uzyskano by jej zwrotu. Decyzja o uczestnictwie w ankiecie pocztowej i w wywiadzie związana jest bowiem z nieco innymi czynnikami: nie wszyscy uczestnicy wywiadu odpowiadają na ankietę, ale również nie każdy, kto odsyła ankietę, gotów jest udzielić wywiadu. Świadczą o tym nie tylko wcześniej przytoczone wyniki (chodzi o badanie B, w którym realizowano wywiady z respondentami, do których uprzednio skierowano ankietę pocztową), lecz także listy i telefony od wylosowanych do udziału w wywiadach osób, które po otrzymaniu karty zapowiedniej uprzedzają, że nie zgadzają się na udział w nich, ale jednocześnie proponują, aby wysłać im kwestionariusz, który wypełnią samodzielnie i odesłać.

Próby założonej w niniejszym badaniu nie można także traktować jako reprezentatywnej. Jak już wspomniano, ankiety rozesłano tylko do osób, które zgodziły się podać ankietarowi swoje imię i nazwisko. Powody odmowy ich podania mogły być różnorodne i nie można orzekać, że osoby te odesłałyby lub nie odesłałyby ankiety.

Próba 1453 osób, do których rozesłano ankietę, nie stanowi zatem ani reprezentacji próby ogólnopolskiej, ani też zrealizowanej w PGSS. Na podstawie jej analizy można więc mówić jedynie o pewnych tendencjach, nie zaś próbować precyzyjnie określać jej reprezentatywność.

Analizując tendencyjność zwrotów w ankiecie pocztowej będziemy porównywać dane z wywiadów PGSS, uzyskane od respondentów, którzy odpowiedzieli na ankietę, z analogicznymi danymi uzyskanymi od osób, które na nią nie odpowiedziały. Taki sposób analizy zakłada, że odpowiedzi obydwóch kategorii w wywiadach PGSS są obciążone jednakowym błędem, a więc że wiarygodność informacji o zarobkach, dochodach i innych zmiennych uzyskana od osób, które odesłały ankietę i jej nie odesłały, jest podobna⁴¹.

Zestaw cech społeczno-demograficznych, ze względu na które porównywano osoby, które odesłały ankietę i jej nie odesłały, obejmował: region zamieszkania; rodzaj miejscowości; płeć; wiek; sytuację społeczno-zawodową; zawód; stan cywilny; wykształcenie; zarobki oraz dochody gospodarstwa domowego na osobę.

W analizie uwzględniono, obok powyższych cech, również opinie respondentów w wybranych sprawach. Wydawało się to istotne, biorąc pod uwagę generalnie słabe korelacje między cechami społecznymi a opiniami, uzyskiwane w badaniach socjologicznych. Przykładowo, postawa tradycjonalistyczna może samodzielnie silniej wpływać na decyzję o wzięciu udziału w badaniach lub nie, niż traktowana jako pochodna wykształcenia. Były to następujące zmienne:

– „ocena wielkości wydatków państwa na badania naukowe”. Odpowiedź na to pytanie mogła zawierać, jak zakładano, elementy oceny sensowności prowadzenia badań ankietowych. Zarówno w liście zapowiednim do respondentów przed badaniami PGSS, jak i w aranżacji wywiadu podkreślano naukowe cele badań. Osoby, według których badania takie nie mają sensu, widząc na jakie cele wykorzystywane są fundusze, mogły częściej twierdzić, że wydaje się na nie za dużo. Można oczekiwać, że wśród tych osób odsetek zwróconych ankiet będzie niższy;

– „ocena roli i miejsca kobiety w rodzinie” (4 pytania). Na podstawie tych pytań można, jak się wydaje, odróżnić osoby o orientacji tradycjonalistycznej vs nietradycjonalistycznej w sprawach rodziny. Oczekiwać można, że tradycjonalizm w tej sferze związany jest z postawą tradycjonalistyczną również w innych sferach. Biorąc pod uwagę, że badania ankietowe w Polsce nie mają długiej historii, od „tradycjonalistów” oczekiwano niższego odsetka zwrotów;

– „ocena ważności sfer życia: krewni, religia i Kościół, sąsiedzi”. Były to pytania, na których podstawie można również wnioskować o postawie tradycjonalnej (Domański 1994);

⁴¹ Ograniczenie się w porównaniach wyłącznie do danych z wywiadów, bez uwzględniania danych zawartych w ankietach było związane z celami prowadzonej analizy. Wiarygodność informacji na ten sam temat w wywiadzie i w ankiecie może być różna, co związane jest ze specyfiką każdej z tych technik. Gdyby więc dla respondentów, którzy odpowiedzieli na ankietę, uwzględnić dane z ankiety, dla pozostałych zaś – dane z wywiadu, elementem wpływającym na uzyskane wyniki mogłaby być zróżnicowana wiarygodność danych uzyskiwanych za pomocą każdej z tych technik.

– „zadowolenie z różnych sfer życia” (9 sfer). Pytania te pozwalają zidentyfikować osoby, ogólnie biorąc, sfrustrowane, nastawione na „nie”, od których można oczekiwać niższego odsetka zwrotów ankiet;

– „skala chęci życia”. Pozwala ona, podobnie jak „zadowolenie”, zidentyfikować osoby sfrustrowane;

– „poczucie szczęścia za 5 lat”. Pytanie to można uznać za wskaźnik optymizmu. Od osób takich oczekiwano wyższego odsetka zwrotów;

– „częstotliwość spotkań towarzyskich z krewnymi, sąsiadami, znajomymi” (3 pytania). Mogą być one traktowane jako wskaźnik „otwartości” na innych ludzi. Od osób takich oczekiwano wyższego odsetka zwrotów;

– „przekonania polityczne określone na skali niektórych krajach zachodnich (np. Francja) stwierdzono, że w badaniach ankietowych chętniej uczestniczą osoby o przekonaniach lewicowych niż prawicowych, co powoduje wypaczenie uzyskiwanych wyników. Ważne wydawało się sprawdzenie, czy w Polsce można stwierdzić tendencję analogiczną. Aczkolwiek niniejsze badania prowadzone były na próbie osób już wyselekcjonowanych pod tym względem (były to osoby, które już wcześniej udzieliły wywiadu), to jednak, przy ogólnie niskim w naszym kraju odsetku odmów, ewentualne wystąpienie wspomnianej tendencji powinno ujawnić się w przypadku ankiet pocztowej;

– „aktywność polityczna” (mierzona udziałem w wyborach prezydenckich). Wobec rozpowszechnionego w naszym kraju utożsamiania wszystkich badań ankietowych z badaniami opinii publicznej (takimi, które są zakulturowane dzięki publikacjom prasowym, radiowym i telewizyjnym) i przekonania, że wyniki badań „służą władzom” lub „całemu społeczeństwu”, można założyć, że stanowi ona dobry wskaźnik występowania syndromu „postawy obywatelskiej”. Od osób takich można oczekiwać wyższego odsetka zwrotów;

– „picie alkoholu”. Oceniając wiarygodność wyników badań dotyczących picia alkoholu można stwierdzić, że jest ona generalnie bardzo niska. Powszechnie występuje tendencja do zaniżania jego spożycia. Wobec powszechności picia alkoholu w Polsce, choćby tylko w związku ze specjalnymi okazjami, informacja o tym, czy respondent pije „od czasu do czasu”, czy też jest całkowitym abstynentem może być bez ryzyka większego błędu uznana za wskaźnik wiarygodności udzielanych w wywiadzie odpowiedzi. Można oczekiwać, że osoby, które szczerze odpowiadały podczas wywiadu, lepiej rozumieją sens badań ankietowych i tym samym, częściej będą odsyłać ankietę.

Wystąpienie różnic w rozkładach powyżej wymienionych zmiennych wśród osób, które odpowiedziały i nie odpowiedziały na ankietę, wskazywać będzie na możliwość wystąpienia w tego typu badaniach tendencyjności zwrotów ze względu na opinie. Zadając zatem w ankiecie pocztowej pytania, które mogą być skorelowane z postawą tradycjonalistyczną, można oczekiwać (w przypadku potwierdzenia się hipotezy o jej związku ze zwrotem ankiet) niedoreprezen-

towania próby ze względu na tę właśnie kategorię. Może to oczywiście rzutować na wyniki prowadzonych przez jej autora analiz i powodować niepełną trafność przedstawianych przez niego wniosków.

Dodatkowymi zmiennymi, które uwzględniono w analizie zwrotów ankiet, były dane z ankiety do ankietera, zamieszczonej na końcu kwestionariusza PGSS. Dotyczyły one:

- sposobu wypełnienia ankiety ISSP. Ankieta ta stanowiła odrębną część badania PGSS i w zależności od możliwości intelektualnych respondenta była wypełniana przez niego samodzielnie w obecności ankietera lub też przeprowadzana jako wywiad przez ankietera⁴². Sposób jej wypełnienia można więc potraktować jako wskaźnik możliwości intelektualnych respondenta;

- postawa respondenta wobec wywiadu PGSS. Może być ona traktowana jako wskaźnik postawy wobec badań ankietowych, ale także posłużyć do określenia, na ile wcześniejsze doświadczenia respondenta z badaniami wpływają na udział w ankiecie pocztowej.

Porównując rozkłady danych uzyskanych od osób, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią, posługiwano się kategoriami przyjętymi przez B. Cichomskiego i Z. Sawińskiego (1993).

W pierwszej kolejności analizować będą tendencyjność zwrotów ze względu na cechy społeczno-demograficzne respondentów⁴³.

Region zamieszkiwania respondenta. Przy podziale Polski na 8 regionów (centralny, wielkopolski, śląski, zachodni, pomorski, północno-wschodni, wschodni, małopolski) nie stwierdzono tendencyjności zwrotów ankiety (wartość testu χ^2 wynosi 10,050, co jest wynikiem nieistotnym przy 7 stopniach swobody).

Rodzaj miejscowości (zob. tab. 1., Aneks C). Miejsce zamieszkania różnicuje w sposób istotny statystycznie osoby, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią (wartość χ^2 wynosi 29,767, co przy 7 stopniach swobody jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0001).

Na ankietę pocztową rzadziej odpowiadają mieszkańcy wsi – różnica wynosi 10 punktów procentowych. Jest to istotna odmiennosc w porównaniu z wywiadem kwestionariuszowym. Przy jego zastosowaniu realizowalność

⁴² Por. przyp. 23 w niniejszej części.

⁴³ Analizą objęto 1444 przypadki, co oznacza, iż pominięto te, w których kwestionariusz w ogóle nie dotarł do respondenta (9 przypadków). Grupa respondentów, którzy odpowiedzieli na ankietę, liczy 1045 osób – włączono bowiem tutaj także 14 przypadków, w których kwestionariusz nie został zakwalifikowany do opracowania. Grupa, która nie odpowiedziała na ankietę, liczy zatem 399 osób (por. część 2.2.1.A niniejszej pracy).

Tabele, na których podstawie formułuję powyższe wnioski zawarte są w Aneksie C. W przypadku, gdy ze względu na niewielkie liczebności w poszczególnych kategoriach lub z innych względów zasądza konieczność zastosowania rekordów zmiennych, nazwa zmiennej lub treść pytania zostały oznaczone gwiazdką.

próby na wsi jest wyższa niż w miastach⁴⁴. Wynika to nie tylko z większej aktualności adresów (mniejsza ruchliwość mieszkańców wsi), ale również rzadszych przypadków odmów udzielenia wywiadu: wizyta ankietera, traktowanego jako gościa, stawia respondentów w sytuacji pewnego nacisku – nie można odmówić zgody na rozmowę z nim. Z kolei ankietę, wobec wzrostu akulturacji badań, przestaje być traktowana jako „urzędowe pismo”, na które trzeba odpowiedzieć.

Warto jednocześnie zwrócić uwagę, że odsetek zwrotów i braków zwrotów w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców jest zbliżony. W tej kategorii miejscowości realizowalność wywiadów jest zazwyczaj najniższa. Wydaje się zatem, że ankietę pocztową rozsyłaną do mieszkańców wielkich miast może dawać, jeżeli chodzi o stopień realizacji próby, lepsze rezultaty niż wywiad. Wobec takiego wniosku można wysunąć zastrzeżenia, że mieszkańcy miast byli osobami wyselekcjonowanymi – tymi, którzy zgadzają się uczestniczyć w badaniach. Niewątpliwie tak jest, ale należy wziąć również pod uwagę, że było to już czwarte badanie, w którym respondent uczestniczył, i nawet osoby o życzliwym nastawieniu mogły być znużone.

Płeć respondenta (zob. tab. 2., Aneks C). Stosując ankietę pocztową można spodziewać się niedoreprezentowania mężczyzn, których jest więcej o ponad 8 punktów procentowych wśród osób, które nie odpowiedziały na ankietę. Jest to potwierdzenie znanej z badań nad ankieterami tezy o większej rzetelności i skrupulatności kobiet, aczkolwiek jest ona sprzeczna z wynikami analizy zgłaszalności na badania socjomedyczne, realizowane w Stacjach Sanitaro-Epidemiologicznych (w badaniu tym zgłaszalność kobiet była nieco niższa niż zgłaszalność mężczyzn – por. Sztabiński, Sztabiński 1994b). Wynika to zapewne z większego obciążenia kobiet obowiązkami, które jednak nie stoi im na przeszkodzie w wypełnieniu ankiety pocztowej⁴⁵.

Wiek respondenta* (zob. tab. 3., Aneks C). Wiek różnicuje w sposób istotny statystycznie osoby, które zwróciły wypełnioną ankietę, i te, które jej nie odesłały ($\chi^2 = 24,814$, co przy 7 st. swobody jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0008). Respondenci w wieku 40–59 lat nieco częściej odpowiadają

⁴⁴ Podobną tendencję, aczkolwiek znacznie silniejszą, zaobserwować można także w przypadku innych badań realizowanych techniką wywiadu kwestionariuszowego. Okazuje się bowiem, iż stosunkowo najniższy odsetek realizacji wywiadów występuje właśnie w dużych miastach. W przypadku badania PGSS '95 (próba adresowa) różnica odsetka realizacji próby założonej w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców i na wsi wyniosła 6 punktów procentowych (w miastach – 79,1%, na wsi – 85,0%).

⁴⁵ Opisaną sytuację tłumaczyć chyba można charakterem postawionego „zadania”. Wyniki wielu badań wskazują bowiem, iż w przypadku „standardowego” zadania kobiety wypełniają je częściej niż mężczyźni (odwrotnie zaś jest w przypadku zadania „niestandardowego”). Jeśli zgodzimy się, że wypełnienie ankiety jest zadaniem „standardowym”, natomiast zgłoszenie się na badanie socjomedyczne (udzielenie wywiadu i badanie krwi w Stacji) jest zadaniem „niestandardowym”, wskazane różnice są oczywiste (por. Rosenthal, Rosnow 1969: 59–112).

na ankietę, osoby powyżej 60 roku życia zaś – nieco rzadziej. Tendencję tę potwierdzają wartości kwartyli: I i II kwartył dla osób odpowiadających na ankietę i nie odpowiadających mieści się w tych samych przedziałach wiekowych (odpowiednio 30–39 lat i 40–49 lat), ale III kwartył dla pierwszej z wymienionych kategorii respondentów mieści się w przedziale 50–59 lat, podczas gdy dla drugiej – w przedziale 60–69 lat.

Zaobserwowana tendencja w przypadku respondentów powyżej 60 roku życia jest zapewne związana z pogarszającym się stanem ich zdrowia i wzroku. Otrzymane dane potwierdzają intuicje, że w badaniach osób starszych bardziej odpowiednią techniką jest wywiad. O ile w badaniach za pomocą wywiadu ta kategoria wiekowa jest zazwyczaj nadreprezentowana, to w badaniach ankietowych istnieje ryzyko jej niedoreprezentowania. Z drugiej jednak strony można zastanawiać się, na ile wiarygodne są informacje z wywiadu z osobą starszą, nie w pełni sprawną, podczas którego ankieter musiał jej „pomagać przy udzielaniu odpowiedzi”.

Sytuacja społeczno-zawodowa respondenta*. Dla potrzeb niniejszych analiz podzielono respondentów na 5 grup: pracujący zarobkowo; bezrobotni i poszukujący pracy; renciści i emeryci; uczniowie i studenci; znajdujący się w innej sytuacji. Porównując osoby, które odpowiedziały na ankietę, z tymi, które na nią nie odpowiedziały w wymienionych kategoriach nie stwierdzono istotnych różnic ($\text{Chi}^2 = 8,710$, co jest wynikiem nieistotnym przy 4 st. swobody). Należy zwrócić uwagę, że w porównaniu z badaniami realizowanymi techniką wywiadu nie wystąpiła często pojawiająca się sytuacja nadreprezentowania kategorii rencistów i emerytów (którzy są łatwo dostępnymi w badaniach – łatwo ich zastać w mieszkaniach) i niedoreprezentowania osób uczących się i studiujących, którzy są kategorią trudno dostępną – prowadzą bardzo aktywny tryb życia.

Zawód respondenta* (zob. tab. 4., Aneks C). Porównując zawód wykonywany przez osoby, które odpowiedziały i nie odpowiedziały na ankietę, stwierdzono istotne różnice (wartość $\text{Chi}^2 = 42,566$, co przy 7 st. swobody jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0000). Wyraźnie częściej, o ponad 10 punktów procentowych, odpowiadają kierownicy i specjaliści, a o ponad 4 – pracownicy wyspecjalizowani. Fakt ten tłumaczyć można tym, że są to kategorie, które lepiej rozumieją sens tego rodzaju badań i widzą ich celowość. Jednocześnie są to kategorie, a przynajmniej pierwsza z nich (kierownicy i specjaliści), raczej trudno dostępne w badaniach z zastosowaniem wywiadu. Wyraźnie niedoreprezentowani są natomiast rolnicy (co stwierdzono już w związku z analizą rodzaju miejscowości) oraz właściciele zakładów. Wśród tych kategorii lepsze rezultaty (jeżeli chodzi o skłonienie do udziału w badaniach), uzyskuje się w kontakcie bezpośrednim – *face-to-face* – niż pośrednim (za pomocą ankiety).

Wykształcenie respondenta (zob. tab. 5., Aneks C). Również w przypadku wykształcenia stwierdzono istotne statystycznie różnice między osobami, które

odpowiedziały i nie odpowiedziały na ankietę (wartość $\text{Chi}^2 = 40,522$, co jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0000 przy 8 st. swobody). Zgodnie z oczekiwaniami, niedoreprezentowani w ankiecie są respondenci o niższym poziomie wykształcenia, a więc mający co najwyżej ukończoną szkołę podstawową. Jest to zapewne związane z trudnościami w pisaniu i ogólnie brakiem umiejętności pisemnego formułowania swoich opinii. Chodzi więc o kłopoty podobne do tych, jakie stwierdzono w przypadku ludzi starych, którym podczas wywiadu ankietier może „pomóc” w udzieleniu odpowiedzi.

Interesujące, że w omawianych wcześniej badaniach zrealizowanych w roku 1988 (badanie C – „Aktualne sprawy kraju”) nie stwierdzono takiej tendencji. Wydaje się, że jest to związane m.in. z postępującą akulturacją badań. W latach osiemdziesiątych czynnikiem, który mógł skłaniać niektóre osoby o niższym wykształceniu do odesłania ankiety, mogły być, wobec dość rozpowszechnionego kojarzenia badań z działalnością władz, obawy natury politycznej. Obecnie spadek poczucia tego rodzaju zagrożeń, wynikający również z akulturacji, spowodować mógł stwierdzoną tendencyjność zwrotów (por. Sztabiński, Sztabiński 1994a).

Stan cywilny*. Przy przyjęciu podziału na 3 kategorie (żonaty/zamężna; wdowiec/wdowa, rozwiedziony(a), w separacji; kawaler/panna) nie stwierdzono różnicy stanu cywilnego osób odpowiadających i nie odpowiadających na ankietę ($\text{Chi}^2 = 3,925$ jest wynikiem nieistotnym przy 2 st. swobody). W przypadku ankiety pocztowej nie występuje zatem obserwowana w związku z wywiadami z osobami samotnymi (zwłaszcza wdowcami/wdowami) tendencja polegająca na tym, że udział w badaniach traktowany jest jako okazja do „wypowiedzenia się” na różne tematy (także nie związane z problematyką badania).

Zarobki z pracy respondenta* i dochód gospodarstwa domowego na 1 osobę*. Zmienne charakteryzujące zarobki i dochody nie są związane z odesłaniem lub nie ankiety pocztowej. Dla zarobków z pracy respondenta wartość Chi^2 wynosi 5,817, co jest wynikiem nieistotnym przy 7 st. swobody, a wartości I, II i III kwartyli mieszczą się w tych samych przedziałach. Dla zmiennej dochód na 1 osobę w gospodarstwie domowym otrzymano wartość testu $\text{Chi}^2 = 14,270$, co jest również wynikiem nieistotnym przy 9 st. swobody (wartości kwartyli również mieszczą się w tych samych przedziałach). Oczekiwana tendencja, iż w przypadku osób zamożniejszych uzyska się większy odsetek zwrotów w ankiecie, w porównaniu z wywiadem (co mogło być związane z większymi ich obawami przed wpuszczeniem do mieszkania osoby obcej) nie wystąpiła. Jej brak może być wynikiem dużej skuteczności listów zapowiednich wysyłanych przed wywiadami, które rozpraszają obawy przyszłych respondentów, bądź też wynikać stąd, że ankiety rozesłano wyłącznie do osób, które wcześniej udzieliły wywiadu. W tej sytuacji osoby, które miały tego rodzaju obawy, mogły odmówić udzielenia wywiadu i tym samym w ogóle nie znaleźć się wśród adresatów

ankiety. Inną możliwością, nie wykluczającą powyższej, jest to, że doświadczenia z wywiadu przekonały osoby żywiące takie obawy o ich bezpodstawności.

Ocena wysokości wydatków na badania naukowe (zob. tab. 6., Aneks C). Porównując rozkłady odpowiedzi na to pytanie dla analizowanych kategorii respondentów uwzględniono również odpowiedzi „nie wiem”. Było to związane z występowaniem w całej próbie bardzo niewielkiego odsetka odpowiedzi „za dużo” i stosunkowo wysokiego odsetka odpowiedzi „nie wiem”. O ile nieliczne występowanie odpowiedzi „za dużo” mogło świadczyć o przypisywaniu niskiej rangi nauce, to równoległe częste deklaracje braku opinii zdają się wskazywać, że część respondentów w swoich odpowiedziach orientowała się na ankieterów. Postrzegając ich jako przedstawicieli instytucji naukowej respondenci nie chcieli być wobec nich „nieuprzejmi” i wygłaszać opinii, że na badania naukowe, w tym również badania ankietowe, wydaje się za dużo. Stąd też zamiast wskazać możliwość „za dużo” woleli nie wybierać żadnego punktu skali. W efekcie przynajmniej dla części respondentów za odpowiedzią „nie wiem” kryje się przekonanie o tym, że na badania naukowe wydaje się za dużo.

Jeśli założenia, że na ocenę wydatków na badania naukowe wpływa stosunek respondenta do badań ankietowych oraz że za odpowiedziami „nie wiem” często kryje się przekonanie, że wydaje się na ten cel za dużo, są trafne, to przyjęć należy, iż ogólne nastawienie respondentów do badań socjologicznych ma istotne znaczenie dla rezultatów ankiety pocztowej ($\chi^2 = 14,873$, co przy 3 st. swobody jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0019). Respondenci, którzy odesłali ankietę, znacznie częściej uważają, że na badania wydaje się za mało (różnica ponad 10 punktów procentowych), wśród tych zaś, którzy jej nie odesłali, przeważa opinia przeciwna (odpowiedzi „nie wiem”). Zwrot wypełnionych ankiet od osób, według których na badania wydaje się za dużo (włączając w to odpowiedzi „nie wiem”), może wynikać z poczucia obowiązku (w omawianej ankiecie jedno z pytań dotyczyło przyczyn zgody na udzielenie wywiadu „PGSS '94”: aż 22,4% respondentów postrzegało swój udział w tego typu badaniach w kategoriach obowiązku).

Wydaje się więc, że stosunek do badań socjologicznych może, w przypadku ankiety pocztowej, w przeciwieństwie do wywiadu, stanowić źródło tendencyjności zwrotów. Ankieterzy o wysokich umiejętnościach, a także sam fakt ich wizyty, stanowią czynniki skłaniające osoby, które mają niechętny stosunek do badań, do udzielenia wywiadu. Na znaczenie osoby ankietera wskazują także frekwencje odpowiedzi na pytanie o motywy wyrażenia zgody na wywiad: 21% ankietowanych stwierdziło, iż „nie można odmówić wywiadu osobie, która poświęciła swój czas przychodząc do respondenta”, 16,7% zaś, że istotne znaczenie miał fakt, iż ankieter był sympatyczny.

Tradycjonalizm – ocena roli i miejsca kobiety w rodzinie. W pytaniu zadawanym podczas wywiadu PGSS respondent miał ocenić na czteropunktowej skali (od „zdecydowanie się zgadzam” do „zdecydowanie się nie zgadzam”) następujące stwierdzenia:

a) „pracująca zawodowo matka może zapewnić swoim dzieciom równie dużo ciepła i bezpieczeństwa, co matka nie pracująca zawodowo”;

b) „dla żony ważniejsze powinno być zapewnienie mężowi warunków sprzyjających jego sukcesom zawodowym, niż to, aby mieć własne sukcesy zawodowe”;

c) „jest to ze szkodą dla małego dziecka, gdy jego matka pracuje zawodowo”;

d) „jest znacznie lepiej dla rodziny, gdy mężczyzna zarabia pieniądze, a kobieta troszczy się o dom i dzieci”.

Porównując rozkłady odpowiedzi osób, które odesłały ankietę i nie odesłały jej, uzyskano dla każdego z tych itemów wyniki na granicy istotności statystycznej: 8,133; 6,863; 6,464; 6,721. Przy 3 st. swobody są one istotne odpowiednio na poziomie 0,04; 0,08; 0,09; 0,08. A zatem, przy przyjęciu takich wskaźników związek tradycjonalizmu z faktem zwrotu ankiety lub nie jest co najwyżej bardzo słaby.

Tradycjonalizm – ocena ważności 3 sfer życia. Treść pytania zadawanego w wywiadzie PGSS była następująca: „Na tych kartkach wypisano różne sfery życia. Chciał(a)bym się od Pana(i) dowiedzieć, w jakim stopniu każda z tych sfer jest dla Pana(i) ważna”.

Respondentowi wręczano kartki z określeniami sfer życia oraz 7-punktową skalą graficzną od 1 (nieważne) do 7 (bardzo ważne). Wśród sfer wymienionych na kartkach znajdowały się m.in.: krewni, religia i Kościół oraz sąsiedzi, których ocena pozwala wnosić o występowaniu bądź niewystępowaniu postawy tradycjonalistycznej.

Wyniki porównania osób, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią, pozwalają stwierdzić, że również tradycjonalizm mierzony w opisany sposób różnicuje je bardzo słabo. Dla wymiaru „krewni” wszystkie kwartyle mieszczą się w tych samych punktach skali, a dla wymiarów „religia i Kościół” oraz „sąsiedzi” różnica występuje jedynie w I kwartylu (odpowiednio: w punkcie 4 dla respondentów, którzy odpowiedzieli na ankietę, i 5 dla tych, którzy nie odpowiedzieli, oraz w punkcie 3 i w punkcie 4). Dla dwóch wymiarów istnieje więc słaba tendencja polegająca na tym, że osoby o postawach tradycyjnych rzadziej odpowiadają na ankietę pocztową.

Frustracja – zadowolenie z różnych dziedzin życia. Treść pytania zadawanego w wywiadzie PGSS była następująca: „Chcielibyśmy, aby ocenił(a) Pan(i) różne dziedziny swojego obecnego życia. Używając ocen z tej karty proszę powiedzieć, jak bardzo jest Pan(i) zadowolony(a) lub niezadowolony(a). . .”

Oceniano kolejno: miejscowość, w której się mieszka, czas wolny i wypoczynek, życie rodzinne, przyjaźnie, zdrowie, sytuację polityczną w kraju, warunki mieszkaniowe, dzieci (jeśli respondent je ma), wykształcenie. Ocen dokonywano na 6-punktowej skali słownej, od „bardzo zadowolony” do „bardzo niezadowolony”.

Porównując wskazania osób, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią, nie stwierdzono między nimi większych różnic. Tylko w trzech dziedzinach wystąpiły różnice między kwartylami: dla „życia rodzinnego” I kwartył osób, które odpowiedziały na ankietę, mieści się w kategorii „bardzo zadowolony”, tych zaś, które nie odpowiedziały – w kategorii „zadowolony”; dla „warunków mieszkaniowych” mediana osób, które odpowiedziały na ankietę, mieści się w kategorii „zadowolony”, tych zaś, które nie odpowiedziały – w kategorii „raczej zadowolony”; dla „wykształcenia” mediana osób, które odpowiedziały na ankietę, mieści się w kategorii „zadowolony”, tych zaś, które nie odpowiedziały – w kategorii „raczej zadowolony”.

Nie ma zatem podstaw do stwierdzenia, że frustracja mierzona w opisany sposób wpływa na odsetek zwrotów ankiety pocztowej.

Frustracja – skala chęci życia. Treść pytania zadawanego w wywiadzie PGSS była następująca: „Proszę popatrzeć na tę kartę, na której narysowano skalę od 1 do 10. Niektórzy ludzie mówią, że w ogóle nie chce im się żyć i to przeświadczenie oznaczono jedynką na tej skali. Inni ludzie mówią, że bardzo mocno chce im się żyć i to przeświadczenie oznaczono liczbą 10. A jak silne w tych dniach jest Pana(i) pragnienie życia? Proszę wybrać jeden z punktów na tej skali”.

Respondentom wręczano kartę ze skalą graficzną, której krańce były opisane „w ogóle nie chce mi się żyć” i „bardzo mocno chce mi się żyć”.

Frustracja mierzona skalą „chęci życia” również nie różnicuje osób, które odpowiedziały i nie odpowiedziały na ankietę: I, II i III kwartył mieszczą się w tych samych punktach skali.

Optymizm – poczucie szczęścia za 5 lat (zob. tab. 7., Aneks C). Zawarte w tabeli rozkłady potwierdzają przedstawioną wcześniej hipotezę o nadreprezentacji „optymistów” wśród respondentów odpowiadających na ankietę i niedoreprezentowaniu osób, które są „niepewne” przyszłości (różnice wahają się w granicach 10–13 punktów procentowych; wartość testu χ^2 wynosi 29,618, co przy 4 st. swobody jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0000)⁴⁶.

Zadając zatem w ankiecie pocztowej pytania, które dotyczą oczekiwania na przyszłość, należy liczyć się z możliwością uzyskania wypaczonych rozkładów odpowiedzi.

⁴⁶ Analizując rozkłady, uwzględniono również odpowiedzi „trudno powiedzieć”, traktując je jak wyraz niepewności.

Otwartość na innych ludzi – częstotliwość spotkań towarzyskich. Treść pytania w kwestionariuszu PGSS była następująca:

„Proszę popatrzeć na tę kartę i odpowiedzieć na kilka pytań.

A. Jak często spotyka się Pan(i) w celach towarzyskich z krewnymi?

B. Jak często spotyka się Pan(i) w celach towarzyskich z sąsiadami?

C. Jak często spotyka się Pan(i) w celach towarzyskich z innymi znajomymi?”

Na Karcie zamieszczona była skala częstotliwości od „prawie codziennie” do „nigdy”.

Różnica między osobami, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią, wystąpiła jedynie w punkcie „A” dla I kwartyła: częstotliwość spotkań z krewnymi 25% respondentów wynosi „raz, dwa razy w tygodniu” lub częściej, podczas gdy I kwartył dla osób, które nie odpowiedziały – w następnym punkcie skali, a więc spotykają się one z krewnymi „kilka razy w miesiącu” lub częściej. Udział w ankiecie pocztowej nie jest więc związany z postawą otwartości na innych ludzi, mierzonej za pomocą powyższych pytań.

Przekonania polityczne. Przekonania polityczne respondentów badane były w sposób zbliżony do stosowanego w badaniach opinii publicznej w krajach zachodnich. W badaniu PGSS pytano o nie w następujący sposób: „Wielu ludzi, mówiąc o poglądach politycznych, używa określeń „lewicowe” i „prawicowe”. Mamy tutaj skalę, która przebiega od poglądów lewicowych do prawicowych. Na którym miejscu tej skali umieścić(a)by Pan(i) swoje poglądy polityczne?”

Na wręczanej respondentom karcie zamieszczona była 10-punktowa skala graficzna, której krańce opisane były w sposób określony w treści pytania.

Zwroty ankiety pocztowej, jak wynika z porównania rozkładów odpowiedzi interesujących nas kategorii osób, nie są zależne od przekonań politycznych (wartość χ^2 wynosi 12,491, a więc jest nieistotna przy 9 st. swobody). Na niewielkie różnice wskazuje tylko wartość III kwartyła: mieści się on w punkcie „6” dla osób, które odpowiedziały na ankietę, a w „7” dla tych, które nie odpowiedziały. Kierunek tej różnicy jest zatem zgodny z oczekiwanym: na ankietę nieco częściej odpowiadają osoby deklarujące przekonania lewicowe (jest ona jednak na tyle mała, że nie można mówić o potwierdzeniu się w tym przypadku, tendencji występującej w badaniach prowadzonych w niektórych krajach zachodnich).

Aktywność polityczna. Jako wskaźnik aktywności politycznej przyjęto deklaracje dotyczące udziału w pierwszej i drugiej turze wyborów prezydenckich jesienią 1990 r. Nie stwierdzono, w obu przypadkach, różnicy między osobami, które odesłały ankietę i nie odesłały jej (wartości χ^2 wynoszą odpowiednio 0,239 i 0,113, co przy 1 st. swobody jest wartością nieistotną). Nie potwierdziła się zatem hipoteza, że syndrom „postawy obywatelskiej”, której wskaźnikiem jest udział w wyborach, wpływa na odsetek zwrotów ankiety pocztowej.

Wiarygodność udzielanych odpowiedzi – pytanie o picie alkoholu. W kwestionariuszu PGSS ze względu na drażliwość tematyki pytanie dotyczące picia alkoholu zostało sformułowane w następujący sposób: „Czy miewa Pan(i) okazje, kiedy pija Pan(i) napoje alkoholowe, takie jak wódka, wino czy piwo, czy też jest Pan(i) całkowitym(tą) abstynentem(ką)?”

Odsetek osób, które deklarują, że są całkowitymi abstynentami, utrzymuje się od 1992 r. na poziomie 30–32%, co nie wydaje się prawdopodobne. Dlatego też można przyjąć odpowiedź na to pytanie jako wskaźnik wiarygodności uzyskiwanych informacji.

Porównując osoby, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią, nie stwierdzono praktycznie żadnych różnic ze względu na tak określoną wiarygodność ($\text{Chi}^2 = 0,070$). Jeśli rzeczywiście wskaźnik ten jest dobrany trafnie, to wiarygodność udzielanych odpowiedzi, a zatem, jak przyjęto wcześniej, zrozumienie przez respondentów sensu badań, nie ma wpływu na zwrot ankiety.

Sposób wypełnienia ankiety ISSP (zob. tab. 8., Aneks C). Sposób wypełnienia ankiety ISSP można uznać za lepszy wskaźnik rzeczywistych umiejętności czytania i rozumienia tekstu niż poziom formalnego wykształcenia. Stosunkowo silnie różnicuje on osoby, które odpowiedziały na ankietę i nie odpowiedziały na nią.

Osoby, które samodzielnie wypełniły ankietę ISSP, a więc nie mają trudności w czytaniu i rozumieniu tekstu, częściej odpowiadają na ankietę (różnica wynosi 16 punktów procentowych), natomiast te, którym pytania ankiety musiał zadawać ankieter odpowiadały rzadziej (Chi^2 wynosi 40,035, co jest wynikiem istotnym na poziomie 0,0000 przy 2 st. swobody). A zatem, podstawowe umiejętności, które są niezbędne dla wypełnienia ankiety pocztowej, nadal mogą stanowić barierę dla niektórych respondentów i w efekcie powodować tendencyjność jej zwrotów.

Postawa respondenta wobec wywiadu PGSS (zob. tab. 9., Aneks C). Postawa wobec wywiadu PGSS również stosunkowo silnie różnicuje odsetek zwrotów ankiety pocztowej (wartość Chi^2 wynosi 25,576 i jest istotna na poziomie 0,0000 przy 3 st. swobody). Na jej kształt decydujący wpływ miało zapewne doświadczenie z danego wywiadu, aczkolwiek z pewnością również zasłyszane opinie o przebiegu tego typu badań. Można zatem przypuszczać, że także te opinie wpływają w istotny sposób na zwrot ankiety.

Oceniając próbę zrealizowaną w badaniu „Co myślimy o ankieterach?”, porównywaliliśmy rozkłady podstawowych cech społeczno-demograficznych oraz wybranych przekonań i poglądów osób, które odpowiedziały na ankietę, i osób, które na nią nie odpowiedziały. Jego podstawą były dane uzyskane w wywiadach kwestionariuszowych PGSS '94. Pozwoliło to ocenić, w przypadku jakich kategorii respondentów występuje ryzyko tendencyjności próby w ankiecie w porównaniu z wywiadem.

W związku z przyjętym tutaj sposobem analizy, należy uczynić dwie uwagi. Po pierwsze, na jej podstawie nie można wypowiadać się o tendencyjności próby zrealizowanej za pomocą ankiety pocztowej. Aczkolwiek w niniejszym badaniu stwierdzono istotne różnice między respondentami, którzy odpowiedzieli na ankietę i nie odpowiedzieli na nią, to jednak porównanie próby założonej (wszystkich osób, do których rozesłano ankietę) i zrealizowanej (tych, którzy na nią odpisali) nie wykazało takich różnic. Było to związane z wysokim odsetkiem uzyskanych zwrotów. Różnice między próbą założoną a zrealizowaną mogą natomiast ujawnić się w przypadku niższego odsetka zwrotów ankiety, a cechy, ze względu na które próby te mogą się różnić, zostały wskazane w wyniku przeprowadzonych tutaj analiz. Po drugie, biorąc pod uwagę „przekonania” respondentów, w większości przypadków nie stwierdzono tendencyjności zwrotów w ankiecie pocztowej. Dotyczy to np. tradycjonalizmu, frustracji, otwartości na innych ludzi czy też przekonań politycznych. Biorąc jednak pod uwagę, że podstawą porównania były informacje od respondentów, którzy wcześniej udzielili wywiadu, nie można kategorycznie stwierdzić, iż tendencyjność zwrotów ankiet ze względu na przekonania nie występuje. Osoby o pewnego rodzaju przekonaniach, np. tradycjoniści, mogli przecież odmówić udzielenia wywiadu PGSS, a tym samym spowodować tendencyjność próby założonej w przeprowadzonej ankiecie pocztowej. Oczywiście więc jest, że nie mogła się ona ujawnić w dokonanej analizie jej rezultatów. Nie wydaje się natomiast prawdopodobne, aby ograniczenie to działało w drugą stronę, tzn. że stwierdzone w wyniku przeprowadzonych analiz tendencje w przekonaniach były rezultatem przyjęcia takiej właśnie próby założonej. Jeśli stwierdzono, że osoby, które przyszłość postrzegają jako coś niepewnego, rzadziej odpisują na ankietę, to trudno wyobrazić sobie, że częściej zgadzają się na wywiad.

Na podstawie przeprowadzonego porównania należy stwierdzić, że w badaniach ankietowych może wystąpić pewna tendencyjność zwrotów, a więc niedoreprezentowane są pewne kategorie społeczno-demograficzne, które nie stwarzają tego rodzaju problemów w badaniach z zastosowaniem wywiadu, np. mieszkańcy wsi, rolnicy. Z drugiej jednak strony, za pomocą ankiety uzyskano bardziej równomierne rozkłady zwrotów, np. od mieszkańców wielkich miast (powyżej 500 tys.) czy też od ludzi młodych, a więc kategorii respondentów, którzy są trudniej dostępni w badaniach z zastosowaniem wywiadu. Oznacza to, że w przypadku ankiety i wywiadu istnieją różne potencjalne niebezpieczeństwa wystąpienia tendencyjności próby zrealizowanej ze względu na określone cechy społeczno-demograficzne.

Jeżeli chodzi o tendencyjność zwrotów ankiety ze względu na opinie, to wystąpiła ona jedynie w związku z oceną wysokości funduszy przeznaczanych na badania naukowe, co traktowano jako wskaźnik stosunku do badań socjologicznych oraz nadziejami na przyszłość, co uznano za wskaźnik optymizmu.

Rodzi się jednak pytanie, czy ewentualna tendencyjność zwrotów ankiet może mieć wpływ na wyniki badania. Inaczej mówiąc, czy i w jakim stopniu wnioski formułowane na podstawie odpowiedzi wszystkich respondentów uczestniczących w badaniu PGSS różnią się od wniosków formułowanych na podstawie odpowiedzi tylko tych respondentów, którzy odesłali ankietę „Co myślimy o ankierach?”. Aby odpowiedzieć na to pytanie dwukrotnie obliczono metryczne współczynniki regresji dla zależności między cechami społeczno-demograficznymi a odpowiedziami w wywiadzie PGSS. Raz dla wszystkich badanych w PGSS respondentów, drugi raz tylko dla tych, którzy odesłali wypełnioną ankietę. Pod uwagę wzięto 7 cech „metryczkowych” (płeć, wiek, wykształcenie, stanowisko respondenta, dochody gospodarstwa domowego, miejsce zamieszkania oraz wykształcenie ojca respondenta) i odpowiedzi na 55 pytań „merytorycznych”.

Porównanie wartości współczynników regresji wykazało, iż tylko w 11 przypadkach (na 385) były one niezgodne, tzn. jeden z nich wskazywał istnienie związku, podczas gdy wartość drugiego świadczyła o jego braku (nie odnotowano ani jednego przypadku, niezgodności kierunku zależności). Niezgodności te wystąpiły w przypadku 5 zmiennych wyjaśniających: płeć (1 przypadek), wiek (3 przypadki), wykształcenie respondenta (2), dochody gospodarstwa domowego (1) oraz miejsce zamieszkania (4 przypadki).

W pozostałych 374 przypadkach wystąpiła zgodność, tzn. otrzymane wartości świadczyły o braku związku między cechami lub ich istnieniu i zgodności siły i kierunku (zob. tab. 10., Aneks C). Oznacza to, iż gdybyśmy chcieli formułować wnioski z badania PGSS nie na podstawie analizy odpowiedzi wszystkich badanych, lecz jedynie tej grupy, która odpowiedziała na ankietę, tylko niespełna 3% spośród nich byłoby różnych. Innymi słowy, fakt, że nie wszystkie osoby biorące udział w badaniu PGSS odpowiedziały na ankietę jedynie w niewielkim stopniu miałyby wpływ na formułowane wnioski. Świadczy to nie tylko o pełnej niemal zgodności struktur tych dwóch prób ze względu na wskazane cechy społeczno-demograficzne, ale ze względu na opinie (przynajmniej jeśli chodzi o sprawy, które były przedmiotem wywiadu PGSS). Uzyskane wyniki wskazujące równoważność prób zrealizowanych w ankiecie pocztowej i w wywiadzie (badanie A i B) lub też znaczne ich podobieństwo (badanie C i D) nie wydają się przypadkowe. Analogiczne wnioski formułują bowiem m.in. J. Alevizos (1959: 109–113), W.H. Jones i J.R. Lang (1980: 69–76), E.D. de Leeuw i J.J. Hox (1987: 3–5) oraz R. Rosenthal i R.L. Rosnow (1969: 59–112). Autorzy ci porównując próbę zrealizowaną w ankiecie ze zbiorowością generalną wskazują, iż mimo braku istotnych różnic, ta pierwsza jest często nieco „starsza” (średnia wieku jest wyższa o 4 lata), zawiera zbyt wielu mężczyzn (o około 6 punktów procentowych) oraz nieco mniej mieszkańców małych miast. Jeśli natomiast chodzi o poziom wykształcenia, to występuje w niej zbyt mało osób o niższym poziomie wykształcenia (około 10 punktów)

oraz wyższym (5 punktów procentowych), zbyt wiele natomiast o średnim poziomie wykształcenia (de Leeuw, Hox 1987: 3–5). Zwraca się także uwagę, iż w tego typu badaniach częściej uczestniczą osoby o niższym poziomie autorytaryzmu i „otwarci” na kontakty z innymi ludźmi (Rosenthal, Rosnow 1969: 59–112)⁴⁷. Generalnie można zatem stwierdzić, że w przypadku starannie przygotowanych badań, otrzymanie „dobrej” próby jest możliwe⁴⁸. Należy tutaj jednak podkreślić, że zasadnicze znaczenie w „zbliżeniu” struktur próby zrealizowanej i założonej mają monity. Ich zastosowanie pozwala bowiem na uzyskanie zwrotów kwestionariuszy od kategorii niedoreprezentowanych we wcześniejszych zwrotach: chodzi tutaj szczególnie o ludzi starszych, o niższym poziomie wykształcenia i niższym statusie zawodowym (Hox, de Leeuw, Duijx 1984).

Podsumowując prowadzone w tej części analizy można stwierdzić, że jeśli chodzi o liczbę (odsetek) uzyskanych materiałów, zastosowanie ankiety pocztowej nie przyniosło, w porównaniu z wywiadem zbyt wielkich „strat”. Jeśli natomiast chodzi o „reprezentatywność” próby – praktycznie żadnych. W obu bowiem przypadkach, zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie, w pewnym stopniu, w miejsce dobranych jednostek (próba założona), badaniem objęte zostały jednostki, które same się „wyselekcjonowały”. Faktyczne jednostki badania i kryteria ich doboru są więc różne od założonych, ale nie aż na tyle, aby spowodować brak „reprezentatywności” w skali całej zbiorowości. Można zatem powiedzieć, że odmienności w przebiegu procesu kontaktowania się badacza z respondentami w sytuacji ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego nie powodują istotnych różnic w ich „końcowych efektach”. Przedstawione wnioski przemawiają więc za słusznością tezy, że „nie jest aż tak dobrze z wywiadem i aż tak źle z ankietą” i mogą stać się podstawą do sformułowania twierdzenia o zbliżonej efektywności tych dwóch technik.

PRZEBIEG PROCESU INTERROGACJI W ANKIECIE POCZTOWEJ I WYWIADZIE KWESTIONARIUSZOWYM

Podobnie jak w przypadku procesu kontaktowania się, problem prawidłowości przebiegu procesu interrogacji w różnych sytuacjach badawczych, pojawia się z różną ostrością. W wywiadzie, prawdopodobieństwo uzyskania przez badacza „niekompletnego” kwestionariusza, zawierającego tzw. „braki danych”, powinno być stosunkowo niewielkie: w trakcie rozmowy obecny jest

⁴⁷ Należy tutaj podkreślić, iż w znacznej części wnioski z analizy badania „Co myślimy o ankietach?” są zgodne z powyżej wskazanymi.

⁴⁸ Wniosek taki formułuje J. Alevizos (1959: 109–113) na podstawie badania, którego przedmiotem była ocena, ze względu na 76 cech, reprezentatywności próby zrealizowanej w ankiecie pocztowej.

bowiem ankieter, który winien „czuwać” nad prawidłowością toku rozmowy – kolejnością udzielania odpowiedzi na pytania i poszczególne ich sekwencje. Wszelkie braki w tym zakresie mogą być spowodowane jedynie nieświadomymi błędami ankietera bądź też celowymi zafalszowaniami. W przypadku ankiety prawdopodobieństwo powstania tego typu zniekształceń jest natomiast znacznie większe. Respondent jest bowiem pozostawiony „sam sobie”, może liczyć wyłącznie na własne siły; musi postępować zgodnie z zawartymi przy pytaniach instrukcjami i sam musi kierować się regułami przejść, które mogą być dla niego w wielu przypadkach trudne bądź niezrozumiałe. Dodatkowo, mając przed sobą tekst pytań respondent może uznać udzielenie odpowiedzi na niektóre z nich za zbędne bądź też, że nie należy z różnych względów (np. lęk, obawa) na nie odpowiadać. W ten sposób powstają „luki” w materiale, świadczące o zakłóceniach przebiegu procesu interrogacji (Alevizos 1959: 76; Black, Champion 1976: 370–374, 390–396; Parten 1950: 72–85, 93–96).

Przebieg procesów interrogacji odtworzony zostanie na podstawie analizy kwestionariuszy – poprzez porównanie założonych i faktycznych sposobów jego wypełnienia, tzn. założonych i faktycznych schematów interrogacji. Analiza ta prowadzona będzie jedynie na podstawie materiałów uzyskanych w trakcie realizacji badań dotyczących opinii mieszkańców Łodzi o strajku studentów w 1981 r. (badanie A)⁴⁹. Wezmę w niej pod uwagę jednak nie same pytania, w tym brzmieniu, w jakim były one zawarte w kwestionariuszu, lecz poszukiwane informacje, które się za nimi kryły. W ten sposób, 27 różnym (ze względu na formę gramatyczną) pytaniom w kwestionariuszu ankiety i wywiadu przypisano 45 jednakowych poszukiwanych informacji⁵⁰. Na ich podstawie, zgodnie z przedstawionymi wcześniej założeniami, opracowano „modelowe” schematy interrogacji, tzn. „drogi” poprawnego wypełnienia kwestionariusza.

Okazało się, iż wyróżnić można 16 320 zakładanych przez badacza wariantów idealnego przebiegu procesu interrogacji w związku z danym kwestionariuszem. Ponieważ ich liczba uniemożliwiała, ze względów technicznych (zbyt małe liczebności w poszczególnych kategoriach), dalsze opracowanie, wszystkie pytania (poszukiwane informacje), podzielono na 4 bloki, przyjmując kryterium ich jednorodności tematycznej. Pierwszy z bloków składał się

⁴⁹ Zrezygnowano tutaj z odwoływania się do materiałów uzyskanych w trakcie realizacji pozostałych badań, ze względu na nieporównywalność zastosowanych narzędzi oraz poszukiwanych informacji, a co za tym idzie, brak możliwości prowadzenia analiz porównawczych. I tak, w badaniu B, wywiad swobodny destandardyzował proces interrogacji, a dodatkowo dotyczył okoliczności i sposobu wypełniania ankiety, nie zaś opinii na temat ludności wiejskiej. Podobnie, ankieta pocztowa w badaniu C („Aktualne sprawy kraju”) dotyczyła nie zagadnień struktury społecznej, lecz problemów trwałości opinii na wybrane tematy. Analogicznie w badaniu D („Co myślimy o ankieterach?”), które dotyczyły metodologicznych problemów postrzegania ankieterów przez respondentów, nie zaś zagadnień merytorycznych.

⁵⁰ Poszukiwane informacje, odpowiadające pytaniom zawartym w kwestionariuszu ankiety i wywiadu, zamieszczone są w Aneksie A.

z 5 pytań dotyczących źródeł i poziomu poinformowania o strajku studenckim; drugi z 4 pytań o wiedzę; trzeci – 10 pytań dotyczących stosunku do strajku oraz czwarty – z 8 pytań „metryczkowych”. W ten sposób założone schematy interwencji opracowane zostały nie dla całego kwestionariusza, lecz jego poszczególnych bloków. Schematy te były mniej lub bardziej skomplikowane, a sama ich liczba wahała się od 5 do 32. I tak, w I bloku wyróżniono 17 możliwych schematów założonych (przy czym empirycznie wystąpiło ich 16); w II bloku 5 schematów (wystąpiło 5); w III 6 (wystąpiło 5); w IV natomiast 32 (wystąpiły 24 schematy)⁵¹. W rezultacie, w przypadku każdego kwestionariusza ankiety i wywiadu dysponowano schematem, którym należało się posłużyć, aby dany kwestionariusz został poprawnie wypełniony (schemat założony) oraz schematem faktycznym, którym posłużono się przy jego wypełnianiu. Porównanie tych dwóch schematów pozwoliło na wychwycenie wszystkich rozbieżności, które nie są niczym innym jak zniekształceniami procesu interwencji.

Sposób opracowania, jakiemu poddano materiały uzyskane przy zastosowaniu ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego, zostanie przedstawiony na przykładzie jednego z wyróżnionych bloków pytań, dotyczących źródeł i poziomu poinformowania o strajku. W bloku tym, jeden z możliwych wariantów interwencji (schemat A12) powinien wyglądać następująco: „Jeśli na pytanie o źródła informacji o strajku (pyt. 1) udzielono odpowiedzi, iż pochodziły one między innymi z prasy, należało odpowiedzieć na pytanie o nazwy gazet i czasopism (pyt. 1a) oraz ocenę sposobu informowania przez prasę o strajku (pyt. 1c). Należy w tym przypadku pominąć pytanie »1b« (które na zasadzie reguły przejść nie dotyczy respondenta). Następnie należy udzielić odpowiedzi na pytania dotyczące: wystąpienia min. J. Górskiego w TV (pyt. 2) oraz udziału w strajku osób z najbliższego otoczenia respondenta (pyt. 3). Jeśli w pytaniu »3« pojawi się odpowiedź twierdząca (były takie osoby), należy uzyskać odpowiedź na pytanie, kim były te osoby (pyt. 3a), a następnie kolejno, na pytania dotyczące sposobu zachowania się rodziców strajkującej młodzieży (pyt. 4 i 5)”.

Porównując powyższy schemat modelowy ze schematami faktycznymi, okazuje się, iż w rzeczywistości stosowane były zupełnie inne schematy, sposoby wypełniania kwestionariuszy, a tym samym, faktyczny przebieg interwencji wyglądał zupełnie inaczej niż zakładany przez badacza. W wywiadzie wyżej opisany schemat powinien zostać zastosowany przez ankietera w 21 przypadkach, podczas gdy faktycznie został on zastosowany jedynie w 16 (tak

⁵¹ Założone schematy interwencji dla każdego z czterech bloków pytań, które należało zastosować przy wypełnianiu kwestionariusza (ankiety i wywiadu) przedstawione są w Aneksie D. Nie są to wszystkie możliwe schematy, lecz jedynie te, które powinny zostać wykorzystane przy odpowiadaniu na pytania zawarte w kwestionariuszu ankiety lub wywiadu.

więc w 5 wywiadach ankietarzy zastosowali błędny schemat zadawania pytań, a tym samym proces interwencji uległ zakłóceniu). Różnice między schematem modelowym a faktycznym były następujące:

Schemat „modelowy” interwencji: pytania 1–5

Schemat	1	1a	1b	1c	2	3	3a	4	5
A 12	+	+	-	+	+	+	+	+	+

Schematy „faktyczne” interwencji: pytania 1–5

Schemat	1	1a	1b	1c	2	3	3a	4	5
Af 12	+	-	-	+	+	+	+	+	-
Af 12b	+	-	-	+	+	+	+	+	+
Af 12c	+	+	+	+	+	+	+	+	+

W wywiadzie kwestionariuszowym ankietarzy stosując schemat faktyczny „Af 12a” popełnił dwa błędy: nie uzyskał odpowiedzi na pytania 1a oraz 5; podobnie stosując schemat „Af 12b”, nie uzyskał poszukiwanej informacji kryjącej się za pytaniem 1a. Stosując z kolei schemat „Af 12c” uzyskał złą informację na pytanie 1b. W ankiecie pocztowej natomiast, ten sam schemat modelowy powinien zostać zastosowany w 19 przypadkach, podczas gdy faktycznie wykorzystano go jedynie 17 respondentów.

Analiza zastosowania błędnych schematów faktycznych w ankiecie i wywiadzie pozwala stwierdzić, w którym fragmencie „dialogu” badacza z respondentem nastąpiło najwięcej przypadków zniekształceń. W tym celu obliczono: względną liczbę błędnych schematów zastosowanych przy wypełnianiu kwestionariusza oraz względną liczbę schematów w danym bloku (wyraża się ona stosunkiem liczby przypadków niezgodności schematu założonego z faktycznym do liczby schematów założonych).

Ogólna względna liczba przypadków zastosowania błędnych schematów w kwestionariuszach jest nieco wyższa w przypadku ankiety niż wywiadu (0,41 i 0,33). Oznacza to, iż respondenci odpowiadając na pytania ankiety nieco częściej stosowali niewłaściwe schematy przy wypełnianiu kwestionariusza, nie zważając na reguły przejść i instrukcje zawarte przy pytaniach. Podkreślić jednak należy, że względna liczba błędnych schematów w poszczególnych blokach jest zbliżona i wynosi: blok I (źródła i poziom poinformowania o strajku) dla wywiadu 0,14 i dla ankiety 0,17; blok II (wiedza o strajku) odpowiednio: 0,13 i 0,13; blok IV („metryczka”): 0,83 i 0,87. Wyjątek stanowi blok III (stosunek do strajku), w którym względna liczba błędnych schematów w ankiecie jest dwukrotnie wyższa niż w wywiadzie (0,22 i 0,46).

Porównując przytoczone wskaźniki warto zauważyć, że kolejność poszczególnych bloków pytań ze względu na liczbę zastosowanych błędnych

schematów zarówno w wywiadzie, jak i ankiecie, jest identyczna. Stosunkowo najwięcej błędów popełniono w bloku IV, następnie III i I, najmniej zaś w bloku II. Oznacza to, że zarówno dla respondentów, jak i ankieterów ostatni blok pytań („metryczka”) był najtrudniejszy od strony „formalnej”, najbardziej skomplikowany, natomiast blok II – najłatwiejszy.

Kolejna uwaga dotyczy z kolei częstotliwości pojawiania się pewnych schematów. W każdym bloku (z wyjątkiem bloku I), wyróżnić można jeden schemat modelowy, który powinien być najczęściej stosowany, w ankiecie i wywiadzie. I tak, w bloku II jest to schemat B2, w bloku III – C4 i w bloku IV – D8⁵². Również sama względna liczba błędnych schematów (odpowiadająca owym schematom modelowym) jest zbliżona i wynosi odpowiednio dla ankiety i wywiadu: schemat B2 – 0,14 i 0,15; schemat C4 – 0,51 i 0,24 oraz schemat D8 – 0,95 i 0,87. Co więcej, owe błędne schematy faktycznie zastosowane przez respondentów w ankiecie i przez ankieterów w wywiadzie są niemalże identyczne.

Ogólnie, należy zatem podkreślić, że nie tylko częstotliwość, ale również typ błędnych schematów w ankiecie i wywiadzie są do siebie bardzo zbliżone. Oznacza to, iż w obu przypadkach założony – „modelowy” – przebieg interwencji ulegał zniekształceniom niemalże z tą samą częstotliwością.

Zastosowanie jednego błędnego schematu interwencji nie oznacza jednak, iż wystąpiło jednokrotne zniekształcenie tego procesu: w rzeczywistości bowiem w jednym błędnym schemacie występuje od 1 do 6 „błędów” interwencji. W wyniku analiz okazało się, że w całości poprawnie wypełnionych zostało jedynie 19 kwestionariuszy ankiet (7,7%) i 11 kwestionariuszy wywiadu (11,7%). W pozostałych popełniono co najmniej 1 błąd. Oznacza to, że w ankiecie – w 227 przypadkach (92,3%) – i w wywiadzie – w 83 (88,3%) – wystąpiły zniekształcenia przebiegu procesu interwencji, w wyniku czego kwestionariusze zostały wypełnione „nieprawidłowo”, niezgodnie z intencją badacza (niezgodnie z regułami przejść i instrukcjami do pytań). Maksymalna liczba błędów w kwestionariuszu ankiety wynosiła 9 i wystąpiła w 1 przypadku, natomiast dla wywiadu – 7 błędów i także wystąpiła tylko 1 raz. Liczbę zniekształceń przebiegu procesu interwencji (liczbę popełnionych „błędów”) w kwestionariuszach ankiety i wywiadu przedstawia tabela nr 3.

Ogólna liczba przypadków zniekształceń wynosi w ankiecie 693 i 195 w wywiadzie, natomiast średnia ich liczba na 1 kwestionariusz odpowiednio: 2,8 i 2,1. Warto może tutaj także zwrócić uwagę, że mniejsza liczba zniekształceń (od 1 do 3) stosunkowo częściej występuje w wywiadzie niż w ankiecie, natomiast większa (powyżej 4) – w ankiecie.

Prezentując rodzaje i zakres analiz wspomniano o dwóch typach zniekształceń, z których jedno powodują w efekcie utratę informacji, drugie z kolei ich

⁵² Zob. schematy przedstawione w Aneksie D.

Tabela 3. Liczba kwestionariuszy, w których nastąpiło zniekształcenie procesu interwencji w ankiecie i wywiadzie

Liczba przypadków zniekształceń (błędów w 1 kwest.)	Ankieta pocztowa		Wywiad kwestionariuszowy	
	N	%	N	%
Idealny przebieg procesu interwencji	19	7,7	11	11,7
1 błąd	49	19,9	20	21,3
2 błędy	50	20,3	31	33,0
3 błędy	48	19,5	20	21,3
4 błędy	33	13,4	9	9,6
5 błędów	25	10,2	2	2,1
6 błędów	14	5,7	–	–
7 błędów i więcej	8	3,3	1	1,0
Razem	246	100,0	94	100,0

nadmiar. Obecnie należy więc zastanowić się, jakiego rodzaju zniekształcenia pojawiają się najczęściej. W ankiecie wystąpiło 548 przypadków zniekształceń I typu – powodujących utratę informacji (79,1% ogółu zniekształceń), w wywiadzie natomiast 140 (71,8%). Tego typu zniekształcenia nie wystąpiły jedynie w 28 (11,4%) ankietach i 17 (18,1%) wywiadach. Maksymalna ich liczba w ankiecie wynosiła 8 i wystąpiła 1 raz, natomiast w wywiadzie – 5 błędów. Średnia liczba zniekształceń tego typu wynosi dla ankiety 2,2 – dla wywiadu: 1,2. Mniejsza ich liczba (1–2) stosunkowo częściej pojawiała się w wywiadach, natomiast większa (3 i powyżej) – w ankiecie. Jeżeli natomiast chodzi o zniekształcenia II typu – powodujące nadmiar informacji, to w ankietach znalazło się ich 145 (20,9%) – w wywiadach natomiast 55 (28,2%). Tego typu zniekształcenia nie wystąpiły w 144 ankietach (58,5%) i 51 (54,3%) wywiadach. Maksymalna ich liczba w jednej ankiecie wynosi 4 i wystąpiła w jednym przypadku, natomiast w wywiadzie 3 (także wystąpiła tylko 1 raz). Średnia liczba zniekształceń tego typu w ankiecie i w wywiadzie wynosi 0,6. Analogicznie jak poprzednio, mniejsza ich liczba (poniżej 2) częściej występowała w wywiadach, większa zaś (powyżej 2) w ankiecie.

Należy tutaj także wspomnieć, że „konfiguracje zniekształceń” oraz częstotliwość ich występowania jest jednakowa w ankiecie i wywiadzie. Oznacza to, że respondenci i ankieterzy popełniali nie tylko podobne błędy, ale i z podobną częstotliwością. I tak, wśród 26 empirycznie wyróżnionych „konfiguracji zniekształceń” wskazać można cztery, które obejmują ponad połowę wszystkich przypadków zniekształceń przebiegu procesu interwencji zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie. Stosunkowo najczęściej pojawiały się zniekształcenia powodujące:

(a) utratę 1 informacji (w ankiecie: 18,6% i w wywiadzie: 18,1 ogółu przypadków zniekształceń);

- (b) utratę 2 informacji (odpowiednio: 15,5% i 15,7%);
 (c) utratę 3 (9,7% i 10,8%) oraz
 (d) utratę 2 informacji, przy jednoczesnym uzyskaniu 1 informacji zbędnej (7,1% i 8,4%).

Prezentowane analizy przypadków zniekształceń procesu interwencji nie wydają się jednak pełne, nie uwzględniają bowiem bardzo istotnego czynnika, jakim jest liczba aktów interwencji. Samo porównanie założonej i faktycznej liczby aktów interwencji nie jest jednak wystarczające. Może bowiem zdarzyć się tak, że zniekształcenia I i II typu będą się „znosiły” (ich liczba będzie jednakowa), a wtedy założone i faktyczne liczby aktów interwencji będą równe. Dlatego też, dla każdego z bloków pytań obliczona została względna liczba zniekształceń, tzn. stosunek liczby zniekształceń do założonej liczby aktów interwencji⁵³. Iloraz ten może przyjmować wartość większą lub równą zeru (równą zeru, jeżeli nie wystąpił ani jeden przypadek zniekształcenia). Biorąc pod uwagę liczbę aktów interwencji i typ zniekształceń, stwierdzić należy, że ogółem nieco więcej wystąpiło ich w ankiecie niż wywiadzie. Dodatkowo, zniekształcenia I typu nieco częściej pojawiały się w ankiecie, natomiast II typu – z jednakową częstotliwością w wywiadzie i ankiecie. Potwierdza się zatem sformułowany wcześniej wniosek, dotyczący zbieżności stopnia zniekształceń przebiegu procesu interwencji w ankiecie i wywiadzie⁵⁴. Szczegółowe rozkłady liczby i rodzaju zniekształceń zawiera poniższa tabela:

Tabela 4. Względna liczba zniekształceń (I i II typu) procesu interwencji w ankiecie i wywiadzie

Zniekształcenia procesu interwencji (wg typu)	Ankieta pocztowa	Wywiad kwestionariuszowy
Ogólna liczba zniekształceń	693	195
Liczba zniekształceń I typu – utrata informacji	548	140
Liczba zniekształceń II typu – nadmiar informacji	145	55
Liczba aktów interwencji (założona)	8551	3294
Względna liczba zniekształceń ogółem	0,08	0,06
Względna liczba zniekształceń I typu	0,06	0,04
Względna liczba zniekształceń II typu	0,02	0,02

Poszczególne fragmenty procesu interwencji, wyznaczone kolejnością bloków pytań, podlegały omawianym zniekształceniom z różną częstotliwością.

⁵³ Założoną liczbę aktów interwencji można określić każdorazowo dla danego kwestionariusza ankiety lub wywiadu na podstawie „modelowych” schematów interwencji.

⁵⁴ Podobne stwierdzenia dotyczące kompletności danych w ankiecie i wywiadzie formułują E.D. de Leeuw i J. Van der Zouwen (1988).

Najwięcej pojawiło się ich w bloku pytań o dane społeczno-demograficzne (blok IV): w ankiecie 64,8% i w wywiadzie 72,8% ogółu zniekształceń; następnie w bloku dotyczącym stosunku do strajku (blok III): analogicznie 22,9% i 12,3%; bloku dotyczącym źródeł informacji o strajku (blok I): 6,5% i 7,7% oraz bloku dotyczącym wiedzy o strajku (bloki II): 5,8% i 7,2%.

Jeżeli weźmiemy pod uwagę typ owych zniekształceń, to okazuje się, że zniekształcenia powodujące utratę informacji (I typ) pojawiają się zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie najczęściej bloku IV, najrzadziej zaś w bloku I (ankieta) i bloku II (wywiad). Z kolei zniekształcenia II typu, w ankiecie najczęściej występowały w bloku III (w wywiadzie – bloku IV), najrzadziej zaś, odpowiednio, w bloku II i I.

Praktycznie takie same rezultaty przynosi analiza biorąca pod uwagę względną liczbę zniekształceń w poszczególnych blokach. Jeśli bowiem dla ankiety i wywiadu uszeregować poszczególne bloki pytań wg liczby zniekształceń ogółem oraz liczby zniekształceń wg typów, a następnie uczynić to samo wg względnej liczby zniekształceń, to okazuje się, że w obydwu przypadkach otrzymujemy praktycznie identyczne szeregi. A więc najwięcej błędów w ogóle oraz poszczególnych typów pojawia się w bloku IV (pytania o dane społeczno-demograficzne), najmniej zaś w bloku II i I (pytania o wiedzę na temat strajku oraz pytania o źródła informacji o strajku), i to zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie⁵⁵.

W związku z powyższymi uwagami nasuwa się pytanie, czym została spowodowana tak duża liczba błędów w bloku IV, a stosunkowo niewielka w bloku II i I. Ewentualnych przyczyn można by upatrywać w formalnej trudności vs łatwości pytań w nich zawartych. O ile jednak przypuszczenie takie mogłoby się wydawać słuszne w odniesieniu do ankiety, o tyle nie można przyjąć go w przypadku wywiadu. Blok IV, w którym pojawiło się najwięcej przypadków zniekształceń, jest bowiem blokiem pytań metryczkowych, które są najłatwiejsze i najlepiej znane każdemu ankietarowi: mimo pewnych różnic, powtarzają się one w każdym kwestionariuszu każdego badania. Nasunąć się może podejrzenie, że właśnie na skutek owej „łatwości” i „powszechności” tych pytań były one w wywiadzie zadawane przez ankietarów w sposób automatyczny, mechaniczny czy „bezmysłny”, co w rezultacie doprowadziło do zniekształceń przebiegu procesu interwencji w tym właśnie fragmencie. Alternatywnego wyjaśnienia można upatrywać w zmęczeniu respondenta (ankietera). Wspomniane pytania znajdowały się bowiem na końcu kwestionariusza i ankietarzy zadając je, a respondenci odpowiadając byli już z pewnością zmęczeni czy znużeni. Jest to tym bardziej prawdopodobne, ponieważ kwestionariusz zawierał pytania wymagające w wielu przypadkach znacznego wysiłku intelektualnego (np. pytania o wiedzę). Trudno jest jednak w sposób jednoznaczny

⁵⁵ Zob. dane zawarte w Aneksie E.

określić, która z powyższych interpretacji jest trafna. Być może obie są jednakowo prawdopodobne, a więc np. na zmęczenie respondenta (ankietera) nałożyło się błędne odczucie „łatwości” tych pytań.

Przechodząc na najniższy poziom analizy – poziom pytań w kwestionariuszu okazuje się, iż można wskazać w poszczególnych blokach te pytania, przy których w ankiecie i wywiadzie pojawiło się najwięcej przypadków zniekształceń procesu interrogacji. Są to następujące pytania: pytanie nr 1.: „o źródła informacji o strajku studenckim i jego przebiegu” (względna liczba zniekształceń dla ankiety wynosi 0,30 i dla wywiadu – 0,84); pytanie nr 8.: „o nazwiska członków komitetów strajkowych” (względna liczba zniekształceń wynosi odpowiednio: 0,16 i 1,00); pytanie nr 12.: „o ogólną ocenę i stosunek do strajku” (2,05 i 0,39) oraz pytanie nr 27.: „o przynależność organizacyjną” (względna liczba zniekształceń: 1,82 i 5,59). Powyższe cztery pytania różnią się między sobą ze względu na przedmiot i formę. O ich swoistości stanowi jednak to, iż wszystkie są pytaniami, które można określić mianem „wielozadaniowych” – ich specyfika polega na połączeniu dwóch lub trzech pytań prostych i rozbudowaniu zadania pytania⁵⁶. Złożoność tego typu pytań, ze względu na liczbę operacji, które wykonać musi respondent (ankieter), jest chyba przyczyną dużej liczby przypadków zniekształceń procesu interrogacji. Zadanie zawarte w pytaniu jest po prostu dla respondenta (ankietera) zbyt trudne lub jest ich zbyt duża liczba⁵⁷.

Przystępując do analizy procesu interrogacji założyłem, że liczba przypadków zastosowania błędnych schematów oraz liczba zniekształceń świadczą o nieprawidłowościach przebiegu tego procesu. Skoro tak, to stwierdzić należy, iż generalnie, w ankiecie pocztowej proces ten uległ tylko nieco większym zniekształceniom niż w wywiadzie kwestionariuszowym (por. Kubiak 1984). Wyraźnie trzeba jednak podkreślić, iż rodzaje i charakter owych zakłóceń są takie same, a co więcej, występują one w analogicznych fragmentach procesu interrogacji (tzn. przy tych samych pytaniach). Ze względu na niewielką liczbę występujących zniekształceń można chyba powiedzieć, że różnice w przebiegu tego procesu w ankiecie i wywiadzie są takie, jak w przypadku, gdy procesem tym kieruje „dobry” i „zły” ankieter. Stąd wniosek, iż respondenci w sytuacji ankiety są „sami dla siebie” tylko nieco gorszymi „ankieterami” niż ci, specjalnie szkoleni w przeprowadzaniu wywiadów.

⁵⁶ Pytań wielozadaniowych nie należy mylić z pytaniami, w których występuje ewidentny błąd, polegający na tym, iż pytamy o dwie lub więcej zupełnie różnych rzeczy równocześnie, np.: „Czy chciałby P. mieszkać i pracować na wsi? 1. Tak 2. Nie”.

⁵⁷ W literaturze metodologicznej poświęconej problemowi kompletności danych uzyskiwanych w ankiecie i wywiadzie wskazuje się zazwyczaj na zróżnicowanie odsetka braku informacji w zależności od poziomu drażliwości pytania, nie zaś jego formalnej trudności. Na ogół przyjmuje się, iż w przypadku pytań drażliwych, odsetek ten jest zazwyczaj niższy w ankiecie niż w wywiadzie (por. m.in.: Nucklos 1964: 11–16; Siemiatycki 1979: 238–245).

Na początku niniejszej części postawiłem pytanie, czy i na ile przebiegi procesów komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym różnią się między sobą, a na ile są podobne. W analizie wziąłem pod uwagę jedynie dwa wybrane aspekty procesu uzyskiwania informacji, a mianowicie, przebieg procesu kontaktowania się badacza z respondentem oraz przebieg procesu interwencji. Okazało się, iż przebiegi tych procesów są do siebie zbliżone: w sposób idealny (tzn. brak zakłóceń w sferze kontaktu oraz interwencji) proces komunikowania, w badaniu dotyczącym strajku studentów (badanie A), w ankiecie pocztowej przebiegał jedynie, co najwyżej w 16 przypadkach na 494 (3,2%), w wywiadzie natomiast – 5 na 162 (3,1%). W pozostałych przypadkach typ zniekształceń oraz częstotliwość ich pojawiania się są praktycznie jednakowe. Innymi słowy, w badaniu tym proces uzyskiwania informacji przebiegał niemalże jednakowo, niezależnie od tego, czy brał w nim udział ankieter, czy też nie. Stwierdzenie to wydaje się dość zaskakujące i sprzeczne z powszechnym przekonaniem⁵⁸. Dlatego też konieczna jest pewna jego precyzacja. Powyższy wniosek o analogii przebiegu procesu komunikowania się w ankiecie i wywiadzie nie oznacza, iż są one identyczne w ogóle. Odnosi się on bowiem nie do całości procesów, lecz analizowanych aspektów czy płaszczyzn: sfery kontaktu i interwencji. Przedstawione analizy nie miały bowiem charakteru całościowego, wieloaspektowego, a co więcej prowadzone były na stosunkowo niewielkiej liczbie przypadków. Niewykluczone zatem, że gdyby rozszerzyć ich zakres, wnioski mogłyby okazać się inne. Abstrahując jednak od powyższych zastrzeżeń, na podstawie przeprowadzonych analiz przyjąć można, iż występuje daleko posunięta zbieżność przebiegu komunikowania się badacza z respondentem w ankiecie i wywiadzie. Problem, na ile owa zbieżność pociąga za sobą zbieżność uzyskanych rezultatów informacyjnych zostanie przedstawiony w dalszej części naszych rozważań.

⁵⁸ Chodzi tutaj przede wszystkim o te sądy, które mówią o pozytywnym wpływie ankietera nie tylko na zmniejszenie odsetka odmów, ale także na kompletność uzyskiwanych informacji, m.in. ze względu na możliwość dodatkowego motywowania do udzielania odpowiedzi, tłumaczenia, wyjaśniania itp., nie mówiąc już o „czuwaniu” nad tym procesem (Sykes, Hoinville: 1985).

ROZDZIAŁ 3

Empiryczna analiza porównawcza rezultatów informacyjnych procesu komunikowania w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

W rozdziale podejmę próbę oceny rezultatów informacyjnych, uzyskanych w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym, z punktu widzenia ich istotności i wiarygodności.

Ocena istotności polega na stwierdzeniu, czy dana wypowiedź respondenta przynosi poszukiwaną informację, zgodną z zapotrzebowaniem badacza. W zależności od wyniku tej oceny, ostateczny rezultat interrogacji może być uznany za błędny bądź pożądany. Ocena wiarygodności informacji dokonana zostanie natomiast w drodze porównania rezultatów uzyskanych w ankiecie pocztowej z uzyskanymi w wywiadzie kwestionariuszowym. Zaznaczyć tutaj należy, że analizy te będą prowadzone, tak jak poprzednio, jedynie na podstawie materiałów zgromadzonych w trakcie realizacji badania dotyczącego strajku studenckiego (badanie A). Wynika to z tego, iż jedynie w tym badaniu zastosowane kwestionariusze były porównywalne, ze względu na zawartość – treść pytań.

ISTOTNOŚĆ ODPOWIEDZI W ANKIECIE I WYWIADZIE

W wyniku przeprowadzonej analizy okazało się, iż jedynie w 96 (39,0%) kwestionariuszach ankiet i 44 (46,8%) wywiadu wszystkie udzielone odpowiedzi można było uznać za istotne, zgodne z zapotrzebowaniem badacza. W pozostałych natomiast 150 (61,0%) ankietach i 50 (53,2%) wywiadach przynajmniej jedna z uzyskanych odpowiedzi była nieistotna. Maksymalna liczba odpowiedzi nieistotnych w ankiecie wynosiła 7 i wystąpiła tylko w jednym kwestionariuszu; w wywiadzie natomiast – 5 i wystąpiła w trzech kwestionariuszach. Szczegółowo liczbę odpowiedzi nieistotnych przedstawia poniższa tabela:

Tabela 5. Liczba odpowiedzi nieistotnych uzyskanych w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Liczba odpowiedzi nieistotnych w 1 kwestionariuszu	Ankieta pocztowa		Wywiad kwestionariuszowy	
	N	%	N	%
Brak odpowiedzi nieistotnych	96	39,0	44	46,8
1 odp. nieistotna	90	36,6	23	24,5
2 odp. nieistotne	31	12,6	16	17,0
3 odp. nieistotne	19	7,7	8	8,5
4 i więcej odp. nieistotnych	10	4,1	3	3,2
Razem	246	100,0	94	100,0

Ogólna liczba odpowiedzi nieistotnych w kwestionariuszach ankiet wynosi 257, a w kwestionariuszach wywiadu 94. Średnia liczba odpowiedzi nieistotnych w jednym kwestionariuszu (w którym pojawiły się takie odpowiedzi) wynosi odpowiednio: 1,7 i 1,9. Warto także zwrócić uwagę, iż mniejsza liczba tego typu odpowiedzi (1–2) stosunkowo rzadziej występowała w kwestionariuszach wywiadów (41,5%) niż ankiet (49,2%), natomiast odsetki kwestionariuszy, w których wystąpiły 3 i więcej odpowiedzi nieistotnych, są jednakowe (odpowiednio: 11,7% i 11,8%). Należy również podkreślić, iż względna liczba odpowiedzi nieistotnych (wyrażająca się stosunkiem liczby tego typu odpowiedzi do faktycznej liczby aktów interogacji), zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie jest jednakowa i wynosi 0,03⁹⁹.

Jeżeli jednak weźmiemy pod uwagę liczbę odpowiedzi nieistotnych w poszczególnych blokach pytań, okazuje się, że współczynniki te są nieco bardziej zróżnicowane. Przedstawia to poniższa tabela:

Tabela 6. Liczba odpowiedzi nieistotnych w poszczególnych blokach pytań, uzyskana w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Liczba odpowiedzi nieistotnych w blokach pytań w ankiecie i wywiadzie		Blok pytań				Blok I–IV (ogółem)
		I źródła informacji	II wiedza	III stosunek	IV metryczka	
Liczba odpowiedzi nieistotnych ogółem	ANK	41/16,0%	10/3,9%	161/62,6%	45/17,5%	257/100,0%
	WYW	25/26,6%	4/4,3%	41/43,6%	24/25,5%	94/100,0%
Liczba aktów interogacji (faktyczna)	ANK	1536	1366	2557	2689	8148
	WYW	641	488	964	1116	3209
Względna liczba odpowiedzi nieistotnych	ANK	0,03	0,01	0,06	0,02	0,03
	WYW	0,04	0,01	0,04	0,02	0,03

⁹⁹ Współczynnik ten przyjmować może wartości od 0 do 1. Wartość 0 oznacza, że nie wystąpiła ani jedna odpowiedź nieistotna, wartość 1 natomiast, że wszystkie odpowiedzi uznane zostały za nieistotne.

Stosunkowo najwięcej odpowiedzi nieistotnych uzyskano w bloku III (pytania o stosunek do strajku) – 62,6% w ankiecie i 43,6% w wywiadzie (względna liczba odpowiedzi nieistotnych 0,06 i 0,04), najmniej zaś w bloku II (pytania o wiedzę) – analogicznie: 3,9% i 4,3% (względna liczba odpowiedzi nieistotnych 0,01 i 0,01). Warto zaznaczyć, iż tylko w bloku III odsetek oraz względna liczba odpowiedzi nieistotnych były wyższe w ankiecie niż w wywiadzie (w pozostałych były niższe lub równe). Najwyższy odsetek odpowiedzi nieistotnych w bloku III wynika, jak się wydaje, z charakteru pytań w nim zawartych. Są to bowiem pytania o opinie, a więc wymagające umiejętności abstrakcyjnego myślenia, przypominania zasłyszanych sądów, zestawiania ich, porównywania itp. Ogólnie są to zatem pytania trudne, w których prawdopodobieństwo wystąpienia zakłóceń w procesach myślowych, prowadzących do uformowania prawidłowej – w tym przypadku istotnej odpowiedzi – jest stosunkowo wysokie (por. Rostocki 1984: 127).

Z kolei analiza na poziomie pytań w kwestionariuszu wykazała, że w poszczególnych blokach (z wyjątkiem bloku I) wskazać można te pytania, na które uzyskano stosunkowo najwięcej odpowiedzi nieistotnych. Zarówno w ankiecie, jak i wywiadzie były to następujące pytania: pytanie 9.: „o treść postulatów wysuwanych przez strajkujących studentów” (względna liczba odpowiedzi nieistotnych w ankiecie wynosi 0,03 i w wywiadzie – 0,02); pytanie 13.: „o ocenę stosunku mieszkańców Łodzi do strajku studentów” (względna liczba odpowiedzi nieistotnych wynosi odpowiednio: 0,23 i 0,08) oraz pytanie 23.: „o okres (ogólną liczbę lat) zamieszkiwania w Łodzi” (0,05 i 0,14).

W przypadku pierwszego z pytań (pytanie o wiedzę) uzyskano bardzo wiele stwierdzeń typu: „nie wiem”, „nie pamiętam” itp., w stosunku do których przyjęto, iż są to odpowiedzi istotne. W odniesieniu do tego pytania sformułować można bowiem dwie poszukiwane informacje, z których jedna (pierwotna) brzmi: „czy respondent X wie, jakie postulaty wysuwali strajkujący studenci, czy też nie wie?”. Stąd też odpowiedź typu „nie wiem” uznana została za istotną, przynoszącą poszukiwaną przez badacza informację, tak samo, jak każda inna, w której respondent wyliczał postulaty studenckie. Obydwa rodzaje odpowiedzi przynoszą bowiem badaczowi jedną z dwóch informacji: „respondent X nie wie, jakie postulaty wysuwali strajkujący studenci” lub „respondent X wie, jakie postulaty wysuwali strajkujący studenci” (por. Lutyński 1972: 81–82; Lutyńska 1975: 52–56). Jako odpowiedzi nieistotne uznano natomiast odpowiedzi typu: „Było ich bardzo wiele, ważniejsze i mniej ważne”, „Długo by trzeba o tym mówić” lub „Było ich bardzo dużo, mam je wszystkie gdzieś wypisane”. Stosunkowo duża liczba tego rodzaju odpowiedzi spowodowana została, jak się wydaje, faktem, że było to pytanie dość ogólne, wymagające narracji i które, w odczuciu respondentów mogło być „uciążliwe” i kłopotliwe, ze względu na liczbę żądań (19 postulatów) wysuwanych przez studentów (w przeważającej części wypowiedzi respondentów podkreślany był właśnie ten aspekt).

Drugie z pytań dotyczyło stosunku mieszkańców Łodzi do strajku studenckiego. W odpowiedzi na to pytanie stosunkowo często pojawiały się następujące wypowiedzi: „Nie wiem”, „Różny, to zależy od ludzi”, „Trudno powiedzieć, jedni pozytywny, drudzy negatywny” itp. Wszystkie tego typu odpowiedzi uznane zostały za nieistotne – nie przynoszące poszukiwanej informacji. Odpowiedzi takie stanowiły w ankiecie 21,4% i w wywiadzie 7,4% ogółu odpowiedzi nieistotnych. Warto tutaj zwrócić uwagę na dość znaczną różnicę w odsetkach (14 punktów) tych odpowiedzi w wywiadzie i ankiecie. Bierze się ona prawdopodobnie z samego charakteru pytania. Otóż, pytanie: „Jak P. sądzi, jaki był na ogół stosunek mieszkańców Łodzi do strajku studenckiego?” jest w swojej istocie pytaniem pośrednim, zmierzającym do ustalenia postawy respondenta wobec strajku poprzez ocenę opinii grupy (Nowak 1965b: 183). W sytuacji wywiadu, gdy respondent nie ma zbyt wiele czasu na zastanowienie się i przeanalizowanie pytania, funkcjonowało ono w sposób prawidłowy – zgodnie z założeniami technik projekcyjnych. W ankiecie natomiast, kiedy respondent nie jest praktycznie ograniczony czasem ani popędzany przez arkietera, pytanie to funkcjonowało jako „normalne” pytanie o opinie, a więc niezgodnie ze swoim założeniem. Stąd też właśnie w ankiecie, w porównaniu z wywiadem, wystąpił znacznie wyższy odsetek odpowiedzi nieistotnych. Jeśli bowiem zastanowimy się, to praktycznie nie jest możliwe, aby na tak postawione pytanie dać jednoznaczna odpowiedź typu „pozytywny” lub „negatywny”. Sytuacja taka wystąpiła prawdopodobnie w sytuacji ankiety – respondenci po zastanowieniu się dochodzili do wniosku, iż na pytanie to, chcąc udzielić odpowiedzi zgodnej z prawdą, należy stwierdzić „nie wiem”, „różny”, „trudno powiedzieć” itp., a które to odpowiedzi uznane zostały za nieistotne.

Ostatnie z pytań, było natomiast pytaniem o fakty i dotyczyło długości okresu zamieszkiwania respondenta w Łodzi. Najczęściej powtarzającymi się odpowiedziami nieistotnymi na to pytanie były stwierdzenia: „od urodzenia”, „całe życie” itp. Stanowiły one w ankiecie 4,7% i w wywiadzie 13,7% ogółu odpowiedzi nieistotnych. Różnica na „niekorzyść” wywiadu została spowodowana najprawdopodobniej tym, że respondenci odpowiadali na to pytanie w sposób „automatyczny”, „mechanicznie”, ankieterzy zaś w taki sam sposób – „mechanicznie” je zapisywali, nie korygując ich. Odpowiadając na to samo pytanie w ankiecie, respondenci mieli więcej czasu na zastanowienie się, uświadomienie sobie, czego się od niego żąda. Stąd też w ankiecie na pytanie: „Ile lat mieszka P. w Łodzi?”, odpowiedzi nieistotne typu „od urodzenia” pojawiały się znacznie rzadziej niż w wywiadzie. Wystąpiło więc w tym przypadku analogiczne zjawisko jak przy pytaniu omawianym poprzednio, z tą tylko różnicą, że wtedy działało ono na „niekorzyść” ankiety, a w tym – wywiadu.

Powyżej przedstawione wyniki analiz wskazują, że odpowiedzi nieistotne pojawiają się w ankiecie i wywiadzie nie tylko z jednakową częstotliwością, ale co

więcej, w obydwu przypadkach, przy tych samych pytaniach (aczkolwiek działają tutaj, z różnym natężeniem, wskazane mechanizmy formułowania i udzielania odpowiedzi)⁶⁰. Ogólnie można powiedzieć, że końcowe rezultaty informacyjne procesu komunikowania się w ankiecie i wywiadzie (w aspekcie ich istotności) są praktycznie takie same, a zatem wątpliwe wydaje się twierdzenie o „korzyściach” związanych z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego.

WIARYGODNOŚĆ ODPOWIEDZI W ANKIECIE I WYWIADZIE

Zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami, ocena rezultatów informacyjnych procesu komunikowania się w aspekcie ich wiarygodności dokonana została poprzez porównanie rozkładów odpowiedzi uzyskanych w ankiecie, z rozkładami uzyskanymi w wywiadzie kwestionariuszowym. Przeprowadzone analizy nie dają jednakże podstaw do sformułowania jednoznacznych wniosków. Otrzymane rozkłady odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie w przypadku niektórych pytań są bowiem niemal jednakowe, nie ma między nimi istotnych statystycznie różnic, w innych przypadkach natomiast, rozkłady odpowiedzi wskazują na istnienie odmiennych tendencji. Rzeczą charakterystyczną jest, że różnice te i podobieństwa występują zarówno w odpowiedziach na pytania otwarte, jak i zamknięte, wśród których znalazły się zarówno pytania o fakty, o opinie, jak i wiedzę. Świadczy to o tym, że różnice – podobieństwa nie wiążą się w sposób jednoznaczny ani z formalną strukturą pytania, ani z ich przedmiotem. Dlatego też celowe wydawało się podjęcie nieco bardziej szczegółowej analizy, biorącej pod uwagę nie tylko formę i przedmiot pytania, ale i jego cechy treściowe, problematykę.

Jak wspomniano, w badaniu tym, ze względu na przedmiot, pytania zawarte w kwestionariuszach ankiety i wywiadu podzielić można na pytania o wiedzę, fakty i opinie. W zbiorze pytań o wiedzę znalazły się cztery następujące: 1. „W których z wyższych uczelni w Łodzi był strajk?”; 2. „Czy P. wie, kto stał na czele Komisji Rządowej, która przyjeżdżała z Warszawy na rozmowy ze studentami?”; 3. „Czy znane były P. nazwiska niektórych przywódców studentów – członków Komitetów Strajkowych?”; 4. „Dlaczego studenci strajkowali, o co im chodziło, jakie mieli postulaty?”⁶¹. Rozkłady odpowiedzi na te pytania przedstawia poniższa tabela:

⁶⁰ Problemy związane z mechanizmami formułowania i udzielania odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie szerzej omówione zostaną w następnym podrozdziale, poświęconym wiarygodności odpowiedzi.

⁶¹ W powyższych i następnym pytaniach przytoczono jedynie zasadniczą ich część. Pominięto wszelkie dodatkowe uwagi i instrukcje przy nich zawarte.

Tabela 7. Rozkłady odpowiedzi na pytania o „wiedzę” uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Pytania o „wiedzę” i rodzaj odpowiedzi		Odpowiedź „trafna”	Odpowiedź „nie trafna”	Odpowiedź „nie wiem”	Inne odpowiedzi	Brak danych	Razem	Wartość testu Chi ²
1. W których wyższych uczelniach był stopnie strajk studentów?	ANK	208/16,0%	2/0,8%	34/13,8%	-/0,0%	2/0,8%	246/100,0%	1,2 (III stopnie swobody)
	WYW	79/84,9%	1/1,1%	14/14,9%	-/0,0%	-/0,0%	94/100,0%	
2. Kto stał na czele Komisji Rządowej?	ANK	191/77,6%	-/0,0%	9/3,7%	44/17,9%	2/0,8%	246/100,0%	30,6 (IV stopnie swobody)
	WYW	52/55,3%	3/3,2%	15/16,0%	24/25,5%	-/0,0%	94/100,0%	
3. Kto stał na czele Komitetów Strajkowych?	ANK	28/11,4%	1/0,4%	108/43,9%	107/43,5%	2/0,8%	246/100,0%	36,6 (IV stopnie swobody)
	WYW	3/3,2%	1/1,1%	75/79,7%	15/16,0%	-/0,0%	94/100,0%	
4. Jakie postulaty mieli strajkujący studenci?	ANK	148/60,2%	-/0,0%	83/33,7%	9/3,7%	6/2,4%	246/100,0%	5,7 (III stopnie swobody)
	WYW	68/73,4%	-/0,0%	24/25,5%	2/2,1%	-/0,0%	94/100,0%	

W przypadku dwóch pytań (pyt. 1 i 4) rozkłady odpowiedzi uzyskane w ankiecie i wywiadzie są zbliżone – test niezależności χ^2 wskazuje brak istotnych różnic na poziomie istotności 0,05; natomiast w przypadku dwóch pozostałych (pyt. 2 i 3), różnice w rozkładach odpowiedzi są istotne statystycznie. Zwraca tutaj uwagę fakt, że w trzech pytaniach (z wyjątkiem pyt. 4) odsetek odpowiedzi świadczących o trafnej wiedzy respondentów, tzn. zgodnej ze stanem faktycznym, jest wyższy w ankiecie niż w wywiadzie⁶². Spowodowane to zostało, jak się wydaje, specyfiką sytuacji ankiety pocztowej, a konkretnie brakiem kontroli (nadzoru) procesu zbierania informacji. Odpowiadając bowiem na pytania ankiety, respondent miał możliwość nie tylko konsultacji i pytania innych osób o interesujące go sprawy (potrzebne do udzielenia odpowiedzi), ale także korzystania z wszelkiego rodzaju dokumentów, prasy itp. – ogólnie, miał możliwość przypomnienia sobie bądź zdobycia potrzebnych mu informacji. W wywiadzie natomiast, respondent możliwości takich jest pozbawiony, zdany jest wyłącznie na siebie i własną pamięć. Na trafność tego typu interpretacji wskazuje zresztą dalsza analiza materiałów empirycznych. Okazuje się bowiem, że nie tylko odsetek respondentów posiadających wiedzę trafną jest wyższy w ankiecie, ale i zakres tej wiedzy jest większy w porównaniu z tą, której obraz uzyskano w wywiadzie. W każdym bowiem z pytań, średnia liczba elementów wypowiedzi jest wyższa w ankiecie niż w wywiadzie (średnia liczba wymienianych nazw uczelni wynosi w ankiecie: 2,7, w wywiadzie: 2,4; średnia liczba nazwisk przedstawicieli Komisji Rządowej, odpowiednio: 1,1 i 1,0; średnia liczba nazwisk członków Komitetu Strajkowego: 2,8 i 1,8; średnia liczba wymienianych postulatów: 3,7 i 2,6).

W związku z powyższymi uwagami nasuwa się ogólniejsza refleksja, iż badanie poziomu wiedzy respondentów przy zastosowaniu ankiety pocztowej zupełnie mija się z celem: uzyskane odpowiedzi świadczące o trafnej wiedzy badanych, jedynie bowiem w pewnym, nie znanym badaczowi odsetku wskazują na jej posiadanie przez respondentów (w danym momencie). Pozostała ich część, również nie znana badaczowi, świadczy natomiast o tym, iż respondenci wykazali chęć i potrafili tę wiedzę zdobyć, dotrzeć do niej. Sytuacja ta jest nieporównywalna i krańcowo odmienna od tej w wywiadzie, w której przypadki takie nie powinny nigdy mieć miejsca, a jeśliby nawet wystąpiły (np. respondent zamiast udzielić ankieterowi odpowiedzi na pytanie, zaczyna

⁶² Przyjęto, iż odpowiedź świadcząca o trafnej wiedzy respondenta to taka, w której przynajmniej jeden z elementów został oceniony jako prawdziwy, zgodny ze stanem faktycznym. Innymi słowy, aby np. odpowiedź na pytanie o „nazwy strajkujących uczelni” została uznana za trafną, wystarczyło, aby została prawidłowo wskazana nazwa przynajmniej jednej uczelni, w której miał miejsce strajk. Przyjęte kryterium kwalifikacji odpowiedzi jest bardzo „słabe”, niemniej jednak wydaje się, iż wystąpienie opisanej sytuacji świadczy o posiadaniu przez respondenta pewnego (niskiego co prawda) zasobu wiedzy zgodnej z rzeczywistością. Podobne „słabe” kryteria przyjęte zostały w przypadku pozostałych pytań o wiedzę.

szukać jej w książkach lub pyta żonę), wszystkie one byłyby, a przynajmniej powinny być znane badaczowi. Z punktu widzenia poprawności metodologicznej niedopuszczalne wydaje się więc zatem nie tylko wnioskowanie o poziomie wiedzy respondentów na podstawie odpowiedzi uzyskanych w ankiecie pocztowej, ale także porównywanie ich (tzn. odpowiedzi) i traktowanie jako ekwiwalentnych tym, uzyskanym w drodze zastosowania innego typu postępowania badawczego (np. wywiad, ankieta indywidualna pod kontrolą, audytoryjna).

Pytania o „fakty” zawarte w kwestionariuszu ankiety i wywiadu, sformułowane zostały następująco: 1. „Skąd i od kogo miał P. informacje o strajku studenckim i o jego przebiegu?”; 2. „Czy oglądał P., lub opowiadano P. o tych Dziennikach Telewizyjnych, w których Minister informował telewidzów, że strajkujący studenci urządzili sobie zabawę (show), że są inspirowani itp.?”; 3. „Czy ktoś z P. rodziny – najbliższej lub dalszej, ktoś z P. kolegów, znajomych, sąsiadów, przyjaciół – lub ich dzieci, brał udział w strajku studenckim?”. Rozkłady odpowiedzi na te pytania przedstawia tabela 8.

Tabela 8. Rozkłady odpowiedzi na pytania o „fakty” uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Treść pytania	Ankieta poczt.		Wywiad kwest.	
	N = 246	%	N = 94	%
1. Skąd i od kogo czerpał P. informacje o strajku?				
a. z plakatów na ulicach	164*	16,5	66*	16,6
b. z gazet i czasopism	84	8,5	51	12,8
c. z telewizji	152	15,3	71	17,7
d. z radia	79	8,0	32	8,0
e. z rozmów w pracy	99	10,0	27	6,8
f. z rozmów z rodziną	70	7,1	19	4,8
g. od znajomych, kolegów	99	10,0	47	11,8
h. od ludzi obcych	41	4,1	18	4,5
i. od strajkujących studentów	60	6,1	22	5,5
j. z zebrań pracowniczych	6	0,6	3	0,8
k. z zebrań partii, związków	23	2,3	3	0,8
l. z wydawnictw powielanych	85	8,6	25	6,3
m. od księży w kościele	19	1,9	9	2,3
n. z innych źródeł	10	1,0	5	1,3
2. Czy oglądał P. wystąpienie Ministra w telewizji?				
a. tak	122	49,6	40	42,6
b. nie	100	40,7	51	54,2
c. inna odpowiedź	23	9,3	3	3,2
d. brak danych	1	0,4	–	0,0
3. Czy ktoś z P. rodziny, znajomych brał udział w strajku?				
a. tak, osoby z rodziny	23	9,3	8	8,5
b. tak, osoby spoza rodziny	75	30,5	33	35,1
c. nie, nikt nie brał	148	60,2	53	56,4

* W kolumnach liczba przypadków nie sumuje się do 246 (94), ze względu na to, iż każdy z respondentów mógł wskazać dowolną liczbę źródeł.

Przedstawione odpowiedzi na pytania o „fakty”, uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym są zbliżone, a wartości testów χ^2 świadczą o tym, iż brak jest między nimi istotnych statystycznie różnic⁶³. Oznacza to, że ostateczny rezultat informacyjny jest niezależny od typu – struktury pytania (wśród nich znalazło się bowiem jedno pytanie dychotomiczne, jedno „wielozadaniowe” – dychotomiczne połączone z otwartym oraz jedno pytanie kafeteryjne) i dalej – jest on niezależny od formy komunikowania.

Jeśli chodzi z kolei o pytania o „opinie”, to było ich stosunkowo najwięcej, bo aż 10. Były to:

– cztery pytania dotyczące oceny postępowania i działań podejmowanych przez studentów: 1. „Jak P. sądzi, kto ponosi winę za to, że strajk studentów trwał tak długo?”; 2. „Jak P. sądzi, czy strajkujący studenci powinni byli wysuwać postulaty i żądania wyłącznie studenckie, wyłącznie ogólnospołeczne i polityczne, czy też i studenckie i ogólnospołeczno-polityczne?”; 3. „Jeżeli uważa P., że studenci nie powinni wysuwać haseł ogólnospołecznych i politycznych, to dlaczego P. tak sądzi?”; 4. „Czy sądzi P., że hasła nie zawsze grzeczne i ośmieszające Ministra Szkolnictwa Wyższego, profesora i byłego Rektora Uniwersytetu Łódzkiego – powinni studenci formułować i wywieszać na widok publiczny czy też nie?”;

– cztery pytania dotyczące ogólnej oceny i stosunku respondenta do strajku: 5. „Co P. myślał, jak oceniał i w ogóle, jaki był P. stosunek do strajku przez cały czas jego trwania?”; 6. „Jak P. sądzi, jaki był na ogół stosunek mieszkańców Łodzi do strajku studentów?”; 7. „Jak P. uważa, czy studenci rozpoczynając strajk zrobili słusznie, niesłusznie, czy też z pewnych względów słusznie, a z innych niesłusznie?”; 8. „O tym, co się działo w czasie strajku, o jego przyczynach, o samych studentach i ich zachowaniu się, o tym, czy powinni, czy nie powinni strajkować krążyły w Łodzi bardzo różnorodne opinie. Podajemy tutaj kilkanaście takich przypadkowo wybranych opinii. Proszę wskazać te opinie, z którymi zgadza się P. w pełni lub które najbardziej odpowiadają P. własnym przekonaniom.”;

– jedno pytanie o ocenę sposobu informowania o strajku: 9. „Jak P. ocenia sposób, w jaki gazety i telewizja informowały Łodzian o strajku?”;

– jedno pytanie o ocenę postępowani rodziców strajkujących studentów: 10. „Jak P. sądzi, w jaki sposób powinni byli zachować się rodzice posiadający dzieci studiujące na łódzkich uczelniach, a które to dzieci chciały wziąć udział w strajku?”.

Obecnie przedstawimy rozkłady odpowiedzi na poszczególne pytania. Rozkłady na pierwsze cztery pytania, dotyczące oceny działalności studentów prezentuje tabela 9.

⁶³ Uzyskano następujące wyniki testów χ^2 : pyt. 1 – 19,3 (13 st. swobody); pyt. 2 – 6,8 (3 st. swobody); pyt 3 – 0,5 (2 st. swobody). Wyniki interpretowano na poziomie istotności 0,05.

Tabela 9. Rozkłady odpowiedzi na pytania o ocenę postępowania i działalności studentów uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Treść pytania	Ankieta poczt.		Wywiad kwest.	
	N = 246	%	N = 94	%
1. Kto ponosi winę za przedłużający się strajk?				
a. studenci	3	1,2	1	1,1
b. Komisja Rządowa	129	52,4	66	70,2
c. obie strony	103	41,9	26	27,6
d. inna odpowiedź	9	3,7	1	1,1
e. brak danych	2	0,8	–	0,0
2. Jakiego rodzaju postulaty powinni wysuwać studenci?				
a. wyłącznie studenckie	95	38,6	21	22,3
b. wyłącznie ogólnospół-polit.	–	0,0	–	0,0
c. i studenckie i społ-polit.	145	58,9	72	76,6
d. inna odpowiedź	5	2,1	1	1,1
e. brak danych	1	0,4	–	0,0
3. Dlaczego nie powinni wysuwać haseł społeczno-politycznych?				
a. Komisja nie mogła ich spełnić	15	6,1	2	2,1
b. wysuwanie ich przedłużało strajk	16	6,5	–	0,0
c. wysuwanie ich nie należy do studentów	16	6,5	4	4,3
d. studenci nie powinni zajmować się polityką	33	13,5	11	11,7
e. inna odpowiedź	17	6,9	4	4,3
f. nie dotyczy	145	58,9	72	76,5
g. brak danych	4	1,6	1	1,1
4. Czy studenci mieli prawo ośmieszać Ministra?				
a. tak	108	43,9	58	61,7
b. nie	111	45,2	29	30,9
c. inna odpowiedź	23	9,3	7	7,4
d. brak danych	4	1,6	–	0,0

Przedstawione w tym zestawieniu rozkłady odpowiedzi uzyskanych w ankiecie i wywiadzie dość znacznie różnią się między sobą i jak wskazują wartości testów χ^2 , są to różnice istotne statystycznie⁶⁴.

⁶⁴ Dla poszczególnych pytań uzyskano następujące wyniki testów χ^2 : pyt. 1 – 9,5 (4 st. swobody); pyt. 2 – 9,1 (3 st. swobody); pyt. 3 – 12,9 (4 st. swobody); pyt. 4 – 9,3 (3 st. swobody). Wartości te interpretowane na poziomie istotności 0,05, świadczą o istnieniu istotnych statystycznie różnic między rozkładami odpowiedzi na poszczególne pytania.

Rozkłady odpowiedzi na kolejne cztery pytania, dotyczące ogólnej oceny i stosunku respondenta do strajku przedstawia tabela 10.

Tabela 10. Rozkłady odpowiedzi na pytania o ogólną ocenę i stosunek do strajku, uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Treść pytania	Ankieta poczt.		Wywiad kwest.	
	N = 246	%	N = 94	%
5. Jaki był P. stosunek do strajku studentów?				
a. zasadniczo pozytywny	188	76,4	70	74,5
b. zasadniczo negatywny	14	5,7	7	7,4
c. obojętny	32	13,0	6	6,4
d. inna odpowiedź	11	4,5	11	11,7
e. brak danych	1	0,4	–	0,0
6. Jaki był stosunek mieszkańców Łodzi do strajku?				
a. pozytywny	131	53,3	58	61,6
b. negatywny	11	4,5	9	9,6
c. obojętny	4	1,6	2	2,1
d. różny	42	17,1	13	13,9
e. nie wiem	48	19,5	4	4,3
f. inna odpowiedź	8	3,2	7	7,4
g. brak danych	2	0,8	1	1,1
7. Czy studenci, rozpoczynając strajk zrobili?				
a. słusznie, dobrze	115	46,8	62	66,0
b. niesłusznie, źle	5	2,0	2	2,1
c. słusznie i niesłusznie	105	42,7	23	24,5
d. nie mam zdania	21	8,5	7	7,4
8. Które z opinii odpowiadają P. własnym przekonaniom?				
a. studentom nie chciało się uczyć	4 ^a	1,6 ^b	2 ^a	2,1 ^b
b. strajk to włączenie się do procesu odnowy	175	71,1	74	78,7
c. dla studentów była to zabawa i rozrywka	5	2,0	6	6,4
d. w czasie strajku bardzo dużo się nauczyli	96	39,0	52	55,3
e. strajk pogłębiał ogólny kryzys i chaos	3	1,2	5	5,3
f. studenci nauczyli się żyć społecznie	152	61,8	61	64,9
g. studenci nie powinni denerwować i martwić rodziców	5	2,0	6	6,4

cd. tabeli 10

h. studenci byli biedni – narażali się	47	19,1	45	47,9
i. studenci nie powinni „rozrabiać”	7	2,8	6	6,4
j. studenci zastrajkowali, by walczyć o swoje prawa	99	40,2	71	75,5
k. studenci byli manipulowani przez ludzi „z zewnątrz”	2	0,8	9	9,6
l. studenci wykazali dojrzałość polityczną	128	52,0	65	69,1
m. strajk to bunt dzieciaków, które nie wiedzą co chcą	3	1,2	11	11,7
n. studenci kontynuowali trdycje walk o wolność myślenia	134	54,5	67	71,3
o. młodzież jest źle chowana i rozpuszczona	25	10,2	19	20,2
p. inna wypowiedź	17	6,9	1	1,1
r. brak danych	6	2,4	–	0,0

^a W kolumnach liczba przypadków nie sumuje się do 246 (94), ze względu na to, iż każdy z respondentów mógł wskazać dowolną liczbę opinii.

^b W kolumnach tych odsetek wyborów poszczególnych opinii nie sumuje się do 100%, ze względu na fakt, iż był on liczony od podstawy 246 (94) i określa odsetek respondentów, którzy wskazali daną opinię.

Podobnie jak w przypadku poprzednich pytań, dane zawarte w powyższym zestawieniu wskazują, że rozkłady odpowiedzi uzyskane w ankiecie i wywiadzie różnią się między sobą, a różnice te okazują się być istotne statystycznie⁶⁵.

Rozkłady odpowiedzi na ostatnie dwa pytania o „opinie” przedstawia tabela 11.

W przypadku pierwszego z powyższych pytań (pyt. 9), różnice w rozkładach odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie są dość znaczne, i tak jak w poprzednich, wartość testu χ^2 wskazuje, iż są to różnice istotne ($\chi^2 = 68,7$; 3 st. swobody; poziom istotności = 0,05). Jeżeli natomiast chodzi o ostatnie pytanie (pyt. 10), to rozkłady są bardzo zbliżone, a istniejące różnice nie są istotne statystycznie ($\chi^2 = 1,3$; 4 st. swobody; poziom istotności = 0,05).

Ogólnie można zatem powiedzieć, że jeżeli chodzi o pytania o „opinie”, w 9 przypadkach na 10, rezultaty uzyskane w ankiecie różnią się w sposób

⁶⁵ Dla poszczególnych pytań uzyskano następujące wyniki testów χ^2 : pyt. 5 – 9,8 (4 st. swobody); pyt. 6 – 18,3 (4 st. swobody); pyt. 7 – 10,8 (3 st. swobody); pyt. 8 – 58,7 (16 st. swobody). Wartości te interpretowane na poziomie istotności 0,05, świadczą o istnieniu statystycznie istotnych różnic między rozkładami odpowiedzi na poszczególne pytania.

Tabela 11. Rozkłady odpowiedzi na pytania o „opinie” uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Treść pytania	Ankieta poczt.		Wywiad kwest.	
	N = 246	%	N = 94	%
9. W jaki sposób prasa i telewizja informowały o strajku?				
a. obiektywnie, prawdziwie	15	6,1	13	13,8
b. nieobiektywnie	103	41,9	65	69,1
c. trudno ocenić	12	4,9	15	16,0
d. brak uwag	116	47,1	1	1,1
10. W jaki sposób powinni zachować się rodzice studentów?				
a. zabronić udziału w strajku	9	3,7	2	2,1
b. pozwolić wziąć udział	109	44,3	40	42,6
c. nie wtrącać się	104	42,3	44	46,8
d. inna odpowiedź	23	9,3	8	8,5
e. brak danych	1	0,4	–	0,0

istotny od uzyskanych w wywiadzie. Oznacza to, że ostateczny rezultat informacyjny zależy raczej od formy komunikowania, nie zaś typu – struktury pytania (wśród omawianych znalazło się bowiem 1 pytanie dychotomiczne, 2 otwarte i 7 kafeteryjnych – w tym jedno z długą kafeterią).

Analizując dane zawarte w tabelach 9–11, można określić charakter różnic między odpowiedziami w ankiecie i wywiadzie. Otóż okazuje się, że każdorazowo odsetek odpowiedzi krytycznych w stosunku do strajku i studentów jest niższy, gdy analizujemy informacje z wywiadów niż w ankiecie pocztowej. W wywiadach więcej jest odpowiedzi popierających, wyraźnie „sympatyzujących” z postawami i działaniami studentów. Warto tutaj zwrócić uwagę na rozkłady odpowiedzi na niektóre z prezentowanych pytań, a szczególnie pytania 1, 2, 4 i 7. W odpowiedzi na pierwsze z nich (pyt. 1), 52,4% respondentów w ankiecie pocztowej stwierdza, iż „winę za przedłużający się strajk ponosi Komisja Rządowa” i 41,9%, iż „obie strony”, tzn. Komisja Rządowa i studenci. W wywiadzie natomiast odsetki te są następujące: 70,2% i 27,6%. W przypadku drugiego pytania (pyt. 2), 38,6% respondentów w ankiecie uważa, iż „studenci powinni wysuwać postulaty wyłącznie studenckie” i 58,9% – „studenckie i ogólnospołeczne i polityczne”; w wywiadzie natomiast odsetek ten wynosi odpowiednio: 22,3% i 76,6%. Podobnie jest w kolejnym pytaniu (pyt. 4): w ankiecie 43,9% respondentów stwierdza, że „studenci mieli prawo formułować i wystawiać na widok publiczny hasła ośmieszające Ministra”, podczas gdy w wywiadzie odsetek ten wynosi 61,7%. Wreszcie, w ostatnim ze wspomnianych pytań (pyt. 7), 46,8% respondentów w ankiecie uważa, że „studenci zrobili słusznie rozpoczynając strajk” i 42,7%,

iż „z pewnych względów słusznie, z innych niesłusznie”; w wywiadzie natomiast, odpowiednio odsetek ten jest następujący: 66,0% i 24,5%. Porównanie powyższych rozkładów procentowych wskazuje, iż w wywiadzie respondenci częściej niż w ankiecie udzielali odpowiedzi świadczących o bardziej zdecydowanym poparciu strajku studenckiego, przy jednoczesnym bardziej krytycznym stosunku do władz państwowych. Różnice rozkładów odpowiedzi wahają się od 14 do 19 punktów procentowych – są więc dość znaczne.

Wskazane różnice rozkładów odpowiedzi, świadczące o „tendencji” rezultatów uzyskanych bądź w ankiecie, bądź w wywiadzie nie są spowodowane „tendencją” prób (wcześniej bowiem stwierdziliśmy brak istotnych statystycznie różnic między nimi ze względu na podstawowe cechy społeczno-demograficzne). Przyczyn tych różnic należy zatem szukać w czynnikach sytuacyjnych, specyficznych dla danej formy komunikowania, które wpływają, czy też nawet może kształtują procesy psychiczne, związane z formułowaniem odpowiedzi. Innymi słowy, upatrywać ich należy w specyfice ankiety pocztowej, charakterze kontaktu badawczego i psychospołecznych czynnikach z nim związanych. Stąd też sformułować można przynajmniej trzy alternatywne, wzajemnie nie wykluczające się hipotezy, wyjaśniające owe rozbieżności odpowiedzi na pytania o opinie uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym.

Pierwsza z owych hipotez wyjaśniających zaczerpnięta jest z analizy procesu komunikowania się w ankiecie i wywiadzie. Wiąże się ona z odmiennością mechanizmów generowania wypowiedzi w sytuacji ankiety i wywiadu. Wypowiedzi uzyskane w ankiecie są z reguły, w przeciwieństwie do tych z wywiadu, rezultatem większej refleksji i większego wysiłku umysłowego⁶⁶. Stąd też są one bardziej przemyślane, wewnątrznie zrównoważone, mniej spontaniczne i emocjonalne (po namyśle ludzie dostrzegają bowiem „obydwie strony zagadnienia”, w wyniku czego ich oceny nie są tak „ostre”, skrajne). Co więcej, są one zupełnie dobrowolne, „niewymuszone”. Sprzyja temu oczywiście sama sytuacja, w której respondent ma możliwość zastanowienia się, nie będąc przez nikogo „popędzany” czy też „dopingowany” do szybkiego udzielania odpowiedzi⁶⁷. W wywiadzie natomiast, dość często uzyskane odpowiedzi są doraźnymi reakcjami respondentów zaskoczonych pytaniami dotyczącymi spraw, o których nigdy przedtem mogli nawet nie myśleć. Pojawiać się tutaj mogą zatem pewne zachowania werbalne, bez względu na posiadanie czy nieposiadanie wcześniej uformowanego stanowiska na dany temat, będące

⁶⁶ Zdaniem Galtunga (1967), już sam fakt notowania własnych wypowiedzi pozwala na ocenę ich poprawności w aspekcie wiarygodności.

⁶⁷ Na fakt ten zwraca także uwagę Siemiatycki (1979: 238–245), stwierdzając, że ankieta wypełniana jest generalnie w bardziej swobodnej atmosferze i bez jakiegokolwiek presji i pośpiechu. Pozwala to m.in. na przemyślenie poruszanych problemów.

wynikiem tzw. efektu aprobaty społecznej – *socially desirable response bias* (Hyman 1955: 138). W wywiadzie respondent pozbawiony jest więc możliwości głębszej refleksji i, o ile nie posiada z góry uformowanego stanowiska, mówi to, co „wymyślił tu i teraz”, to, co jest „opinią” sformułowaną *ad hoc*. Tego typu stwierdzenia są zaś z gruntu rzeczy uproszczone, jednostronne, bardziej skrajne. Tak więc, tym, co powodowałoby wskazaną odmienność rozkładów odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie, byłaby, zgodnie z tą hipotezą, odmienność sytuacji komunikacyjnej (por. Gostkowski 1976; Moser, Kalton 1971: 258–260).

Druga z hipotez tłumaczących owo zróżnicowanie pod pewnymi względami zbliżona jest do poprzedniej, jednakże odwołuje się do mechanizmów powstawania opinii. W wywiadzie, jak wspomniano, respondent w obecności ankietera musi zverbalizować swoje stanowisko w danej sprawie. Czyni on to poprzez powtórzenie (a raczej próbę odtworzenia) opinii „gotowej”, tzn. znanej mu, zasłyszanej od innych lub za pośrednictwem środków masowego przekazu (wtedy jednak uzyskuje się raczej informacje dotyczące wiedzy respondenta o tym, jakie są opinie na dany temat, a tej informacji nie można uznać za mówiącą o jego własnych przekonaniach), bądź też, na bieżąco musi ją wytworzyć – uformować swoje stanowisko w danej sprawie. W tym drugim przypadku, sytuacja wywiadu – jak wiemy – nie sprzyja tego typu operacjom i procesom myślowym nie tylko ze względu na brak możliwości głębszej refleksji, ale i samą obecność ankietera. Ankieter jest bowiem osobą zupełnie obcą, która może dodatkowo nie tylko „wymuszać”, ale i „dopingować” respondenta do udzielania szybkich odpowiedzi. Czynniki te mogą w mniejszym lub większym stopniu bezpośrednio oddziaływać na respondenta, ale zawsze pociągają za sobą błąd „indywidualizacji”. Wypowiadane przez respondenta opinie traktuje się bowiem tak, jak gdyby były one tworzone w warunkach „naturalnych”, a nie przez izolowane od innych jednostki, zmuszone do wypowiadania ich niezależnie od swojego środowiska. A przecież ludzie w takich sytuacjach zazwyczaj nie wyrażają nigdy ostatecznej opinii bez zapoznania się z poglądami innych lub zasięgnięcia u nich rady. Opinie powstają w grupach społecznych, do których należą dane jednostki, są funkcją ich działania, ich pochodną, a nie „produktem” odizolowanych od siebie jednostek⁶⁸. W wywiadzie badacz tworzy zatem nienaturalną, „sztuczną”

⁶⁸ Należy tutaj zwrócić uwagę, że tego typu podejście ma bardzo istotne konsekwencje metodologiczne. Jeżeli bowiem przyjmuje się, że dana opinia została uformowana w grupie, nie zaś przez „oderwaną” od niej jednostkę (jest opinią „zbiorową”, nie zaś indywidualną), to nie można rozpatrywać zróżnicowania tych opinii w zależności od cech społeczno-demograficznych jednostki, lecz od cech (charakterystyk) grupy, środowiska, w której one powstały, a w której funkcjonuje respondent. Zwracał na to uwagę Nowak (1965c: 329), mówiąc, iż uwzględnienie kontekstu społecznego, w którym żyją i działają badani jest konieczne do właściwej interpretacji wypowiedzi – same cechy społeczno-demograficzne respondenta bowiem do tego nie wystarczają.

sytuację, w której jednostka, w oderwaniu od grupy, zmuszona jest do uformowania i werbalizacji opinii. W przeciwieństwie do wywiadu, ankieta daje możliwość formułowania opinii w warunkach zbliżonych do naturalnego środowiska społecznego. Respondent ma bowiem sposobność zastanowienia się, zapoznania z poglądami innych ludzi na ten temat, przedyskutowania lub zasięgnięcia rady, w sprawach będących przedmiotem zainteresowania badacza (por. Blumer 1881: 148–153; Gostkowski 1976; Gostkowski, Sztabiński 1990). Powstałe w ten sposób opinie nie są, jak się wydaje, incydentalnymi, lecz trwałymi przekonaniem „zakotwiczonymi społecznie” (a tylko takim towarzyszy poczucie odpowiedzialności za nie). Również i w tym przypadku hipotezę tę potwierdzają uzyskane rezultaty empiryczne. Otóż, jak wspominaliśmy, ogólnie biorąc, opinie uzyskane w ankiecie są, w porównaniu z tymi z wywiadu, bardziej zrównoważone, „stonowane” i mniej jednostronne. Zjawisko to określane mianem „moderacji”, interpretować można jako efekt czy też skutek „naturalizacji” sytuacji badawczej: interakcja między jednostkami, umożliwiająca im wymianę poglądów prowadzi bowiem do konwergencji ich opinii w kierunku średniej wartości sądów indywidualnych (Dillman, Mason 1984; Doise, Moscovici 1973: 114; van Sonsbeck, Stronkhorst 1983).

Trzecia z hipotez, za pomocą której można wyjaśnić owo bardziej pozytywne nastawienie do strajku studenckiego, a jednocześnie bardziej krytyczne w stosunku do władz, wyrażane przez respondentów w wywiadzie, odwołuje się do zjawiska wpływu ankieterskiego⁶⁹. W omawianych badaniach ankieterami byli bowiem studenci IV roku socjologii Uniwersytetu Łódzkiego. Chociaż w trakcie szkolenia wyraźnie było podkreślone, że mają oni występować w roli współpracowników IFiS PAN – nie studentów, można domyślać się, iż „wychodzili” oni poza postulowaną rolę albo też sami badani domyślali się, kim są w rzeczywistości owi „współpracownicy”. Nic więc dziwnego, że respondenci rozmawiając z nimi jako „przedstawicielami” młodzieży, o którą pytano w badaniach, starali się podkreślać swój przychylny do nich stosunek (rzeczywisty lub pozorny – aby nie „urazić” ich) albo też wystąpiła wśród nich (tzn. respondentów) chęć przedstawienia się w lepszym świetle w oczach ankietera – studenta i uzyskania jego aprobaty. Mogła też wystąpić zupełnie odmienna sytuacja: ankieter-student żywił określone pozytywne przekonania z nim związane i oczekiwał, iż badani podzielają je. Oczekiwania te mogły ukierunkować dokonywaną przez niego interpretację wypowiedzi respondentów, a tym samym zniekształcać materiał źródłowy. W pierwszym ze wspo-

⁶⁹ Na fakt samej obecności ankietera oraz jego wpływu na uzyskiwane odpowiedzi wskazują m.in. Seymour Sudman i Norman M. Bradburn (1974). Autorzy ci stawiają hipotezę, że autoprezentacja respondenta jest ważnym czynnikiem determinującym sposób odpowiadania na pytania. W ich opinii, wypełnianie kwestionariusza przez samego respondenta stwarza bardziej prywatną sytuację i nie wymaga bezpośredniego „obnażania się” przed inną, zupełnie obcą osobą. Hipoteza ta stanowi rozwinięcie pewnych idei Charlesa F. Cannela i Floyd J. Fowlera jr. (1963: 250–264).

mnianych przypadków mielibyśmy do czynienia z tzw. efektem ingracji (por. Brzeziński 1978: 136; Lutyńska 1978: 143–173; Sołoma 1970: 136; Sztabiński 1995a), w drugim natomiast ze zjawiskiem tzw. selektywnego słyszenia (Hyman 1955).

Z dotychczasowych rozważań wynika, że odpowiedzi uzyskane w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym praktycznie nie różnią się w przypadku pytań o „fakty”; odmienności występują zaś (i są dość znaczne) w przypadku pytań o „wiedzę” i „opinie”. Na podstawie analiz nie można oczywiście wyciągać daleko idących wniosków i uogólnień dotyczących wiarygodności czy też „tendencji” (bądź jej braku) informacji uzyskiwanych w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym. Co więcej, wydaje się to nawet zbędne. Podobnie, przedstawiając powyżej hipotezy (które nie wykluczają się wzajemnie i nie są oczywiście jedynymi), próbujące wyjaśnić odmienności rezultatów w pytaniach o „opinie”, również nie rozstrzygano, która z nich jest bardziej, a która mniej prawdopodobna. Możliwe, że wszystkie są słuszne – każda z nich odwołuje się bowiem i akcentuje inne, specyficzne cechy tych dwóch sytuacji badawczych. Być może po prostu jest tak, iż ludzie w różnych sytuacjach zajmują różne stanowiska, wygłaszają odmienne, a nawet sprzeczne opinie i sądy, które uznać należy za jednakowo wiarygodne – zgodne z ich wewnętrznym stanem psychicznym. Może to być związane z problemem ambiwalencji postaw, których przedmiotem są sprawy, nad którymi człowiek często się zastanawia, jak i takie, które rzadko stają się powodem głębszej refleksji. W zależności od tego, jakie różne ich aspekty jednostka uświadamia sobie w danej sytuacji oraz, jakiego rodzaju afiliacje wzbudza dany typ kontaktu badawczego, takie wypowiada ona sądy. Równie dobrze ów „dualizm” opinii związany może być z tym, że to samo pytanie postawione w odmiennych sytuacjach może wywoływać rozmaite skojarzenia, jednostka może nadawać mu różne odcienie znaczeniowe, a to z kolei już przesądza o udzielanej odpowiedzi (por. Gostkowski 1966: 337; Słomczyński 1983: 365; Sztabiński 1994). Możliwe zatem, iż w tych dwóch różnych sytuacjach badawczych – ankiecie i wywiadzie, docieramy i badamy dwie różne sfery świadomości: przekonania i spontaniczne reakcje. Musimy jednak pamiętać, że jeśli tak jest, status ontologiczny uzyskiwanych wypowiedzi jest odmienny.

OBSZERNOŚĆ ODPOWIEDZI W ANKIECIE I WYWIADZIE

Na zakończenie rozważań poświęconych ocenie rezultatów informacyjnych procesu komunikowania w ankiecie i wywiadzie warto wziąć pod uwagę jeszcze jeden możliwy aspekt, a mianowicie obszerność „bogactwo” uzyskiwanych informacji. Analizy tej nie traktujemy jako równoważnej z wcześniejszymi,

ponieważ w swojej obecnej postaci budzić może pewne zastrzeżenia natury metodologicznej. Stąd też zilustrowany zostanie on jedynie kilkoma przykładami z badania na temat strajku studenckiego (badanie A).

Analiza ta polega na porównaniu obszerności odpowiedzi uzyskanych w dwóch odmiennych sytuacjach badawczych, tzn. w ankiecie i wywiadzie. Należałoby zasadniczo powiedzieć: obszerności zapisu odpowiedzi czy też obszerności materiałów, które docierają i którymi dysponuje badacz. Powyższe zastrzeżenie nie wynika jedynie z dążenia do maksymalnej precyzji języka, lecz jest bardzo istotne. Wywiad kwestionariuszowy, jak pamiętamy, jest procesem komunikowania „dwuogniowym” – zapisu wypowiedzi respondenta dokonuje bowiem ankieter. W związku z powyższym jest on, wraz z respondentem, „współtwórcą” materiałów. Jego „współudział” jest w pewnym stopniu określony instrukcją zapisu. W zależności od typu pytania, zapotrzebowania badawczego itp. ankieter jest zobowiązany do dokonania zapisu rejestrującego (dosłownego), kategoryzującego lub mieszanego – rejestrująco-kategoryzującego (Lutyński: 1972: 22–23, 54–62; Daniłowicz 1981: 43–55). Dokonanie pełnego zapisu wszystkich wypowiedzi respondenta jest jednak praktycznie niemożliwe, nawet przez najlepiej wyszkolonego i pracującego ankietera (o ile nie posługuje się on stenografią lub nie dokonuje zapisu magnetofonowego). W ten sposób mniejsza lub większa część informacji zawartych w odpowiedzi respondenta ginie – nie dociera do badacza. Cały problem polega oczywiście na tym, ile i które z tych informacji nie docierają do badacza, a więc ogólnie, na ile pośrednictwo ankietera „zubaża” bądź „wzbogaca” wypowiedzi źródłowe, do których badacz nigdy nie dociera (Brzozowska-Ejme, Kawka 1970: 119). Problemy te są o tyle istotne, że bezpośrednio rzutują na wyniki badań, a badacz jest w pełni zdany na uczciwość, dokładność i sumiennosc ankietera⁷⁰. W przypadku wywiadu kwestionariuszowego zatem, informacje źródłowe nigdy nie są tożsame z informacjami zawartymi w materiałach (wypełnionych kwestionariuszach wywiadu), a różnica owa i jej kierunek jest badaczowi praktycznie nie znana. Diametralnie odmienna sytuacja występuje w przypadku techniki ankiety pocztowej. Pierwotny materiał (zapis w kwestionariuszu) jest bowiem przygotowywany nie przez ankietera, lecz samego respondenta. Materiał jest zatem tożsamy ze źródłem informacji. Pisemna odpowiedź respondenta jest jednocześnie materiałem, który dociera i z którego korzysta badacz. Nie wchodzi więc tutaj w grę żadne problemy związane z „zubożeniem” lub „wzbogaceniem” informacji źródłowej.

Analiza, której przedmiotem są owe pierwotne materiały (wypowiedzi respondentów zawarte w kwestionariuszach), będzie prowadzona, jak wspo-

⁷⁰ Tym bardziej, że respondent nie dostaje wypełnionego kwestionariusza do „autoryzacji”. Warto tutaj wspomnieć, że pewną formą „autoryzacji” przez respondenta zapisu jego wypowiedzi dokonanego przez ankietera jest procedura autoweryfikacji (Gostkowski 1976: 279–284; Gostkowski, Sztabiński 1990: 99–141).

mniano, przy użyciu jednego z najprostszych wskaźników, jakim jest średnia długość tekstu (średnia liczba słów na tekst). Wskaźnik ten jest w gruncie rzeczy bardzo mało „wyrafinowany”, choć wymaga stosunkowo dużego nakładu pracy. Przyjmując go, trzeba jednak poczynić pewne modyfikacje. Otóż, obliczając liczbę słów w tekście należałoby nie brać pod uwagę spójników występujących w poszczególnych zdaniach. Wydaje się to o tyle uzasadnione, że Bernstein charakteryzując dwa systemy mowy – „formal language” i „public language” – wskazuje, iż jedną z istotnych cech tego ostatniego jest częste używanie prostych i powtarzających się spójników (Piotrowski, Ziółkowski 1976: 312). W bardzo wielu wypadkach są one w tekście po prostu niepotrzebne, są to powtórzenia i nie wnoszą absolutnie nic nowego, a jedynie powodują zwiększenie jego długości⁷¹. Wyłączając z analizy spójniki ujednociono więc w pewnym stopniu różne wypowiedzi i stworzono szansę, iż teksty wyrażające te same myśli w różnych systemach języka (będące „utrwaleniem” wypowiedzi ustnej respondenta oraz tekstem *sensu stricto*) mogą mieć te same lub zbliżone wartości wskaźnika. Tego typu analiza prowadzona była oczywiście tylko w odniesieniu do pytań otwartych.

W wyniku tak zaprojektowanej analizy obszerności okazało się, że średnia liczba słów na jedną odpowiedź jest zawsze (z wyjątkiem jednego przypadku) wyższa w ankiecie niż wywiadzie. Różnice między średnimi wahają się od 1 do

Tabela 12. Obszerność odpowiedzi na pytania otwarte w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym

Treść pytania		Liczba odpowiedzi	Liczba słów	Średnia liczba słów na 1 odpowiedź
1. W jaki sposób gazety i telewizja informowały o strajku?	ANK	129	1827	14,16
	WYW	93	1285	13,82
2. Dlaczego rodzice studentów powinni byli...?	ANK	221	3601	16,29
	WYW	89	1081	12,15
3. Dlaczego winę za przedłużający się strajk ponosi...?	ANK	225	3355	14,91
	WYW	92	1164	12,65
4. Dlaczego P. stosunek do strajku uległ zmianie?	ANK	29	411	14,17
	WYW	18	261	14,50
5. Jaki był stosunek mieszkańców Łodzi do strajku?	ANK	243	2609	10,74
	WYW	92	984	10,70
6. Dlaczego studenci powinni/ nie powinni ośmieszać Ministra?	ANK	201	2943	14,64
	WYW	82	1086	13,24
Ogółem	ANK	1048	14746	14,07
	WYW	466	5861	12,58

⁷¹ Tego typu „odrzuć” występują praktycznie w każdym tekście – ankieterzy bowiem zapisują je tak, jak gdyby były elementami znaczącymi. W badaniach prowadzonych przez Piotrowskiego i Ziółkowskiego (1976: 404–405) odsetek „odrzuć” wahał się od 3,5 do 7,1% całości tekstu.

4 słów. Tak więc, zapisy odpowiedzi respondentów w ankiecie były zazwyczaj dłuższe niż zapisy w wywiadzie (ankieterów). Należy także zaznaczyć, iż w ankietach stosunkowo częściej pojawiały się teksty obszerniejsze – 60–80-wyrazowe, podczas gdy w wywiadzie maksymalna długość tekstu wynosiła 30–40 słów. Wnioski te ilustruje tabela 12.

Analizując różnice obszerności zapisów w kwestionariuszach ankiet i wywiadów pamiętać należy, że w omawianym badaniu instrukcja nakładała na ankieterów obowiązek dosłownego zapisu odpowiedzi respondenta. Sądzić można, iż różnice na korzyść ankiety byłyby znacznie większe, gdyby postawiono ankieterom, zazwyczaj formułowany, wymóg zapisu streszczającego jedynie wypowiedź respondenta, nie zaś pełnej rejestracji.

Fakt, że zapisy odpowiedzi respondentów w kwestionariuszach wywiadów są krótsze w porównaniu z tymi w ankietach, interpretować można jako efekt braku możliwości pełnej ich rejestracji, bądź/i nieumiejętności, złej pracy ankieterów. Oznacza to, że przyjęć można, iż są one „okrojone” i zubożone w stosunku do tekstów źródłowych, tzn. wypowiedzi respondentów. W ankiecie natomiast, każdy zapis traktować należy jako pełny, tożsamy z wypowiedzią źródłową. Respondent wpisuje wszystko to, co ma do „powiedzenia”, wszystko to, co wydaje mu się istotne i ważne.

Warto może tutaj także zwrócić uwagę na jeszcze jedną sprawę. Otóż, w kwestionariuszach obok pytań otwartych znajdowały się także pytania zamknięte, które sformułowane były w ten sposób, iż po wskazaniu właściwego punktu kafeterii, respondent miał jeszcze możliwość zapisania/wypowiedzenia dodatkowych uwag na dany temat lub rozwinięcia, uzasadnienia swojej wypowiedzi (w wywiadzie ankieterzy mieli obowiązek szczegółowego notowania wszystkich tych uwag). Jeśli weźmiemy pod uwagę liczbę owych „dopowiedzeń” przy pytaniach zamkniętych, okazuje się, iż ich odsetek w wywiadzie jest zawsze (z wyjątkiem jednego przypadku) wyższy niż w ankiecie i waha się w granicach od 3,2% do 35,1% (w ankiecie 2,9–15,0%). Ogólna względna liczba uwag wynosi odpowiednio: 0,2 i 0,1. Oznacza to, że w wywiadzie dodatkowe uwagi przy odpowiedziach na pytania zamknięte pojawiają się dwa razy częściej niż w ankiecie. Biorąc jednak pod uwagę ich obszerność, okazuje się, że ogólna średnia liczba słów na jedną uwagę jest w ankiecie wyższa niż w wywiadzie i wynosi odpowiednio 16,1 i 12,7 słowa (różnice wahają się od 1 do 12 słów). Zaznaczyć także należy, że w ankietach znacznie częściej pojawiają się dłuższe uwagi, liczące 30–40, a nawet 100 słów, podczas, gdy w wywiadach dominowały zapisy znacznie krótsze (10–20 słów). Ogólnie zatem, przy pytaniach zamkniętych, w wywiadach pojawia się stosunkowo więcej uwag (częstotliwość ich występowania jest większa), przy czym są one z reguły krótsze, mniej obszerne niż w ankietach.

Należałoby obecnie zastanowić się, jak wytłumaczyć opisaną sytuację. Dlaczego dodatkowe uwagi do tych pytań pojawiają się częściej w wywiadzie?

Wydaje się, iż duża ich częstotliwość wynika z tego, że ankieterzy notowali wszelkie uwagi respondentów, niezależnie od tego, czy były one wypowiedziane świadomie – z intencją rozszerzenia czy uzasadnienia odpowiedzi, czy też nie (np. w pytaniu „Jak P. uważa, czy ...?” po czym następuje wyliczenie punktów kafeterii, uwaga typu „tak, z tym się zgadzam” praktycznie nie wzbogaca w żaden sposób, nie rozwija udzielonej odpowiedzi). W ankiecie tego typu sytuacja nie pojawia się – respondenci wpisywali uwagi tylko wtedy, gdy rzeczywiście mieli coś do dodania. Są one wzbogaceniem lub uzasadnieniem udzielonej odpowiedzi na pytanie zamknięte. Wnoszą więc one zawsze coś nowego i z tego punktu widzenia są dla badacza bardzo istotne i ważne.

Przedstawione powyżej analizy materiałów prowadzone były na poziomie syntaktyczno-gramatycznym. Gdybyśmy jednak przyjęli tezę, że obszerność tekstu (zapisu) jest wskaźnikiem, wiąże się z jego bogactwem treściowym, uznać należałoby, że wypowiedzi uzyskane za pomocą ankiety pocztowej są bogatsze pod względem treści niż uzyskane w wywiadzie.

CZĘŚĆ 3

Zbieranie informacji za pomocą ankiety pocztowej jako proces komunikowania. Konsekwencje dla praktyki badawczej

*Żadne badanie nie może być lepsze
niż zastosowany w nim kwestionariusz*

P. Lazarsfeld

ROZDZIAŁ 1

Badania empiryczne nad ankietą pocztową

Dotychczasowe rozważania poświęcone ankiecie pocztowej i wywiadowi kwestionariuszowemu podsumować można ogólnym stwierdzeniem, iż zaprezentowany „rachunek korzyści i strat” wynikający z zastosowania tych dwóch procedur nie wydaje się zbyt obciążać ankietę. Co więcej, wartość materiałów uzyskanych za jej pomocą, pod pewnymi względami, jest nawet wyższa niż tych z wywiadu. Stwierdzenie to jest sprzeczne nie tylko z opiniami badaczy empiryków na temat wspomnianych technik, ale także i przekonaniem wielu metodologów (np.: Gostkowski 1968: 57–60; Parten 1950: 72–82; Sellitz, Wrightsman, Cook 1977: 292–293). Ankieta pocztowa powszechnie traktowana jest bowiem jako „surogat” i „nędzna namiastka” wywiadu kwestionariuszowego.

Refleksja nad ankietą jedynie w niewielkim stopniu podważyła tę opinię. Podstawowym celem prowadzonych badań metodologicznych była odpowiedź na pytanie „co zrobić, aby uzyskać jak najwyższy odsetek zwrotów?”¹. Okazało się jednak, iż czynników warunkujących liczbę uzyskiwanych materiałów jest bardzo wiele, przy czym można je podzielić zasadniczo na dwie grupy (por. Słomczyński 1968a: 248–251).

Pierwsza to czynniki leżące „po stronie” badanych jednostek. Chodzi tutaj nie tylko o ich pewne indywidualne cechy społeczne i demograficzne, ale również charakterystyki psychologiczne (poglądy, postawy, określone normy i wzory kulturowe, moralne itd.), powodujące iż niektóre z osób, do których wysłała się kwestionariusze ankiety, wypełniają je i odsyłają, inne natomiast nie. W grupie tej można wyróżnić pięć zasadniczych rodzajów tych czynników:

(a) cechy społeczno-demograficzne badanych: płeć, wiek, wykształcenie, zawód, dochód itd;

¹ W stosunkowo najszerszym zakresie refleksja ta rozwinęła się w Stanach Zjednoczonych. Wiązało się to przede wszystkim z prowadzonymi masowo badaniami o charakterze marketingowym i uwarunkowane było zapotrzebowaniem praktycznym. Badacze rynku zainteresowani byli bowiem możliwością uzyskania jak największej liczby informacji przy jak najniższych kosztach i oczywiście, w stosunkowo krótkim czasie.

(b) stopień zainteresowania problematyką, będącą przedmiotem badania;
 (c) prestiż, jakim wśród badanych osób cieszy się instytucja firmująca badania;

(d) podatność na siłę oddziaływania konkretnego przekazu (kwestionariusza) oraz

(e) stopień zgodności poglądów badanych ze sposobem ujęcia problemów, będących przedmiotem inagacji (Parten 1950: 391)².

Druga grupa czynników wpływających na liczbę zwrotów to stosowane środki techniczne i organizacyjne, mające na celu ukształtowanie optymalnej, z punktu widzenia badacza, sytuacji. Chodzi tutaj m.in. o długość kwestionariusza, jego układ graficzny, forma pytań, zastosowanie listu zapowiedniego, nagród itd.

Pierwsza grupa czynników – indywidualne charakterystyki badanych – stanowią w pewnym sensie „rzeczywistość zastaną”, oddziałują na liczbę zwrotów w sposób niezależny od badacza i nie ma on możliwości ich kształtowania. Natomiast czynniki drugiej grupy (środki techniczne i organizacyjne) są tymi, którymi badacz może manipulować i których efektywność działania jest od niego zależna. Nic więc dziwnego, iż w tej sytuacji cały swój wysiłek badacze poświęcili wskazaniu tych środków techniczno-warsztatowych i organizacyjnych, których zastosowanie zapewniałoby sukces badaniu, tzn. uzyskanie wysokiego odsetka zwrotów. Aktywność i inwencja badaczy w tym zakresie wydaje się rzeczywiście ogromna, jeżeli wziąć pod uwagę, iż tylko w okresie od 1965 r. do 1972 r. w 10 głównych amerykańskich czasopismach socjologicznych ukazało się ponad 200 artykułów, których przedmiotem była analiza czynników powodujących wzrost liczby zwrotów³. Ich autorzy, bazując na wynikach własnych badań empirycznych, oceniali celowość stosowania następujących zabiegów techniczno-warsztatowych (Dillman 1978: 6):

(a) nawiązanie wstępnego kontaktu z badanymi (listowego lub telefonicznego), mającego na celu uzyskanie zgody na udział w badaniach;

(b) drukowanie listów i kwestionariuszy na białym lub kolorowym papierze;

(c) zróżnicowanie charakteru przesyłki (polecona, ekspresowa lub zwykła);

(d) zróżnicowanie rodzaju znaczków (w zależności od nominalów);

(e) załączenie zwrotnie zaadresowanej koperty wraz ze znaczkami;

(f) maksymalne skrócenie długości kwestionariusza;

² Wskazane rodzaje czynników nie wyczerpują, jak się wydaje wszystkich możliwych. Przykładowo, M. Parten nie uwzględnił bardzo istotnego czynnika, jakim są indywidualne doświadczenia (bądź ich brak) związane z ewentualnym uczestnictwem we wcześniejszych badaniach (por. Daniłowicz, Sztabiński: 1992; Nederhof 1987: 425-432).

³ Były to następujące czasopisma: „American Sociological Review”, „Journal of Educational Sociology”, „Journal of Social Psychology”, „Pacific Sociological Review”, „Rural Sociology”, „Social Forces”, „Social Problems”, „Sociological Quarterly”, „Sociological Inquiry” oraz „Sociometry” (za: Dillman 1978: 6).

- (g) atrakcyjność układu graficznego kwestionariusza;
- (h) prestiż oficjalnego sponsora badań;
- (i) personalizacja korespondencji;
- (j) zapewnienie o anonimowości i konfidencjonalności badań;
- (k) charakteru listu wprowadzającego:
 - ogólny ton: nakazujący, stanowczy i zdecydowany – zalecający;
 - zawartość: długi, zawierający obszerne wyjaśnienie – krótki, zwięzły;
 - typ argumentacji: prośba o bezinteresowną pomoc, przysługę – obietnica nagrody, wskazanie społecznej użyteczności badań, udział respondenta w badaniach, jako warunek powodzenia;
- (l) zastosowanie bodźców i nagród:
 - rodzaj bodźców i nagród: pieniężne – rzeczowe (znaczkki firmowe; kupony loterii; nadbitki artykułu omawiającego wyniki badań; artykuły spożywcze, np. kawa; artykuły piśmienne, np. ołówki, długopisy, notatniki);
 - sposób przekazania nagrody: przed badaniem – równocześnie z kwestionariuszem ankiety – po odesłaniu wypełnionego kwestionariusza – zgodnie z wcześniejszą obietnicą;
- (m) zastosowanie monitów pocztowych lub/i telefonicznych;
- (n) liczba i częstotliwość monitów.

Jaki ogólny wniosek można wysunąć na podstawie tych badań? Otóż, wydaje się, iż w stosunku do nakładów, ich rezultaty są znikome. Okazuje się bowiem, iż formułowane przez ich autorów wnioski są sprzeczne. Zastosowanie listu zapowiedniego, w jednych badaniach wpływało pozytywnie, w innych negatywnie – zmniejszając odsetek zwrotów. Podobnie jest w przypadku innych czynników, jak kolor papieru, rodzaj przesyłki, znaczków, długość kwestionariusza, stopień jego formalnej trudności czy też drażliwość problematyki badawczej. Istotne znaczenie wydają się mieć jedynie dwa spośród wspomnianych wyżej, a mianowicie zastosowanie monitów oraz bodźców i nagród pieniężnych (Dillman, Frey 1974: 297–301; Kanuk, Berenson 1975: 451; Nederhof 1983a: 103–111)⁴.

Tak więc, wszelkie dotychczasowe empiryczne próby „doskonalenia” ankiety pocztowej nie przyniosły oczekiwanych rezultatów – wszelkie zabiegi

⁴ Należy tutaj podkreślić, iż w dalszych rozważaniach pomijamy kwestię nagród „rzeczowych” i „pieniężnych”. Bez wątplenia dla części respondentów (ale nie dla wszystkich) jest to najbardziej atrakcyjna forma gratyfikacji, która może „zdopingować” ich do wypełnienia i zwrotu kwestionariuszy. Jednakże w wielu przypadkach nagrody „niematerialne” (np. pozytywna ocena) mogą być równie silnym lub wręcz silniejszym bodźcem do uczestnictwa w badaniach. Wniosek taki formułują Rosenthal i Rosnow (1969: 59–112) na podstawie analizy badań psychologicznych i ankietowych realizowanych w latach 1945–1967 w Stanach Zjednoczonych. Warto także podkreślić, iż w przypadku zastosowania nagród pieniężnych lub rzeczowych bardzo realne wydaje się niebezpieczeństwo, iż respondenci będą udzielali odpowiedzi zgodnych z ich wyobrażeniami o odpowiedziach „akceptowanych” i „pożądanych” przez badacza, nie zaś zgodnych z własnym przekonaniem. W sposób zupełnie nieświadomy, mogą oni bowiem działać według zasady *do ut des*.

techniczno-warsztatowe okazywały się nieadekwatne. Nagromadzona w ich efekcie literatura metodologiczna nie potrafiła dać jednoznacznej odpowiedzi na pytanie o czynniki wzrostu odsetka uzyskiwanych materiałów, pomijając już kwestię ich wartości. W ten sposób „błędne koło” zamknęło się: mimo wysiłków okazywało się, iż ankietę pocztową jest procedurą nieefektywną, w związku z czym, przez badaczy empiryków wykorzystywana jest stosunkowo rzadko; to z kolei (niewielki zakres wykorzystywania) powoduje brak zainteresowania tą techniką ze strony metodologów, co nie sprzyja, rzecz jasna, prowadzeniu badań nad ankietą.

Czy zatem oznacza to, iż ankietę pocztową na zawsze już ma pozostać „ubogim krewnym” wywiadu kwestionariuszowego? Wydaje się, iż pod wieloma względami może ona stanowić „poważną konkurencję” dla wywiadu kwestionariuszowego – wykazały to zresztą zaprezentowane wcześniej analizy. Aby to jednak było możliwe, na procedurę tę spojrzeć należy pod innym kątem. Tego typu „nowe podejście” przedstawił Don A. Dillman (1978). Proponuje, aby proces wysyłania i zwracania kwestionariuszy, a więc proces uzyskiwania materiałów, traktować jako szczególny przypadek wymiany społecznej⁵. Oznacza to, iż jednostka w swoim działaniu nakierowanym ku innym jednostkom oczekuje, iż podejmą one określone zachowania, które będzie niejako „odwzajemnieniem” jej działań. Zakłada się tutaj zatem, iż ludzie podejmują pewne działania ze względu na możliwość osiągnięcia przyszłych nagród (*rewards*). Działanie to pociąga za sobą oczywiście pewne koszty (*costs*), przy czym istotnym motywem ich podjęcia jest przekonanie, iż oczekiwane nagrody, jeśli nie przewyższą, to zrekompensują poniesione koszty⁶. Zachowanie jednostki jest zatem funkcją przewidywanych kosztów podjęcia określonego działania oraz oczekiwanych nagród związanych z jego podjęciem. Opierając się na powyższym stwierdzeniu, Dillman (1978: 12) formułuje wniosek, iż warunkiem efektywności ankiety pocztowej jest minimalizacja kosztów związanych z odpowiadaniem na pytania, przy jednoczesnej maksymalizacji samej nagrody oraz przekonania o jej uzyskaniu. Powyższe stwierdzenie ma kilka bardzo doniosłych implikacji. Otóż, aby w ankiecie pocztowej osiągnąć satysfakcjonujące rezultaty, badacz musi przede wszystkim:

– nagradzać respondenta poprzez: a) ukazanie pozytywnego wyobrażenia o respondencie; b) wyrażane werbalnie uznanie dla respondenta; c) postawienie respondenta w roli eksperta, z którym badacz chce przekonsul-

⁵ Chodzi tutaj o koncepcje wymiany społecznej, które rozwinięte zostały przede wszystkim przez Homansa (1961), Blaua (1964) Thibaut i Kelleya (1959).

⁶ Terminów „nagrody” i „koszty” Dillman (1878: 12) używa w bardzo szerokim sensie. Obejmować mogą one zarówno przedmioty materialne, jak i określonego typu działania, pozytywne doświadczenia itp. Charakter nagród i kosztów jest jedną z istotnych cech odróżniających tę koncepcję od koncepcji wymiany ekonomicznej.

tować pewne problemy; d) proponowanie nagród niematerialnych i materialnych (pieniężne i niepieniężne); e) przygotowanie atrakcyjnego i interesującego kwestionariusza;

– redukować koszty ponoszone przez respondenta poprzez: a) wzbudzenie przekonania, iż wypełnienie kwestionariusza zajmie mu niewiele czasu; b) redukcję fizycznego i psychicznego wysiłku związanego z odpowiadaniem na pytania; c) eliminowanie pytań trudnych i drażliwych; d) eliminowanie wszystkich negatywnych implikacji związanych z poczuciem „konieczności subordynacji”; e) eliminowanie wszystkich bezpośrednich kosztów finansowych;

– utwierdzać wiarę w uzyskanie nagrody poprzez: a) danie wyrazu wysokiej oceny respondenta; b) identyfikację badań z instytucją cieszącą się powszechnym zaufaniem i poważaniem; c) rozszerzenie zakresu wymiany poprzez nadbudowanie innych stosunków wymiany (Dillman 1978: 18).

Drugim istotnym elementem propozycji Dillmana jest sprawa sposobu administrowania badań, a konkretnie, ich szczegółowego zaplanowania oraz realizacji, zgodnie z wcześniejszym planem. Przygotowując badanie przy zastosowaniu ankiety pocztowej należy przede wszystkim:

– szczegółowo określić zadania badawcze, które należy wykonać;
– określić wzajemne związki i powiązania między poszczególnymi zadaniami badawczymi;

– ustalić kolejność realizacji poszczególnych zadań badawczych;
– określić środki, przy których zastosowaniu realizowane będzie każde z zadań (Dillman 1978: 19–20).

Opierając się na przedstwionych powyżej ustaleniach teoretycznych oraz techniczno-organizacyjnych autor ten zaproponował zestaw procedur, nazywanych przez niego „metodą całościową” (*The Total Design Method*), których celem jest podniesienie jakości danych uzyskiwanych w badaniach przy zastosowaniu ankiety pocztowej, a tym samym zmiminalizowanie jej ograniczeń. Zasadnicze cechy „metody całościowej” to:

– zastosowanie listu wprowadzającego o personalnym, osobistym charakterze;

– przygotowanie atrakcyjnego oraz łatwego (pod względem formalnym) kwestionariusza;

– zastosowanie trzech monitów, w ściśle określonych odstępach czasowych: I – po siedmiu dniach od pierwszej przesyłki, II, wraz z nowym egzemplarzem kwestionariusza, po upływie następnych dwóch tygodni oraz III, wraz z kolejnym egzemplarzem kwestionariusza, po upływie czterech tygodni, tzn. po siedmiu tygodniach od pierwszej wysyłki. Monit ten, w odróżnieniu od poprzednich, wysyłany jest przesyłką poleconą (Dillman 1978: 160–190)⁷.

⁷ Zdaniem Dillmana, żaden z elementów tej procedury nie może zostać w badaniach pominięty, gdyż wpływa to negatywnie na pozostałe i osłabia ich wzajemne pozytywne oddziaływanie, zamiast je

Don A. Dillman stosując „metodę całościową” przeprowadził 50 badań z zastosowaniem ankiety pocztowej. Badania te realizowane były w Stanach Zjednoczonych na różnych próbach, dotyczyły różnych tematów, a stosowane w nich kwestionariusze zawierały od 25 do 238 pytań i liczyły od 1 do 26 stron. Średni odsetek zwrotów w tych badaniach wyniósł 74% (najniższy 50%, najwyższy 94%). Jednocześnie okazało się, iż odsetek ten jest nieco niższy w przypadku badań prowadzonych na próbach ze zbiorowości generalnej (średnio 70%) niż w przypadku, gdy badamy określone kategorie społeczno-zawodowe: lekarzy, studentów, nauczycieli itp. (średni odsetek zwrotów 77%)⁸. Zwraca uwagę również fakt, iż nie tylko długość kwestionariusza nie ma większego wpływu na wysokość tego odsetka (optymalna długość, wg Dillmana, to 10–12 stron), ale nawet i poruszana problematyka. W przypadku badań nad tak drażliwymi sprawami, jak samobójstwa, osiąga się relatywnie wysoki odsetek zwrotów – w granicach 65% (Nederhof 1985: 296).

Wyniki uzyskiwane przez Don A. Dillmana, jak i sama „metoda całościowa” wzbudziły duże zainteresowanie, a jednocześnie duże wątpliwości: czy ma ona walor ogólniejszy, czy też w pełni znaleźć może zastosowanie jedynie w warunkach amerykańskich. Otóż wyniki badań prowadzonych przy zastosowaniu „metody całościowej” w innych krajach wskazują, iż procedura ta ma szerszy zasięg stosowalności niż Stany Zjednoczone, ma walor ponadkulturowy. I tak na przykład, w Holandii odsetek zwrotów w badaniach ankietowych przy zastosowaniu „metody całościowej” waha się w granicach 70–78%, a więc jest on porównywalny z wynikami uzyskiwanymi przez Dillmana (de Leeuw, Hox 1987).

wzmacniać (stąd też procedura ta nazwana została „całościową”). Liczne badania dowodzą słuszności tego stwierdzenia. W przypadku pominięcia któregoś z elementów procedury (np. III monitu) lub zmiany jego charakteru, odsetek zwrotów jest znacząco niższy (Dillman 1978: 21; Hox, de Leeuw, Duijx 1984; de Leeuw, Hox 1987).

⁸ Zob. Dillman (1978: 21). Doświadczenia zaprezentowane w części drugiej niniejszej pracy pozostają w sprzeczności z tym stwierdzeniem. O ile bowiem na próbach ogólnych uzyskano odsetek zwrotów ponad 70% (badanie C i D), o tyle w badaniu wśród nauczycieli szkół podstawowych dotyczącym postaw wobec uczniów niepełnosprawnych uzyskano jedynie 54% zwrotów (zob. Libiszowska-Żółtkowska 1994). Być może, spowodowane to było terminem, w którym realizowane było badanie – czerwiec 1994 (koniec roku szkolnego, a dodatkowo, strajk nauczycieli zrzeszonych w ZNP). Warto tutaj jednak wspomnieć, że, zdaniem M. Parten (1950: 95), odsetek zwrotów w badaniach na próbach ogólnych przy zastosowaniu ankiety pocztowej nie przekracza 10–20%.

ROZDZIAŁ 2

Ankieta pocztowa w perspektywie komunikacyjnej. Ustalenia praktyczne

Don A. Dillman, wychodząc od określonych rozstrzygnięć teoretycznych, w myśl których proces uzyskiwania materiałów w ankiecie pocztowej traktuje się jako proces wymiany społecznej, wskazał wynikające z nich konsekwencje dla praktyki badawczej. Czy i jakie implikacje praktyczne wypływają natomiast z przyjęcia perspektywy komunikacyjnej? Odpowiedź na to pytanie można bez wątpienia bardzo uprościć, stwierdzając, iż nie wykraczają one poza wskazane przez Dillmana, ponieważ komunikowanie się nie jest niczym innym jak procesem wymiany komunikatów, a więc szczególnym przypadkiem wymiany społecznej. Taka odpowiedź nie uwzględnia jednak w pełni, jak się wydaje, swoistości owego procesu, tego mianowicie, iż przedmiotem wymiany nie są „rzeczy” lecz „symbole”, a więc nie zadrukowane kartki papieru, a przekazy językowe, dotyczące pewnych stanów świadomości.

Ów „przedmiot wymiany”, który stanowią pisemne przekazy językowe, określa nie tylko charakter interakcji komunikacyjnej, lecz implikuje również konieczność uwzględnienia humanistycznej specyfiki badań socjologicznych, a więc tego, że jej uczestnikami są ludzie. Elementarnym zabiegiem badawczym, a jednocześnie warunkiem jego powodzenia, jest bowiem nawiązanie jakiegoś stosunku społecznego, kontaktu między dwiema przypadkowymi i nieznanymi sobie osobami – badaczem i respondentem – oraz podanie tego ostatniego sformalizowanej procedurze zadawania pytań. Oznacza to, iż badacz poprzez swoje działanie powołuje do życia swoisty rodzaj stosunków społecznych, swoistą rzeczywistość. Sytuacja badawcza jest zatem „sztuczna”, nie tylko dlatego, iż jest celowo kreowana, ale również dlatego, iż dla badanych może ona być anomiczna, nieokreślona, a jednocześnie oderwana od znanych i codziennych sytuacji życiowych. Co więcej, ustanawia ona specyficzną, bo niesymetryczną, relację między uczestnikami interakcji komunikacyjnej (badaczem i badanym), którą określić można mianem „podmiotowo-przedmiotowej”. W praktyce badawczej, ale również i refleksji metodologicznej, respondent traktowany jest bowiem na ogół jako element procesu badawczego, a oczywisty fakt, iż głównie od niego zależy nie tylko wartość informacji, ale

w ogóle możliwość ich uzyskania, jest ignorowany przez badaczy i nie uwzględniany przy konstruowaniu interakcji komunikacyjnej. Nie można więc, jak się wydaje, oczekiwać, iż w tej „sztucznej” i „niesymetrycznej” sytuacji respondenci będą „obojętnym obiektem badania”, a ich zachowania werbalne (wywołane) będą naturalnie i nie modyfikowane przez sam fakt kontaktu badawczego i jego charakter (Gostkowski 1966: 19–20).

Przyjęcie perspektywy komunikacyjnej oznacza zatem dążenie do naturalizacji kontaktu badawczego oraz nadania mu charakteru podmiotowego⁹. Naturalizacja kontaktu zakłada maksymalne zbliżenie sytuacji badawczej do codziennych sytuacji naturalnego środowiska, a w rezultacie – zbliżenie wypowiedzi pojawiających się w badaniach do zachowań werbalnych w warunkach naturalnych. Przyjmuje się bowiem, iż w takim przypadku uzyskuje się wypowiedzi, które można z dużym zaufaniem traktować jako wskaźnik postaw i opinii występujących w realnych sytuacjach życiowych. Problem naturalizacji kontaktu badawczego wiąże się zatem bezpośrednio z zagadnieniem socjologicznej adekwatności procedur i narzędzi badawczych. Najogólniej mówiąc, chodzi o to, czy okoliczności badania są zbliżone do takich sytuacji społecznych, które w ogóle wchodzą w zakres doświadczeń badanych osób. O ile bowiem chce się wnioskować o opiniach, postawach i zachowaniach ludzi, to sytuacja badania nie może być dla nich „nienaturalna” (Gostkowski 1965; 1966: 53–60; 1992; Słomczyński 1968b: 88–89)¹⁰.

Upodmiotowienie kontaktu badawczego oznacza z kolei stworzenie takich warunków, w których wymiana przekazów między badaczem i respondentem byłaby dialogiem równoprawnych partnerów. Chodzi więc o zerwanie z tradycyjnym, przedmiotowym i manipulacyjnym podejściem do badanych i traktowaniem ich jako anonimowych jednostek czy, mówiąc dosadniej, „mechanicznych odpowiadaczy”. Co więcej, chodzi o wywołanie w ich świadomości takiego obrazu relacji badacz–respondent, w którym ten ostatni jest centralną postacią. Stwierdzenie to jest konsekwencją uświadomienia sobie, iż to właśnie on – respondent – dostarcza niepowtarzalnych (bo własnych) informacji na

⁹ Powyższe podejście ma swoje bezpośrednie źródła w idei „humanizacji badań surveyowych”, sformułowanej po raz pierwszy przez Z. Gostkowskiego w roku 1966 i rozwijanej w latach następnym (Gostkowski 1966: 11–66; 1974: 99–113; 1976: 257–287 oraz Gostkowski, Sztabiński 1990: 99–142).

¹⁰ Postulat naturalizacji sytuacji badawczej w niektórych punktach może okazać się sprzeczny z tradycyjną koncepcją sytuacji badawczej jako interakcji dokonującej się wyłącznie między badaczem (ankieterem) i respondentem, bez udziału tzw. osób trzecich (z góry wyklucza się np. możliwość konsultacji z innymi osobami czy możliwość uzyskania od nich pewnego typu informacji). Nie wydaje się celowe rozstrzygnięcie, które ze stanowisk jest słuszne, tym bardziej, iż za każdym z nich można przytoczyć tyle samo argumentów „za i przeciw”. Warto jednak chyba zwrócić uwagę na fakt, iż u podstaw wspomnianej tradycyjnej koncepcji leży założenie, iż jednostka jest w stanie tworzyć i generować swoje opinie na dany temat w „próżni” społecznej, w izolacji od innych jednostek. Założenie to budzi poważne wątpliwości wśród wielu badaczy opinii i niektórych metodologów (por. Goban-Klas 1976b: 5–23; Gostkowski 1976: 281–283).

temat otaczającej go rzeczywistości. To, w jaki sposób ją postrzega, i gdzie się w niej lokuje jest segmentem jego „prywatnej” wiedzy. Jeżeli zatem badacz zamierza do niej dotrzeć, musi przede wszystkim wykazać, jak bardzo mu na niej zależy.

Zerwanie z zadaniowym podejściem do respondenta, usuwającym z pola widzenia problemy jego podmiotowości, wiąże się z zagadnieniem psychologicznej adekwatności pewnych procedur i narzędzi w stosunku do badanych grup (chodzi tu o odpowiedniość stosowanych technik badawczych dla danej zbiorowości, ze względu na emocjonalne i intelektualne właściwości jej członków). Zagadnienie to jest bardzo istotne, albowiem adekwatność narzędzia (w sensie psychologicznym) jest jednym z czynników decydujących o ogólnej jakości i wartości uzyskiwanych informacji (Słomczyński 1968b: 89)¹¹.

Postulat naturalizacji i upodmiotowienia sytuacji badawczej w mniejszym lub większym stopniu dotyczy wszystkich procedur badawczych, a więc także wywiadu kwestionariuszowego i ankiety pocztowej. Oznacza to, iż poszczególne procedury już same w sobie, ze względu na swoje immanentne cechy, mogą być mniej lub bardziej „naturalne” i zakładać „podmiotowość” badanych. Wydawać by się mogło, iż wywiad, ze względu na obecność ankietera oraz fakt, iż wymiana informacji symulować ma rozmowę dwojga ludzi, jest techniką znacznie przewyższającą w tym względzie ankietę pocztową. Jednakże w sytuacji ankiety, właśnie nieobecność ankietera zapewnia respondentowi nieporównywalnie większą swobodę zachowań wobec badacza: może on przyjąć bądź odrzucić proponowaną mu rolę bez konieczności uzasadniania motywów swojej decyzji. Ankieta wolna jest również w znacznym stopniu od innego rodzaju deformacji: odpowiada na nią bowiem nie tylko ten, kto chce, ale, co więcej, może odpowiadać tylko na wybrane przez siebie pytania. Poza tym, w ankiecie respondent nie traci „kontroli” nad swoimi wypowiedziami – to, co napisał, jest, jak była mowa, tożsame z tym, co zamierzał przekazać badaczowi (w wywiadzie natomiast nie wie on, czy i na ile zapis dokonany przez ankietera jest zgodny z jego wypowiedziami). I wreszcie, technika ta w pewnym stopniu przeciwdziała krótkotrwałości kontaktu badawczego. Interakcja między bada-

¹¹ Zarysowane powyżej idee „naturalizacji” i „upodmiotowienia” odnieść należy, jak się wydaje, nie tylko do etapu uzyskiwania informacji, ale całego procesu badawczego, a więc i fazy opracowania danych. W tym przypadku sprowadzić je można do próby całościowego spojrzenia na respondenta funkcjonującego w określonej roli, nie zaś traktowanie go jako izolowanej jednostki, będącej prostą „sumą” cech społeczno-demograficznych. To samo dotyczy wypowiedzi na dany temat, które nie mogą być traktowane jako bezpośrednie reakcje na bodziec, lecz stanowią pewne całości dotyczące danego problemu, za którymi kryje się „żywy człowiek”. Wypowiedzi te są również, o czym należy pamiętać, zakotwiczone społecznie, nie są wytworem indywidualnym, lecz powstają w interakcji między jednostkami funkcjonującymi w szerszym otoczeniu i wzajemnie powiązanych siecią różnego typu kontaktów. Nie musi to być równoznaczne z rezygnacją z ujęcia typu „ilościowego”, ale wyjściem poza ten typ opracowania i uwzględnieniem elementów „miękkiego” stylu uprawiania socjologii (por. Siciński 1980: 27–31; Nowak 1965c).

czem i respondentem „rozciągnięta” jest w czasie – respondent nie musi udzielać odpowiedzi na ankietę w momencie jej otrzymania, może zrobić to w wolnej chwili – a sam kontakt między nimi także jest wielokrotny (poprzez monity i podziękowania). Co więcej, respondent ma możliwość „oswojenia się” z ankietą, co również nie pozostaje bez wpływu na „naturalizację” sytuacji badawczej¹². Ogólnie można powiedzieć, że ankieta daje respondentowi poczucie dobrowolności i niewymuszonego uczestnictwa w procesie badawczym, sprawia też, że w większym stopniu mogą oni zachować poczucie własnej indywidualności i prywatności (por. Daniłowicz, Sztabiński 1990).

PRZYGOTOWANIE NARZĘDZIA BADAWCZEGO DO ANKIETY POCZTOWEJ

Przyjęcie perspektywy komunikacyjnej oznacza w praktyce zogniskowanie się nie na procedurze, lecz na respondencie – partnerze dialogu, nie zaś elemencie procesu badawczego. Punktem wyjścia wszelkich prezentowanych poniżej propozycji są zatem nie tyle określone problemy warsztatowe, sprawy techniczne, ile sam proces wzajemnego komunikowania i jego uczestnicy. Owe propozycje muszą, siłą rzeczy, odnosić się do zagadnień czysto proceduralnych, jednakże nie wyczerpują się i nie sprowadzają wyłącznie do nich – sformułowane zostały bowiem pod kątem potencjalnego respondenta.

Podstawowe zabiegi przeciwdziałające „sztuczności” sytuacji badawczej i „uprzedmiotowieniu” respondenta to przede wszystkim zerwanie z bezosobowością i anonimowością kontaktu, jego „rozciągnięcie w czasie”, „dowartościowanie” partnera dialogu oraz przywrócenie „symetryczności” relacji badacz–badany. Możliwości oddziaływania w tym zakresie, a właściwie kształtowanie sytuacji komunikacyjnej są, wbrew pozorom, znacznie większe niż się powszechnie uważa¹³. Ograniczone są jedynie środki, za pośrednictwem któ-

¹² Możliwość wcześniejszego zapoznania się z kwestionariuszem pozwala, jak się wydaje, na dokładne przemyślenie odpowiedzi na pytania, umożliwia zastanowienie się nad problemami, których dotyczą pytania, a nie „strzelanie w ciemno” (por. Gostkowski 1976: 283–284; Gostkowski, Sztabiński 1990: 131–132).

¹³ Należy zaznaczyć, iż niektóre z przykładowo wskazanych zabiegów metodycznych sprzyjają „naturalizacji” sytuacji badania (np. nieanonimowość, osobowy charakter kontaktu), inne zaś (np. dowartościowanie) nadają interogacji charakter partnerski. Celowo nie wprowadzono jednakże „podziału” zabiegów ze względu na oczekiwany efekt, ponieważ nie można założyć, iż zachowanie respondenta jest reakcją na określone aspekty, nie zaś reakcją na całość zastosowanej procedury. Zachowanie respondenta (a więc np. decyzja o wypełnieniu kwestionariusza bądź nie) uwarunkowana jest bowiem przez całościową, subiektywną ocenę narzędzia i samych badań, a nie oceną jednego czynnika, np. personalnego charakteru listu, wielkości czy wyglądu kwestionariusza. Respondent postrzega badanie przez wszystkie elementy łącznie. Każdy element procedury składa się na ten „obraz” i w związku z tym powinien być tak przygotowany, aby wywoływał jak najbardziej

rych badacz może to czynić: sprowadzają się one bowiem zasadniczo jedynie do oddziaływania za pośrednictwem narzędzia badawczego.

Stosowane w ankiecie pocztowej narzędzie badawcze obejmuje nie tylko kwestionariusz, lecz wiele elementów, z których każdy jest pisemnym przekazem (składającym się z poszczególnych komunikatów) w całym ich ciągu, nadawanych periodycznie przez badacza¹⁴. Na ów „ciąg” składają się następujące przekazy:

1. List zapowiedni, informujący respondenta o zamiarze podjęcia badań, ich tematyce i celu oraz przybliżonym terminie realizacji.

2. Przekaz zasadniczy, zawierający:

– list wprowadzający, w którym wyjaśniona zostaje, m.in. tematyka badań, ich cel oraz przedmiot, a także określony zostaje termin zwrotu wypełnionego kwestionariusza;

– kwestionariusz ankiety, tzn. pisemny formularz, w którym znajdują się pytania i w którym pozostawione jest miejsce na zapis odpowiedzi respondenta (często w formie gotowych wariantów, spośród których należy wybrać właściwy);

– instrukcję ogólną (odnoszącą się do całego kwestionariusza, zamieszczoną w kwestionariuszu bądź w liście wprowadzającym) i szczegółowe (odnoszące się i zamieszczone przy poszczególnych pytaniach lub ich blokach), będące zespołem wskazówek, dyrektyw i objaśnień skierowanych do respondenta, w jaki sposób winien on wypełniać kwestionariusz. Celem instrukcji jest zatem takie ukierunkowanie procesu wzajemnego komunikowania w różnych fazach, aby jego przebieg był prawidłowy;

– materiały pomocnicze (np. fotografie, wycinki artykułów, rysunki, planse itp.) integralnie związane z problematyką poruszaną w pytaniach. Są to materiały, z którymi respondent winien zapoznać się przed udzieleniem odpowiedzi na dane pytanie;

– materiały dodatkowe, tzn. różnego typu materiały piśmienne (ołówki, mazaki, długopisy itp., mogące pełnić równocześnie funkcję „nagród rzeczowych”) oraz ewentualne nagrody (np. losy na loterię, znaczki pamiątkowe itp.);

– zwrotnie zaadresowane koperty wraz z naklejonym znaczkiem pocztowym.

3. Listy ponaglające (monity), zawierające kolejne prośby o wypełnienie kwestionariusza ankiety, a także określające termin jego zwrotu. Zazwyczaj stosuje się od jednego do trzech monitów, aczkolwiek w niektórych badaniach wysyła się cztery, a nawet więcej.

pozytywne wyobrażenie o całości. W związku z tym sztuczne i wątpliwe wydawało się przypisywanie jednemu wybranemu czynnikowi określonych efektów.

¹⁴ Wyróżnić tutaj bowiem można niejako trzy poziomy: a) komunikat, który występuje w kontekście innych komunikatów (np. poszczególne zdania listu wprowadzającego); b) przekaz, który zostaje utworzony przez sumę pojedynczych komunikatów (np. list wprowadzający); c) ciąg nadawanych periodycznie przekazów, np. list wprowadzający, monit I, monit II (zob. Lalewicz 1975: 136).

4. Podziękowanie za udział w badaniach, do którego dołączona może zostać także gratyfikacja¹⁵.

Jak zatem należy przygotować i zastosować owo narzędzie, aby kreowana za jego pośrednictwem sytuacja komunikacyjna nie była „anaturalna” i nie przybrała charakteru przedmiotowego, a przeciwnie, aby całe przedsięwzięcie badawcze zostało „uwieńczone sukcesem”? Na powyższe pytanie nie można udzielić jednoznacznej odpowiedzi, ponieważ musiałaby ona stanowić „przepis” bądź swoistą „receptę” na ankietę pocztową. Przygotowanie zaś tego typu gotowego wzoru, niezależnie od problematyki badawczej, badanej zbiorowości, celu badań i wielu innych czynników, jest niemożliwe. Jedyne co można uczynić, to przedstawić pewne propozycje, idee i przykłady odnoszące się do spraw bardziej lub mniej ogólnych, a czasami zagadnień formalnych i technicznych (których nie należy jednak uznawać za drugorzędne i nieistotne, ponieważ mogą one decydować o powodzeniu lub niepowodzeniu badań). Dopiero owe propozycje, idee i przykłady stać się mogą podstawą przyjęcia konkretnych rozwiązań i rozstrzygnięć.

List zapowiedni

Pierwszym elementem narzędzia badawczego, w odniesieniu do którego przedstawione zostaną pewne propozycje, jest list zapowiedni, bezpośrednio poprzedzający przesyłkę zawierającą kwestionariusz ankiety. Pełni on w zasadzie funkcję analogiczną do listu zapowiedniego w przypadku badań z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego, przy czym pozwala dodatkowo zorientować się co do aktualności poszczególnych adresów. Może on również służyć uzyskaniu wstępnej zgody na uczestnictwo w badaniach. W tym celu należy załączyć do niego Kartę pocztową (zwrotnie zaadresowaną, z naklejonym znaczkiem), na której napisane jest imię, nazwisko oraz dokładny adres respondenta (ewentualnie jego numer ewidencyjny). Zwrot Karty przez badanego jest równoznaczny z wyrażeniem przez niego zgody na udział w badaniach. Aby uniknąć nieporozumień można wysłać respondentowi dwie Karty: potwierdzającą chęć wzięcia udziału w badaniach i informującą o jego rezygnacji. W zależności od swej decyzji, respondent wysła jedną bądź drugą Kartę. Przykładowo Karty takie wyglądać mogą w następujący sposób¹⁶:

¹⁵ Prezentowane ujęcie, traktujące narzędzie badawcze jako cały zespół materiałów przygotowanych przez badacza, różni się nieco od niektórych ujęć podręcznikowych (por. np.: Lutyński 1978; 1979). Wydaje się ono jednak uzasadnione z tego względu, iż akt badawczy nie może zostać sprowadzony do jednego czy nawet kilku aktów interrogacji. Stanowi on bowiem całokształt interakcji badacza z badanym, dokonującej się na bazie i w związku z określonym kwestionariuszem, nie zaś pojedynczym pytaniem. Powyższe stanowisko jest konsekwencją przyjęcia scharakteryzowanego na początku deskryptywnego rozumienia pojęcia. Podobne ujęcie, aczkolwiek w odniesieniu do wywiadu kwestionariuszowego przyjmuje K. Lutyńska (1984: 125–127).

¹⁶ Powyższe Karty stosowane były przez jeden z francuskich magazynów mody i dotyczyły zamówień na katalogi.

Karta pocztowa informująca o decyzji pozytywnej oraz karta pocztowa informująca o decyzji negatywnej

3 SUISSES
59076 ROUBAIX CEDEX 2

OUI

*je désire recevoir
votre nouveau
catalogue
printemps-été 84
et je joins
ma commande.*

245

contenu de l'enveloppe :
commande
courrier
demande de catalogue
bon concours seul

affranchir
au tarif
lettre
urgente

3 SUISSES
SERVICE COMMANDES
59076 ROUBAIX CEDEX 2

3 SUISSES
59076 ROUBAIX CEDEX 2

NON

*je ne veux plus
recevoir
votre
gros catalogue.*

245

contenu de l'enveloppe :
commande
courrier
demande de catalogue
bon concours seul

affranchir
au tarif
lettre
urgente

3 SUISSES
SERVICE FICHER
59076 ROUBAIX CEDEX 2

Należy jednak zaznaczyć, iż w praktyce list zapowiedni bywa rzadko stosowany i to z dwóch względów. Po pierwsze, przedłuża on okres realizacji badań o około 10 dni – tyle trwa bowiem dotarcie listu do adresata, zwrot karty pocztowej oraz ich ewidencjonowanie. Po drugie, podnosi koszt badań ze względu na konieczność drukowania listów, zakupu kopert, kart pocztowych oraz znaczków (na listy oraz karty). Jednocześnie jego zastosowanie w celu uzyskania zgody na udział w badaniach przyczynia się jedynie do pewnej, niewielkiej zresztą, oszczędności kwestionariuszy, nie eliminuje jednak konieczności stosowania listu wprowadzającego, który w tej sytuacji, w pewnym przynajmniej zakresie, jest jego powtórzeniem. W grę wchodzi tutaj jeszcze jeden istotny czynnik o charakterze psychologicznym. Chodzi mianowicie o to, że w momencie otrzymania listu potencjalny respondent musi podjąć decyzję niejako „w ciemno”. Znacznie łatwiej jest ją podjąć, gdy dysponujemy większą liczbą informacji na temat badań, tzn. gdy mamy przed sobą konkretny kwestionariusz, gdy wiemy jakich spraw dotyczą pytania itd. W efekcie list zapowiedni (wraz z kartą), może spowodować eliminację z próby pewnej liczby respondentów, którzy być może wypełniliby kwestionariusz ankiety, gdyby mogli się z nim zapoznać¹⁷.

Tak więc, w sumie więcej przemawia „przeciw” stosowaniu listu zapowiedniego niż „za”. W dalszej części rozważań ten element narzędzia badawczego zostanie zatem pominięty. Warto może jedynie zaznaczyć, że funkcję analogiczną do listu zapowiedniego, pełnić mogą anonsy w środkach masowego przekazu, a więc artykuły zamieszczone w prasie, audycje radiowe lub telewizyjne, informujące o badaniu i przygotowujące do niego. Ich efekty, jak się wydaje, mogą być jednak różne, w zależności od ogólnej sytuacji społeczno-politycznej, w jakiej prowadzone jest badanie (Lutyńska 1984: 161–162).

List wprowadzający

List wprowadzający, w przeciwieństwie do listu zapowiedniego, jest koniecznym i niezwykle istotnym elementem narzędzia badawczego. W znacznym stopniu decyduje on bowiem o wypełnieniu bądź niewypełnieniu kwestionariusza. Przekaz ten, mający na celu uzyskanie zgody na kooperację, winien nie tylko odpowiadać, ale i uprzedzać pytania i wątpliwości, które mogą się pojawić wśród respondentów. Musi zatem wyjaśniać co to jest za ankieta i przez kogo wysłana, czego się żąda od respondenta i w jakim celu, dlaczego właśnie on został wybrany do próby oraz dlaczego powinien on zgodzić się na wypełnienie ankiety. Dodatkowo list ten powinien także przekonać responden-

¹⁷ Pozytywny efekt związany z wysłaniem karty pocztowej i uzyskaniem informacji na temat udziału respondenta w badaniu można ewentualnie osiągnąć, dołączając ją do listu wprowadzającego i kwestionariusza.

ta o celowości i użyteczności badania, wadze i znaczeniu jego odpowiedzi oraz konfidencjonalnym charakterze badań (Dillman 1978: 165–171; Lutyńska 1984: 158; Mann 1968: 126–135).

Aby list wprowadzający mógł spełnić to zadanie musi zawierać następujące informacje:

1. Pełna nazwa zleceniodawcy badań (sponsora) wraz z adresem, numerami telefonów, „logo” instytucji oraz nazwisko, stopień naukowy i funkcję – stanowisko autora (kierownika) badań. Należy tutaj podkreślić, że informacje zawarte w nagłówku (lub winiecie) listu są istotne przynajmniej z dwóch względów. Po pierwsze, respondent ma możliwość natychmiastowego zorientowania się „kto i skąd” skierował do niego przesyłkę, co może mieć bardzo duży wpływ na odsetek zwrotów (chodzi o tzw. efekt sponsora). Przy czym, praktycznie niemożliwe jest jednoznaczne stwierdzenie, jakiego typu instytucje pełnić mogą rolę „idealnego” sponsora. Wydaje się, że w badaniach na próbach generalnych pozytywny „efekt sponsora” można osiągnąć w przypadku instytucji o charakterze naukowym, np. akademii nauk, uniwersytet. Zasadniczo natomiast sponsorem nie powinna być instytucja o charakterze politycznym lub kojarząca się z określoną partią. W przypadku prób jednorodnych zawodowo, pozytywny efekt może przynieść firmowanie badań przez odpowiednie stowarzyszenie zawodowe, np. wśród inżynierów – przez Naczelną Organizację Techniczną, wśród ekonomistów – Polskie Towarzystwo Ekonomiczne (por. Jones 1979: 102–111). Mówiąc o sponsorze badań wyraźnie należy podkreślić, iż nie wystarczy zamieszczenie samej nazwy instytucji – bezwzględnie należy także podać jej adres oraz numer telefonu. Chodzi tutaj m.in. o pełną „identyfikowalność” sponsora oraz „dyspozycyjność” badacza, o czym będzie mowa w dalszej części.

Po drugie, zamieszczenie w nagłówku listu nazwiska, stopnia naukowego oraz funkcji (lub stanowiska) autora badań jest również bardzo ważne, ponieważ w ten sposób przełamana zostaje bariera „jednostronnej bezimienności” czy anonimowości badacza. W większości badań, anonimowość badani łączy bowiem, wbrew pozorom, zwykle nie ze swoją osobą (jako że badacz dysponuje jego podstawowymi danymi), lecz z osobą badacza. Na ogół list wprowadzający formułowany jest bezosobowo: to instytucja, której nazwa jest zazwyczaj respondentowi zupełnie obca, nie badacz – konkretny człowiek – zwraca się do respondenta. Aby przełamać tę tradycję, należy stosować zasadę, iż to określona osoba – badacz przedstawiający się z nazwiska i imienia oraz pełnionej funkcji – zwraca się do respondenta z konkretnym problemem. Pełna „identyfikowalność” badacza jest bez wątpienia czynnikiem „naturalizującym” dialog, a także wydaje się niezbędną, biorąc pod uwagę „trwanie w czasie” procesu badawczego.

Sprawą czysto techniczną, choć bez wątpienia bardzo istotną, jest odpowiednie zróżnicowanie kroju i grubości czcionek w nagłówku listu. Zabieg

ten przyczynia się do graficznej przejrzystości tekstu, sprzyja też lepszej „identyfikacji” sponsora. Poniżej zamieszczamy nagłówek listu wprowadzającego do badania „Aktualne sprawy kraju”, który spełnia wyżej wskazane „wymogi”.

Nagłówek listu wprowadzającego

POLSKA AKADEMIA NAUK

INSTYTUT FILOZOFII I SOCJOLOGII

Zakład Metodologii i Badań Socjologicznych

90-207 Łódź, ul. Rewolucji 1905 roku 20

Tel.: 33-18-38 lub 33-49-10

Kierownik Badań: doc. dr hab. Kazimierz Słomczyński

Kierownik Grupy Badawczej: dr hab. Henryk Domański

2. Data przygotowania listu wprowadzającego. Określa ona moment inicjacji interakcji między badaczem a respondentem. W niektórych późniejszych przekazach istnieje konieczność odwołania się do niej i z tego względu jest bardzo istotna. Rzeczą oczywistą jest, że data ta winna odpowiadać terminowi wysyłki kwestionariuszy.

3. „Logo” badań. Podobnie jak winieta, funkcje „identyfikacyjne” w odniesieniu do konkretnego badania pełni jego „logo”. Konieczność jego zamieszczenia wiąże się ze wzrostem liczby prowadzonych badań: zdarzyć się może bowiem, że ta sama osoba wylosowana może zostać do dwu różnych badań. Jeśli nawet prowadzone są one przez dwie różne instytucje, „logo” bez wątplenia ułatwi respondentowi ich identyfikację. Logo musi być tematycznie związane z badaniem, jednakże neutralne (mogą to być proste symbole graficzne). Jednocześnie winno ono stymulować zainteresowanie badaniem i zachęcać do wypełnienia kwestionariusza. Jeśli zamieszczamy w liście także „logo” sponsora, „logo” badania winno znajdować się po przeciwnej stronie, a więc w prawym górnym rogu¹⁸.

4. Adresat listu. Optymalnym rozwiązaniem, ze względu na efekt personalizacji, jest zamieszczenie na każdym liście imienia, nazwiska i adresu respondenta. Jest ono jednak dość kosztowne i czasochłonne. Stąd też, można ograniczyć się do uproszczonej formy adresu listu, poprzestając na zwrocie „Szanowny Panie” lub „Szanowna Pani”. Przyjęcie tej formy zwracania się do respondentów implikuje konieczność przygotowania listu wprowadzającego

¹⁸ Logo zastosował Paweł B. Sztabiński w swoim badaniu „Co myślimy o ankietach”. Było to konieczne, ponieważ, jak wspominaliśmy, badania te realizowane były na podpróbie z badań PGSS '94 i istniała obawa, iż respondentom „pomyłają się” poszczególne badania (jak już wspominaliśmy, był to czwarty z kolei kontakt badawczy z tymi osobami).

w dwóch równoważnych treściowo wersjach: dla kobiet i dla mężczyzn (oznacza to rezygnację z tradycyjnej „łącznej”, bezosobowej formy zwracania się do respondentów). Dzięki tego typu „wersyjności” można osiągnąć, jak się wydaje, kilka celów. Po pierwsze, przekaz z dostosowanymi do respondentów formami językowymi nabiera naturalnego i bardziej personalnego charakteru – nie przypomina urzędowego, zestandaryzowanego formularza. Poza tym, adresując kopertę (w której przesyłamy list) na nazwisko, np. „Pani X”, oczywiście wydaje się, że w nagłówku tego listu winniśmy zwracać się do niej „Szanowna Pani”, nie zaś „Szanowny Panie, Szanowna Pani” lub „Szanowna(y) Pani(e)”¹⁹. Po drugie, „wersyjność” listu w dużym stopniu ułatwia respondentom nie tylko samą lekturę przekazu, ale i jego zrozumienie. W przypadku ankiety, ze względu na zróżnicowanie poziomów wykształcenia potencjalnych respondentów, może mieć to ogromne znaczenie. Aby przekonać się o tym, wystarczy porównać dwa poniższe fragmenty zdania:

„ (...) prosimy, aby ankietę tę wypełnił(a) Pan(i) osobiście, włożył(a) do zaadresowanej koperty, zakleił(a) i wysłał(a)” oraz

„ (...) prosimy, aby ankietę tę wypełniła Pani osobiście, włożyła do zaadresowanej koperty, zakleiła i wysłała”.

Zastosowanie „wersyjności” listu jest nie tylko zabiegiem „naturalizującym” dialog, lecz także przyczyniającym się do minimalizacji wysiłku związanego z lekturą przekazu, a więc, w myśl zaleceń Dillmana, do „minimalizacji kosztów” ponoszonych przez respondenta.

5. Przedmiot i cel badań. W pierwszym paragrafie listu należy wyraźnie określić kto – jaka instytucja – prowadzi badania, wyjaśnić czego one dotyczą i przekonać respondenta, że są one bardzo ważne, użyteczne i potrzebne (rzeczą oczywistą wydaje się, że precyzując problematykę, przedmiot i cel badań należy unikać określeń „fachowych” typu: survey, kwestionariusz, hipotezy, próba itp.). Należy zatem napisać respondentom, jaki jest temat badania i o czym one są (najlepiej, aby określenie przedmiotu badania korespondowało z pierwszymi pytaniami zawartymi w kwestionariuszu), a dopiero potem, jak może ono służyć potrzebom ludzi. Niewskazane wydaje się odwoływanie do „naukowej użyteczności” badań, lecz ich „użyteczności społecznej”, tzn. użyteczności dla określonych grup społecznych, z którymi praktycznie wszyscy mogą się identyfikować: np. mieszkańcy miast lub wsi, regionu (por. Staszyńska 1985: 56–62; Sztabiński 1995c). W przypadku badań na próbach generalnych nie należy mówić o użyteczności badań dla jakiegokolwiek grupy kojarzonej z określoną orientacją polityczną, partią lub stronnictwem. W ten bowiem sposób

¹⁹ Warto podkreślić, że owa podwójna forma zwracania się niesłusznie chyba jest przez niektórych badaczy traktowana jako przejaw, a zarazem dowód „anonimowości” badań.

mogłaby dokonać się automatyczna selekcja wśród respondentów na jej zwolenników i przeciwników (wspominaliśmy o tym, mówiąc o „efekcie sponsora”).

Spoleczną użyteczność badania można argumentować w bardzo różny sposób i można ją znaleźć nawet dla badań naukowych. Przykładowo, przytoczę tutaj, za Dillmanem (1978: 168) fragment listu wprowadzającego do badań poświęconych rodzinie („Family Roles – Study of General Public”):

„ (...) Ostatnio bardzo dużo mówi się o roli rodziny i jej przemianach. Z pewnością rodzina zmienia się, ale nie wiadomo jak szybko, w jakim kierunku idą te przemiany, a co więcej, czy są one pożądane. Nie wiadomo bowiem, czy obydwójce małżonkowie powinni pracować poza domem, czy też nie?; czy i jak powinni się dzielić obowiązkami domowymi?; czy wyspecjalizowane instytucje powinny współpracować z rodzinami, przejmując od nich część funkcji, czy nie? Wiedza o tym, co ludzie myślą na temat odpowiedzialności męża i żony oraz jaka może być rodzina w przyszłości, jest dla nas wszystkich bardzo ważna. Ważne jest to również dla prawników, nauczycieli i władz, aby mogli oni podejmować odpowiednie decyzje w sprawach pomocy i opieki życia rodzinnego”.

6. Badana zbiorowość i uczestnictwo respondenta w badaniach. Drugi ustęp listu powinien wyjaśniać respondentowi, dlaczego z prośbą o wypełnienie kwestionariusza, zwracamy się właśnie do niego oraz przekonać go o wadze i znaczeniu jego wypowiedzi. Chodzi tutaj zatem o dwie rzeczy: po pierwsze, wskazanie respondentom zasad doboru próby (np. dobór losowy) oraz określenie jej charakteru (np. próba ogólnopolska, próba dorosłych mieszkańców miast); po drugie, przekonanie respondenta, iż to właśnie jego osobista opinia (nie zaś jakiejś innej osoby) jest dla nas ważna, a wypełnienie przez niego kwestionariusza i jego zwrot – warunkiem powodzenia całych badań. Zabiegi te mają na celu nie tylko zapewnienie reprezentatywności zwrotów (oczywiście na tyle, na ile jest to możliwe w ankiecie pocztowej), ale również i „dowartościowanie” respondenta (jest to nie tylko element „upodmiotowienia”, ale i „nagroda” w rozumieniu Dillmana). Efekt ten uzyskać można m.in. poprzez akcentowanie indywidualności, niepowtarzalności opinii respondenta oraz ich znaczenia. Zwrócić należy tutaj też specjalną uwagę na to, że tylko dzięki udziałowi respondenta zaprojektowane przedsięwzięcie ma szanse powodzenia. Wydaje się, że tekst spełniający powyższe wymogi może brzmieć następująco²⁰:

„ (...) Ankieta została wysłana do małej, ale losowo dobranej grupy osób: ze spisu wszystkich mieszkańców Łodzi wylosowano bowiem jedynie 1000 na-

²⁰ W powyższej propozycji wykorzystano m.in. pewne sformułowania zawarte w listach wprowadzających zastosowanych w badaniu Kazimierza M. Słomczyńskiego i Henryka Domańskiego „Aktualne sprawy kraju” oraz Pawła B. Sztabińskiego „Współzycie między ludźmi” (badanie to realizowane było w 1988 r. przy zastosowaniu techniki ankiety roznoszonej).

zwisk. Wśród nich znalazło się również i Pana nazwisko. Jest Pan więc jedną z nielicznych osób – mieszkańców naszego miasta – które mają możliwość wyrażenia swoich opinii na ten temat.

Nad przygotowaniem tych badań pracowałem bardzo długo i chciałbym, aby uzyskane wypowiedzi trafnie odzwierciedlały rzeczywiste opinie i poglądy wszystkich mieszkańców Łodzi. Dlatego tak ważne jest, aby każda osoba, do której wysłałem ankietę, wzięła udział w badaniach. Proszę zatem, aby osobiście wypełnił Pan załączoną ankietę, włożył do zaadresowanej koperty, zakleił i wysłał. Bardzo zależy mi na zwrocie ankiety jak najszybciej, najlepiej w ciągu kilku dni.

Zwracając się do Pana jestem przekonany, że przychylił się Pan do mojej prośby, samodzielnie wypełniając ankietę i szczerze odpowiadając na pytania. Ma to naprawdę bardzo duże znaczenie dla powodzenia badań”.

7. Poufność wypowiedzi. W kolejnym, trzecim paragrafie listu należy wyjaśnić respondentowi, że jego wypowiedzi zawarte w kwestionariuszu ankiety traktowane będą jako poufne – nie zostaną ujawnione nikomu postronnemu – i opracowywane będą zbiorczo, statystycznie. Bardzo ważne jest tutaj to, aby nie mówić o „anonimowości badań”, albowiem, jak wspomniano, owa anonimowość kojarzona może być co najwyżej z osobą badacza, nie zaś respondenta.

Zapewnienie o konfidencjonalności lub poufności nie wydaje się sprzeczne z dążeniem i możliwością identyfikacji poszczególnych kwestionariuszy. Dążenie to może mieć różne źródła, aczkolwiek najczęściej wynika ono, z jednej strony, z chęci obniżenia kosztów badania, z drugiej zaś – aby nie „zanudzić” respondentów. W obydwóch przypadkach chodzi o oddzielenie grupy respondentów od nierespondentów i wysłanie monitów tylko do tej drugiej grupy badanych²¹. Możliwość tę stwarza procedura jawnego nadawania numerów identyfikacyjnych wysyłanym kwestionariuszom lub „ukrytego” (tzn. znakowania kwestionariuszy). W pierwszym przypadku numer identyfikacyjny winien znajdować się w miejscu widocznym, najlepiej na okładce kwestionariusza, w prawym górnym lub dolnym rogu. Chodzi o to, aby nie sprawiać wrażenia, że próbujemy go ukryć, a jednocześnie, jeżeli respondent będzie chciał usunąć numer (co się zdarza niezmiernie rzadko), aby mógł to uczynić bez niebezpieczeństwa „usunięcia części tekstu pytania lub swojej wypowiedzi. W przypadku „ukrytej” identyfikacji, kwestionariusze należy znakować w ten sposób, aby nie wzbudzać żadnych podejrzeń i aby respondent miał jak najmniejsze szanse „rozszyfrowania” numeru.

Możliwość oddzielenia grupy respondentów od nierespondentów (lecz nie ich identyfikacji) daje nam również zastosowanie wspomnianych wcześniej kart pocztowych z wydrukowanym na nich tekstem np.: „Wypełniony kwestionariusz wysyłam oddzielnie”. Otrzymanie takiej Karty (zawierającej oczywiście

²¹ Gdy wraz z monitem wysyłany jest dodatkowy egzemplarz kwestionariusza identyfikowanie zapewnia również, że jeden i ten sam respondent nie odeśle dwóch kwestionariuszy.

numer kolejny respondenta) umożliwia nam prowadzenie ewidencji osób, które zgłaszają fakt zwrotu kwestionariusza. Procedura ta może jednak w praktyce okazać się zawodna: niektórzy respondenci mogą bowiem wysyłać karty, nie odsyłając kwestionariuszy i odwrotnie. Zastosowanie kart pocztowych powoduje również, co nie jest bez znaczenia, wzrost ogólnych kosztów badania.

W przypadku wykorzystania procedury „jawnej” identyfikacji kwestionariuszy bądź kart pocztowych, w liście wprowadzającym należy bezwzględnie wyjaśnić respondentom, iż są to zabiegi spełniające tylko i wyłącznie funkcje ewidencyjne. Wyjaśnienia te, a także zapewnienie o konfidencjonalności powinny usunąć ewentualne obawy respondenta i przekonać go, iż zebrane informacje nie zostaną wykorzystane do innych celów niż wskazane.

Zabiegi mające na celu całkowitą bądź częściową identyfikację respondentów – zwłaszcza „znakowanie” kwestionariuszy – budzić mogą pewne problemy natury etycznej. Wydaje się jednak, że jest to problem ogólniejszy i dotyczy badań socjologicznych w ogóle. Podejmując bowiem jakiegokolwiek badania oparte na obserwacji czy wzajemnym komunikowaniu się, należy mieć świadomość, iż w tym momencie naruszamy sferę prywatności jednostki. Przy czym, jeżeli czyni się to w celach poznawczych, a jednocześnie uświadamia respondentom specyfikę badań socjologicznych, dobrowolność udziału w nich i udzielania odpowiedzi, mówi się o poufności, nie zaś stwarza się fikcję anonimowości itp., nie przekracza się ogólnie przyjętych norm etycznych. W rzeczywistości bowiem, praktycznie w żadnych badaniach typu surveyowego nie mamy do czynienia z bezimiennym, nieznanym i nieokreślonym respondentem, a więc faktyczną anonimowością. W badaniach z zastosowaniem wywiadu, każdy kwestionariusz oznaczony zostaje (zazwyczaj po przeprowadzeniu rozmowy – a więc bez wiedzy respondenta) numerem identyfikacyjnym, odpowiadającym numerowi danego respondenta w próbie. W ankiecie natomiast, numeracja nadawana jest wg kolejności zwrotów kwestionariuszy (co oczywiście nie wyklucza możliwości „identyfikacji” respondenta) bądź też zgodnie z zasadami przyjętymi w wywiadzie. Czy zatem sytuacja, w której „znakuje się” kwestionariusz ankiety przed jego wysłaniem, a którą często określa się mianem „niemoralnej” i „nieetycznej”, różni się czymkolwiek od sytuacji, w której „znakuje się” kwestionariusz po przeprowadzonej rozmowie? Chyba nie. W rzeczywistości bowiem, z tego punktu widzenia chyba żadne badania socjologiczne nie są etyczne²².

²² Warto tutaj może wspomnieć o bezpośrednich doświadczeniach autora. Spośród czterech badań, których wyniki analizowłem, w 3 przypadkach stosowano „znakowanie” kwestionariuszy. W ostatnim – badaniu „Co myślimy o ankietach?” oraz kilku innych, nie omawianych tutaj, stosowano „jawną” identyfikację. Można powiedzieć, iż bardziej „efektywne” jest to drugie rozwiązanie: jest mniej pracochłonne i czasochłonne, a wśród respondentów nie budzi żadnych zastrzeżeń. Na kilka tysięcy respondentów uczestniczących w różnych badaniach z zastosowaniem ankiety pocztowej, tylko w jednym przypadku zdarzyło się, iż respondent usunął numer identyfikacyjny z kwestionariusza ankiety.

Problemy faktycznej anonimowości mają nieco inny charakter, gdy spojrzysz się na nie z punktu widzenia respondentów: w pewnych przypadkach poczucie to traci jak gdyby dla nich znaczenie, przestaje być istotne. Tak było np. w badaniu „Aktualne sprawy kraju”, w którym fragment listu wprowadzającego, dotyczący poufności wypowiedzi, brzmiał następująco:

„ (...) nazwisko Pana nie pojawi się na ankiecie (formularzu), a Pana opinie nie zostaną ujawnione nikomu postronnemu. Uzyskane informacje będą opracowywane zbiorowo, tzn. w formie zestawień statystycznych. Będą one wykorzystane tylko do celów naukowych. Po zakończeniu badań wszystkie listy zawierające nazwiska i adresy zostaną komisyjnie zniszczone”.

Otóż, w badaniach tych okazało się, iż znaczna część respondentów, akceptując zasadę konfidencjonalności, nie chciała pozostać anonimowa. Blisko 2/3 badanych podpisało bowiem wypełnione ankiety swoim imieniem i nazwiskiem, dołączając także swój adres. Było to m.in., jak się wydaje, szczególnym efektem tego, co nazwane zostało wcześniej „nieanonimowością” badacza. Skoro bowiem był on dla respondentów osobą przedstawiającą się z imienia i nazwiska, to i badani, być może, nie chcieli pozostać „beziemienni”.

Podobna sytuacja wystąpiła w przypadku badania „Co myślimy o ankieterach?”²³.

8. Inne ważne informacje. Kolejne fragmenty listu wprowadzającego mają za zadanie „ugruntować” pozytywne nastawienie do badań oraz pozytywne „wyobrażenie o osobie respondenta”. W tym celu należy po raz drugi podkreślić społeczną użyteczność i doniosłość badania, a więc i jego wypowiedzi. Jednocześnie można tutaj przedstawić respondentom szansę uzyskania „nagrody”, jaką będzie (przynajmniej dla niektórych) możliwość zapoznania się z wynikami badań²⁴. W przypadku, gdy badacz decyduje się na tę formę nagród może zastosować, jak się wydaje, następujący tekst:

„Wyniki tych badań przedstawione zostaną wszystkim zainteresowanym osobom. Jeżeli Pan również jest zainteresowany ich wynikami i chciałby zapoznać się z nimi, proszę, odsyłając ankietę, napisać na odwrocie koperty

²³ Warto w tym miejscu wspomnieć może o badaniach Jonesa (1979: 102–111), których wyniki wskazują, że w przypadku niektórych zbiorowości zapewnienie o „anonimowości” odpowiedzi pociągają może zmniejszenie odsetka zwrotów o około 10%.

²⁴ W praktyce możliwe są przynajmniej trzy rozwiązania: przesłanie respondentom raportu z badania (bądź jego części) omawiającego ich wyniki; przesłanie egzemplarza czasopisma, w którym wydrukowany został artykuł poświęcony badaniom i w którym znajdują się oficjalne podziękowania dla respondentów; wreszcie, w przypadku ograniczonych funduszy, można jedynie wskazać respondentom, gdzie – w jakim czasopiśmie lub opracowaniu, mogą oni zapoznać się z wynikami badań. Najlepsze i stosunkowo tanie wydaje się pierwsze rozwiązanie, drugie jest dość kosztowne, trzecie – mało „eleganckie”. W omawianych badaniach „Co myślimy o ankieterach?” zastosowano pierwsze z rozwiązań. Zaskakujące jest jednak, że jedynie niewielka część respondentów (17,2%) zade-

(lub osobnej kartce) swoje nazwisko i adres (proszę nie pisać nazwiska i adresu na ankiecie). Zaraz po zakończeniu opracowania materiałów z przyjemnością prześlę Panu omówienie najważniejszych wyników”.

Podkreślić tutaj należy, iż zabieg ten wydaje się celowy nie tylko ze względu na to, iż może być traktowany jako „nagroda”, ale i dlatego, że stanowi potwierdzenie konfidencyjności badań (nazwisko należy na pisać na kopercie lub kartce, nie zaś na kwestionariuszu). Co więcej, może on być dodatkowym elementem kontroli zwrotów i tego, kto wypełnił kwestionariusz.

W ostatnim akapicie listu natomiast bezwzględnie konieczne jest zamieszczenie informacji, w jaki sposób respondenci, chcąc uzyskać jakieś dodatkowe informacje bądź wyjaśnić ewentualne trudności, mogą skontaktować się z badaczem. Chodzi tutaj o podkreślenie „dyspozycyjności” badacza wobec respondentów. W badaniach „Aktualne sprawy kraju” zastosowano poniższą formułę:

„Gdyby życzył Pan sobie bliższych wyjaśnień na temat prowadzonych badań, miał jakieś pytania lub trudności z wypełnieniem ankiety, bardzo prosimy do nas napisać lub zatelefonować (na nasz koszt), najlepiej we wtorek lub piątek w godzinach 11.00–13.00. Odpowiemy z przyjemnością na wszystkie Pana pytania”.

Ostatni element listu to podziękowanie „z góry” za współpracę oraz podpis autora badań. Bardzo istotną sprawą, ze względu na efekt personalizacji, jest, aby podpis ten był oryginalny (nie faksymila). Przy nazwisku pominąć należy funkcję oraz tytuły naukowe (informacje te zamieszczone są bowiem w nagłówku, pod nazwą instytucji). Przesądza to, jak się wydaje, o naturalnym i „nieurzędowym” charakterze podpisu. Celowe jest także zamieszczenie w „post scriptum” przeprosin za ewentualne zniekształcenie nazwiska.

Sprawą techniczną, ale bardzo istotną jest odpowiednie zróżnicowanie kroju i grubości czcionek w całym tekście listu. Zabieg ten przyczynia się do graficznej przejrzystości tekstu i umożliwia czytającemu niemal natychmiastowe zorientowanie się w przedmiocie listu.

Poniżej zamieszczony został list wprowadzający, zastosowany w badaniu „Co myślimy o ankieterach?”. Przy czym nie jest tutaj najistotniejsza jego treść (jest ona specyficzna, ponieważ badanie prowadzone było wśród respondentów, z którymi realizowano uprzednio wywiad kwestionariuszowy), lecz jego forma i szata graficzna.

klarowała chęć otrzymania kopii wyników badań. Świadczy to o małym zainteresowaniu respondentów „efektem końcowym” przedsięwzięcia, w którym uczestniczyli. Charakterystyczne jest, iż deklaracja chęci otrzymania wyników nie jest zależna od płci, wieku respondentów, ich poglądów politycznych. Jest natomiast uzależniona, zgodnie z oczekiwaniami, od wykształcenia i przynależności do grupy zawodowej (osoby o wyższym poziomie wykształcenia częściej deklarują chęć otrzymania wyników), ale także od kategorii wielkości miejscowości, w której zamieszkują (w większych miastach deklaracje te są częstsze).

List wprowadzający, zastosowany w badaniu „Co myślimy o ankieterach?”

Polska Akademia Nauk
Instytut Filozofii i Socjologii
Ośrodek Realizacji Badań Socjologicznych
00-330 Warszawa, ul Nowy Świat 72
tel. 26-96-17



Warszawa, 23.05.1994



Kierownik ORBS: prof. dr Henryk Domański
Kierownik Badań: dr Paweł B. Sztabiński

Szanowna Pani,

W maju bieżącego roku Ośrodek Realizacji Badań Socjologicznych IFiS PAN we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim prowadził badania ankietowe zatytułowane "Polski Generalny Sondaż Społeczny". Badania te prowadzone są każdego roku wśród wylosowanych mieszkańców naszego kraju. W związku z tym, w maju odwiedził Panią nasz współpracownik — ankieter ORBS IFiS PAN, który przeprowadził z Panią rozmowę.

Chcielibyśmy bardzo serdecznie podziękować Pani za współpracę i pomoc w realizacji badań "Polski Generalny Sondaż Społeczny '94". Między innymi właśnie dzięki Pani uzyskaliśmy wiele cennych, ciekawych materiałów, które po opracowaniu w formie zbiorczych zestawień statystycznych, staną się podstawą naukowych analiz.

Ponieważ badania te stanowią część międzynarodowego programu, a ich wyniki udostępniane są środowiskom naukowym w Polsce i za granicą, bardzo zależy nam, aby opinie i poglądy badanych osób zostały przedstawione w sposób rzetelny. Dlatego też pozwalamy sobie ponownie zwrócić się do Pani z osobistą prośbą o wypełnienie załączonej Ankiety. Wysłaliśmy ją do każdej osoby, która uczestniczyła w badaniach "Polski Generalny Sondaż Społeczny". Jej celem jest stwierdzenie, w jaki sposób osoby uczestniczące w badaniach widzą naszych współpracowników i co myślą o przeprowadzonej rozmowie. W ten sposób chcemy poznać Pani wrażenia i odczucia związane z tamtą rozmową. Jest to dla nas bardzo ważne, ponieważ pozwoli nam ocenić trafność wyników przeprowadzonych badań.

Aby osiągnąć ten cel, powinniśmy uzyskać zwrot wypełnionej Ankiety od każdej osoby, do której ją wysłaliśmy. Dlatego też bardzo prosimy, aby Ankiety tę wypełniła Pani osobiście, włożyła do załączonej koperty, zakleiła i wrzuciła do skrzynki pocztowej. Zależy nam na zwrocie Ankiety w ciągu kilku dni. Jest ona dość obszerna, ale jej wypełnienie z pewnością nie zajmie Pani dużo czasu.

Tak jak w poprzednich badaniach, również obecnie może być Pani przekonana, że nazwisko Pani nie pojawi się na Ankiecie, a Pani opinie nie zostaną ujawnione nikomu postronnemu. Uzyskane informacje zostaną opracowane zbiorowo, statystycznie. Będą one służyć tylko celom naukowym i nie mają nic wspólnego z oceną pracy ankietera, z którym Pani rozmawiała. Zamieszczony w dolnym prawym rogu numer kodowy Ankiety pełni jedynie funkcje porządkowe i służy wyłączenie do ewidencji zwróconych Ankiety.

Jeśli jest Pani zainteresowana wynikami badań, w których Pani uczestniczyła, proszę na osobnej kartce napisać swoje imię, nazwisko oraz pełny adres (wraz z kodem pocztowym) i włożyć go do koperty wraz z ankietą. Wyniki te prześlemy Pani w ciągu 3 miesięcy.

Gdyby życzyła Pani sobie bliższych wyjaśnień na temat prowadzonych badań, miała jakieś pytania lub trudności z wypełnieniem Ankiety, bardzo prosimy do nas napisać lub zatelefonować (na nasz koszt). Z przyjemnością odpowiemy na wszystkie Pani pytania.

Z góry dziękujemy, że zechciała Pani poświęcić swój czas na wypełnienie i zwrot ankiety.

Z poważaniem

Henryk Domański

Henryk Domański

Paweł B. Sztabiński

Paweł B. Sztabiński

P.S. Przepraszamy za ewentualne zniekształcenie pisowni Pani nazwiska.

Powyżej dość szczegółowo omówiliśmy, jakie elementy i informacje powinien zawierać list wprowadzający oraz w jakiej formie winny być one przekazane respondentom. Rzeczą oczywistą jest, iż w zależności od problematyki, zapotrzebowania badawczego, badanej zbiorowości, sposobu jej doboru i wielu innych czynników, pewne treści ulegną zmianie, pewne wątki w ogóle się nie pojawią, a na ich miejsce wprowadzone zostaną inne. W związku z powyższym warto może zwrócić uwagę na bardzo istotną sprawę natury ogólnej, nie wiążącą się bezpośrednio z problematyką listu wprowadzającego. Chodzi o problem rodzaju prób, na których może być realizowana ankieta pocztowa. Otóż, zazwyczaj przyjmuje się, iż w odróżnieniu od ankiet innego typu, przeprowadza się ją zazwyczaj na próbach imiennych, a więc takich, w których znane są dane personalne konkretnych osób (imię, nazwisko i adres) wchodzących w skład próby. Wydaje się jednak, iż równie dobrze, badania z zastosowaniem ankiety pocztowej realizować można na próbach adresowych (takich, w których rozporządzamy jedynie adresem gospodarstwa domowego, a doboru osoby wchodzącej w skład próby dokonuje się losowo – wg tabeli liczb losowych, spośród członków gospodarstwa, np. wszystkich dorosłych). W takim przypadku „ciężar doboru przerzucony” zostaje niejako na adresatów – członków wylosowanego gospodarstwa domowego. Tego typu procedurę „wtórnego” doboru respondentów do ankiety pocztowej zastosowano wśród nauczycieli, we wspomnianym badaniu dotyczących ich postaw wobec uczniów niepełnosprawnych. Podyktowane było to tym, że dysponowano jedynie adresami szkół (Libiszowska-Żółtkowska 1994). W tym przypadku zastosowano dwa listy wprowadzające: jeden do dyrektora szkoły, drugi do wylosowanego nauczyciela. Celowe wydaje się zaprezentowanie pierwszego z listów, m.in. ze względu na jego „nietypowość”.

Przystępując do przygotowania jakiegokolwiek listu wprowadzającego stoimy zawsze przed dylematem: czy powinien on być krótki, zwięzły i silnie motywujący respondentów, czy też długi, informujący. Oczywiście jest, iż na to pytanie nie można udzielić jednoznacznej odpowiedzi. Jest pewne, iż nie powinien on przekraczać jednej strony, powinien być jasny, zrozumiały i interesujący, a jednocześnie przekonywać i skłaniać do podjęcia określonych działań (Bertrand 1978: 4–5; Dillman 1978: 165; Mann 1968: 135). Nie jest to jednak jedyny dylemat. Pojawia się bowiem i inne pytanie: czy w liście wprowadzającym winniśmy zwracać się do respondenta z prośbą o bezinteresowną pomoc, przysługę czy też współpracę w określonym zakresie? Wielu badaczy podkreśla, że wysyłając ankietę prosimy ludzi o poświęcenie czasu i energii, o wysiłek fizyczny i intelektualny, w zamian za co nie uzyskują oni praktycznie żadnej korzyści, a końcowego efektu mogą w ogóle nigdy nie zobaczyć. Faktycznie, respondenci robią więc badaczowi bardzo dużą łaskę odsyłając kwestionariusze. Dlatego też, twierdzą oni, należy podkreślić, iż zdajemy sobie sprawę z tego, iż są oni (respondenci) bardzo zajęci, mają mało

List wprowadzający, zastosowany w badaniu „Nauczyciele o uczniach niepełnosprawnych”

**POLSKA AKADEMIA NAUK
INSTYTUT FILOZOFII I SOCJOLOGII**

OSRODEK REALIZACJI BADAŃ SOCJOLOGICZNYCH
00-330 Warszawa, ul. Nowy Świat 72
tel. 26-96-17 Warszawa



Kierownik Badań: dr hab. Maria Libiszowska
tel. prywatny: 641-11-95 Warszawa

Warszawa, 31 maja 1993

Szanowny Panie Dyrektorze,
Szanowna Pani Dyrektorko,

Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk realizuje serię badań poświęconych sytuacji ludzi niepełnosprawnych, a więc tych, którzy trwale, bądź w pewnym okresie swojego życia, mają ograniczoną możliwość pełnego funkcjonowania. Celem tych badań jest przygotowanie raportu przedstawiającego całościowy obraz tej grupy ludności. Obraz ten nie byłby pełny bez poznania doświadczeń, sugestii i opinii nauczycieli o sytuacji uczniów niepełnosprawnych. Interesuje nas, jakie są problemy tych uczniów, kto powinien zajmować się ich rozwiązywaniem, jakie bariery napotykają nauczyciele w pracy z tymi uczniami.

Do badań wylosowanych zostało 1000 Szkół Podstawowych z terenu całego kraju. Wśród nich znalazła się także Pana/Pani Szkoła. Zwracamy się więc z uprzejmą prośbą o życzliwą i skuteczną pomoc w realizacji tych badań, tzn. przekazanie załączonej Ankiety do wypełnienia jednemu z wychowawców w Pana/Pani Szkole. Ponieważ interesują nas opinie zarówno tych nauczycieli, którzy uczyli dzieci niepełnosprawne, jak i tych, którzy nie mają takich doświadczeń, Ankiety prosimy przekazać osobie dobranej losowo według poniższych zasad:

1. Jeśli w Pana/Pani Szkole naliczanie prowadzone jest:

- wyłącznie w klasach: 1-3 lub 1-4, to badanie realizujemy z jednym z wychowawców klasy III;
- wyłącznie w klasach: 4-8 lub 5-8, to badanie realizujemy z jednym z wychowawców klasy VIII;
- w klasach: 1-8, to badanie realizujemy z jednym z wychowawców klasy VIII.

2. Wychowawcę klasy danego poziomu (III-ej lub VIII-ej) doberamy w następujący sposób:

- prosimy ustalić liczbę klas danego poziomu (tzn. III-ich lub VIII-ych) w Pana/Pani szkole i obwiesić kółkiem odpowiednią cyfrę w górnym wierszu tabeli;
- prosimy odczytać literę pod zaznaczoną cyfrą. Odczytana litera w dolnym wierszu tabeli jest literą wylosowanej klasy. Prosimy wręczyć Ankiety Wychowawcy tej właśnie klasy.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Jeśli liczba klas danego poziomu wynosi:												
To Ankiety należy wręczyć wychowawcy klasy oznaczonej literą:	A	A	C	D	B	D	B	B	F	A	I	K

Aby rezultaty naszych badań mogły być uznane za wartościowe powinniśmy uzyskać zwrot wypełnionej Ankiety od każdej osoby. Dlatego też prosimy, aby wylosowany wychowawca wypełnił tę Ankiety osobiście i odesłał w załączonej kopercie w ciągu kilku najbliższych dni.

Jednocześnie pragnę Pana/Panią osobiście zapewnić, że uzyskane przez nas informacje będą opracowane wyłącznie w formie zbiorczych zestawień statystycznych i nie będą nigdzie publikowane, ani też nikomu udostępniane z podaniem nazw miejscowości i numerów szkół, w których realizowane jest badanie. Zamieszczony w dolnym prawym rogu numer kodowy ankiety pełni jedynie funkcje porządkowe i służy wyłącznie do ewidencji zwróconych Ankiety.

Gdyby życzyl(-a) Pan/Pani sobie bliższych wyjaśnień na temat prowadzonych badań, miał(-a) Pan/Pani jakikolwiek pytania, bardzo prosimy do nas zatelefonować. Odpowiemy z przyjemnością na wszystkie Pana/Pani pytania.

Z góry dziękujemy za życzliwe ustosunkowanie się do naszej prośby i pomoc w realizacji naszych badań.

Z poważaniem

Maria Libiszowska

czasu, ale ich odpowiedzi są bardzo ważne (Mann 1968: 135). Jak łatwo zauważyć, ten sposób motywowania jest niezgodny z przedstawionymi propozycjami. Prośba skierowana do respondentów na zasadzie „zrób przysługę” może odnieść skutek, jak stwierdza Dillman (1978: 162), jedynie wtedy, gdy badanie jest łatwe i krótkie. W innych przypadkach nie. A zatem, należy przede wszystkim uświadomić respondentom istnienie danego problemu, jego wagę dla grupy, z którą się identyfikują, oraz to, iż pomoc – współpraca – respondenta występującego w roli eksperta jest konieczna do znalezienia rozwiązania tego problemu. Badacz jest jedynie tą osobą, która próbuje, dla dobra grupy, pomóc w rozwiązaniu danej sprawy. Jest on zatem jedynie „pośrednikiem” działającym dla dobra respondenta, jego przyjaciół, działającym na rzecz całej grupy. W tym momencie „wykraczamy” poza dialog badacz-respondent i rozszerzamy proces wymiany informacji poza tę diadę, a co więcej – stwarzamy sytuację, jeśli nie „psychologicznej nadrzędności” respondenta wobec badacza, to przynajmniej współpartnerstwa. A sytuacja taka, jak się wydaje, jest najlepszym czynnikiem motywującym respondenta do podjęcia określonych działań.

Kwestionariusz ankiety

W przypadku ankiety pocztowej przygotowanie kwestionariusza wymaga szczególnej dbałości, ze względu na to, iż znajduje się on pod całkowitą „kontrolą” respondenta; kwestionariusz sam musi „bronić się” przed wątpliwościami, sam musi być swoim „advokatem”. Jednocześnie, ze względu na brak ankietera (który w wywiadzie może usuwać bądź minimalizować wszelkie niedokładności związane z konstrukcją narzędzia), kwestionariusz ankiety musi „podpowiadać”, co respondent winien zrobić, jeżeli będzie miał jakieś problemy z udzielaniem odpowiedzi, musi być jego przewodnikiem. Powinien być on zatem tak skonstruowany, aby umożliwiał uzyskanie informacji, które są niezbędne badaczowi do rozwiązania danego problemu, a jednocześnie zapewniał ich zdobycie. Nie jest to jednak jedyna funkcja, którą winien pełnić kwestionariusz ankiety. Dodatkowo musi on być bowiem na tyle interesujący dla respondenta, aby utwierdzał go w jego decyzji dotyczącej udziału w badaniach, a co więcej, motywował do udzielania wiarygodnych odpowiedzi. Jego wypełnianie powinno być „przyjemnością” i stanowić pewnego typu „nagrode”. Posługując się terminologią Dillmana można powiedzieć, że, z jednej strony, chodzi o minimalizację „kosztów” związanych z odpowiadaniem ma pytania, z drugiej zaś – maksymalizację „nagród”.

Minimalizację „kosztów” może zapewnić przede wszystkim formalna poprawność pytań i całego kwestionariusza, natomiast maksymalizację „nagród” – zabiegi „naturalizujące” kontakt badawczy i nadające mu charakter „podmiotowy”.

A. Przygotowanie pytań w kwestionariuszu ankiety. Biorąc pod uwagę specyfikę interwencji w ankiecie pocztowej (brak możliwości tłumaczenia, wyjaśniania pytań, zawartych w nich terminów itp.) bardzo często formułuje się dyrektywę, iż zawarte w kwestionariuszu pytania powinny być proste i możliwe do zrozumienia jedynie na podstawie tekstu oraz ewentualnych wyjaśnień i instrukcji. Oznacza to, iż zadanie sformułowane w pytaniu nie powinno być zbyt złożone (nie należy stosować np. długich pytań z wieloma alternatywami), powinno się raczej unikać pytań otwartych (respondent może bowiem mieć problemy z pisemnym sformulowaniem swoich myśli, a badacz z ich interpretacją), pytań, które dotyczą jedynie niektórych kategorii respondentów (badani mogą nie przestrzegać „reguł przejść” bądź też „pogubić się”), pytań sondujących i pogłębiających (respondenci pod wpływem tego typu sondażu mogą zmieniać swoje odpowiedzi na pytanie poprzednie), a także pytań nużących, przy których zakłada się bardzo dużą motywację badanych do udzielania odpowiedzi (Dillman 1978: 57–60).

Powyższe „ograniczenia” lub wymogi „prostoty” pytań są bez wątpienia słuszne, ale wydaje się, iż każdorazowo należy relatywizować je do charakteru badanej zbiorowości, problematyki i sytuacji badawczej²⁵. Co więcej, problem ten nie wydaje się najważniejszy – biorąc bowiem pod uwagę wyniki analiz prowadzonych w poprzedniej części (chodzi o analizę procesu interwencji oraz istotności rezultatów informacyjnych), okazuje się, że sprawą znacznie ważniejszą jest poprawność pytań zamieszczonych w kwestionariuszu ankiety. Właściwe przygotowanie pytań w ankiecie wymaga rozstrzygnięcia trzech zasadniczych kwestii (por. Lutyński 1981; 1994: 77–109). Pierwsza z nich to określenie poszukiwanej informacji, a więc tego, co stanowi przedmiot dociekań badacza. Jest to warunek konieczny, albowiem nie można poprawnie zbudować pytania, jeśli nie jest dokładnie sprecyzowane, czego ono ma dotyczyć: faktów, rzeczywistych zachowań, ich oceny czy też np. pożądanego zachowań (por. Fishebein 1967: 257–266; Lutyńska 1984: 20–23, 69–70; Lutyński 1979).

Ścisłe określenie charakteru poszukiwanej informacji pozwala rozstrzygnąć drugą z kolei kwestię, a mianowicie problem struktury pytania. Ze względu na charakter operacji myślowych, które musi wykonać respondent odpowiadając

²⁵ Zbyt rygorystycznie przestrzegany wymóg „prostoty” pytań pociągnąć może za sobą konieczność ograniczenia przedmiotowego zakresu badań i rezygnację z niektórych problemów. Jednakże, jak wskazują pozytywne doświadczenia związane z realizacją badania „Aktualne sprawy kraju”, przy zastosowaniu ankiety pocztowej można docierać nawet do tak trudnych i drażliwych problemów, jak trwałość vs zmienność opinii (zob. Danilowicz, Sztabiński 1990), lub też wyobrażeń respondentów o opiniach ankietowanych w wywiadzie kwestionariuszowym – chodzi tutaj o badanie „Co myślimy o ankietowanych?” (Sztabiński 1995c). Co więcej, biorąc pod uwagę względną taniość ankiety można docierać kilkakrotnie do tych samych respondentów i w ten sposób poszerzyć zakres i problematykę badań.

na pytanie, wyróżnić można cztery zasadnicze ich typy. Są to: pytania otwarte, pytania częściowo zamknięte, pytania zamknięte z uporządkowaną kafeterią (skale) oraz pytania zamknięte z nieuporządkowaną kafeterią (por. Lutyński 1972: 35–47). Teoretycznie, każdy rodzaj pytania może służyć do uzyskania każdego rodzaju poszukiwanej informacji, jednakże w rzeczywistości niektóre z nich lepiej, inne zaś gorzej spełniają to zadanie, są mniej lub bardziej przydatne. Na przykład, do określenia intensywności pewnych przekonań lub częstotliwości zachowań stosuje się zazwyczaj pytania-skale, nie zaś pytania otwarte. Tych ostatnich używa się natomiast wtedy, gdy chodzi o uzyskanie zupełnie swobodnych wypowiedzi respondenta, ale także w przypadku, gdy „zamknięcie” pytania jest praktycznie niemożliwe (np. ze względu na niemożność stworzenia wyczerpującej kafeterii lub jej długość)²⁶.

Trzecia i ostatnia sprawa to samo sformułowanie pytania. Również i w tym przypadku decyzje dotyczące jego werbalizacji nie są niezależne od uprzednich rozstrzygnięć, a więc rodzaju poszukiwanej informacji i struktury pytania. Istnieje bardzo wiele reguł określających zasady formułowania pytań: praktycznie bowiem każda publikacja o charakterze podręcznikowym zawiera dyrektywy jak należy bądź też jak nie należy tego robić (zob. m.in.: Dillman 1978; Goode, Hatt 1952; Hyman 1955; Koniarek 1983; Lutyńska 1984; Moser, Kalton 1959; Payne 1951; Sarapata 1962). Część tych zaleceń dotyczy pytań stosowanych w wywiadzie kwestionariuszowym, część natomiast ma charakter „uniwersalny”; jedne są ogólne, inne bardziej szczegółowe. Omówienie, a chociażby przytoczenie ich wszystkich byłoby w tym miejscu niecelowe. Dlatego też, poniżej zamieszczono listę 12 pytań, na które badacz winien sobie odpowiedzieć, oceniając poszczególne pytania w kwestionariuszu ankiety. Oto one:

- Czy poszczególne słowa i terminy użyte w pytaniu będą rozumiane przez wszystkich respondentów jednakowo, w ten sam sposób?
- Czy pytanie zawiera niezrozumiałe dla respondentów skróty i zwroty?
- Czy pytanie jest sformułowane na tyle jasno, iż respondenci będą wiedzieli, jakiego typu informację chcemy od nich uzyskać?
- Czy pytanie nie jest tendencyjne, tzn. nie zawiera sugrających lub emocjonalnie obciążonych sformułowań bądź też tworzy niesymetryczną skalę?
- Czy pytanie nie będzie budziło obiekcy niektórych respondentów, ponieważ dotyczy spraw bardzo osobistych i intymnych; dyskryminuje respondenta lub też zawiera sformułowania budzące ostre, negatywne skojarzenia?

²⁶ Chodzi tutaj m.in. o niektóre pytania „metryckowe”, jak zawód, wiek, miejsce zamieszkania, miejsce urodzenia itp. „Zamknięcie” tego typu pytań jest możliwe jedynie wtedy, gdy operuje się bardzo szerokimi kategoriami, np. w przypadku wieku przedziałami co najmniej 10-letnimi.

- Czy udzielenie odpowiedzi na pytanie nie będzie wymagało od respondenta zbyt dużego wysiłku intelektualnego?
- Czy pytanie nie jest podwójne, tzn. zawiera w sobie dwa lub więcej pytań?
- Czy pytanie nie zawiera podwójnej negacji?
- Czy kategorie odpowiedzi zawarte w pytaniu są rozłączne?
- Czy pytanie jest niedostosowane do respondentów ze względu na poziom ich wiedzy, tzn. czy zakłada się, iż wszyscy respondenci posiadają taki sam, określony zasób wiedzy?
- Czy w pytaniu określony jest czasowy punkt odniesienia, wskazujący w sposób jednoznaczny perspektywę czasową?
- Czy pytanie nie jest sformułowane w sposób zbyt skrótowy lub w postaci zdania oznajmującego?²⁷

Przytoczone powyżej pytania nie wyczerpują oczywiście wszystkich, które należałoby zadać, aby mieć pewność, że pytanie w ankiecie sformułowane zostało poprawnie. Ich zestaw stanowić może jednak „podstawowy test”, w którym jakkolwiek niewłaściwa odpowiedź świadczy o tym, że pytanie ankiety jest wadliwe.

Podsumowując można powiedzieć, że jeżeli w pytaniu, w sposób jednoznaczny określony jest rodzaj poszukiwanej informacji, pytanie posiada właściwą (ze względu na ową poszukiwaną informację) strukturę, a także jest właściwie zredagowane, to istnieje duże prawdopodobieństwo, iż spełniać będzie ono swoją rolę. Prawdopodobieństwo, nie zaś pewność, ponieważ zawsze należy liczyć się z możliwością, iż nawet najlepsze pytanie może źle funkcjonować i odwrotnie. Dlatego też wydaje się, że jedyną, bezwzględnie obowiązującą zasadą jest to, aby przygotowywać poszczególne pytania z myślą o respondencie i pamiętać, iż to on (nie badacz) ma na nie udzielać odpowiedzi (Mann: 1968: 135). Nie chodzi zatem o to, aby pytanie było zrozumiałe dla respondenta, ale o to, że pytanie nie może być dla niego niezrozumiałe.

B. Konstruowanie kwestionariusza ankiety. Formalnotechniczna poprawność pytań jest jednym z dwóch podstawowych czynników minimalizujących wysiłek respondenta związany z udzielaniem odpowiedzi (wypełnianiem kwestionariusza), a więc i ponoszone przez niego „koszty”. Drugim czynnikiem jest konstrukcja kwestionariusza, tzn. układ i kolejność poszczególnych pytań, jego przejrzystość graficzna i ogólny wygląd (przy czym, w tym ostatnim przypadku chodzi nie o to, jaki faktycznie jest ten kwestionariusz – a więc nie o to, czy jest np. krótki i „łatwy” do wypełnienia – lecz o to, jakie wywołuje on wrażenie). Przygotowanie pytań kwestionariuszowych nie jest zatem równoznaczne z przygotowaniem całego kwestionariusza ankiety. Posługując się porów-

²⁷ Powyższa lista pytań przygotowana została na podstawie opracowania Dillmana (1978: 97–117). W znacznym stopniu odzwierciedla ona najczęściej występujące wady pytań. Por. także Lutyńska (1984: 66–124).

naniem Dillmana można powiedzieć, że między ułożonymi pytaniami a gotowym kwestionariuszem jest taka różnica jak między pojedynczymi kwiatami, a całą wiązką kwiatów.

Pierwszym elementem, jaki zostaje poddany „egzaminowi” i stanowi przedmiot oceny dokonywanej przez respondenta, jest strona tytułowa kwestionariusza. Musi ona wywrzeć na respondencie „dobre wrażenie”, zainteresować i zachęcić do przejrzenia, a następnie wypełnienia kwestionariusza. Dlatego też na stronie tytułowej winny być zamieszczone:

1. Informacje dotyczące sponsora badania, tzn. nazwa instytucji, ewentualnie jej adres oraz logo. Ma to sens praktyczny, ponieważ w przypadku zagubienia koperty zwrotnej, respondent będzie wiedział, gdzie odesłać kwestionariusz. Poza tym informacja ta w dużym stopniu uwiarygodnia całe badanie.

2. Tytuł badania. Powinien być on prosty i atrakcyjny, ale jednocześnie wyjaśniający istotę badania.

3. „Logo” badania, tematycznie związane z badaniem. Jak wspominałem, ma ono stymulować zainteresowanie badaniem, ale musi być neutralne. Winno być powiększone do odpowiednich rozmiarów i znajdować się w centrum, tuż pod tytułem badania. Oczywiście musi być ono analogiczne jak „logo” zamieszczone w liście wprowadzającym.

Jeżeli przygotowujemy kwestionariusz jest dość „obszerny”, planujemy zawrzeć w nim dość dużą liczbę pytań, ze względu na „oszczędność miejsca”, możemy także na stronie tytułowej zamieścić ogólną instrukcję wypełniania ankiety. Przykładowo może to być następujący tekst:

Szanowna Pani,

Proszę, aby wypełniając ankietę:

- obwodziła Pani kółkiem numer wybranej przez siebie odpowiedzi albo*
- wpisywała swoją odpowiedź w miejscu wykropkowanym.*

Jeżeli Pani się pomyli, proszę niewłaściwą odpowiedź przekreślić i powtórnie obwieść kółkiem numer wybranej odpowiedzi lub wpisać nową odpowiedź w wolne miejsce ankiety.

Podobnie jak w liście wprowadzającym, bardzo ważne jest tutaj zróżnicowanie formy językowej w zależności od płci respondenta („wersyjność” tekstu) oraz kroju i grubości czcionek.

Szata graficzna tytułowej strony okładki powinna być nie tylko atrakcyjna, ale także odzwierciedlać wkład pracy włożony w jej przygotowanie. Zamieszczona poniżej okładka kwestionariusza z badania „Co myślimy o ankietach?” zdaje się spełniać powyższe warunki.

Okładka kwestionariusza z badania „Co myślimy o ankieterach?”



POLSKA AKADEMIA NAUK
INSTYTUT FILOZOFII I SOCJOLOGII

CO MYŚLIMY O ANKIETERACH? ANKIETA DO UCZESTNIKÓW BADAŃ PGSS '94



UWAGA! Prosimy, aby wypełniając Ankietę:

- obwodził Pan kółkiem numer wybranej przez siebie odpowiedzi, albo
- wpisywał swoje odpowiedzi w miejscach wykropkowanych.

Bardzo prosimy, aby pisał Pan wyraźnie, posługując się piórem lub długopisem, nie ołówkiem. Jeżeli Pan się pomyli, bardzo proszę niewłaściwą odpowiedź przekreślić i powtórnie obwiesić kółkiem numer wybranej odpowiedzi lub wpisać nową odpowiedź w wolne miejsce Ankiety.

Jeśli będzie Pan miał jakieś uwagi do pytań lub odpowiedzi, prosimy wpisać je na ostatniej stronie Ankiety.

WARSZAWA 1994

93-035

Numer kodowy Ankiety

Bardzo ważna jest także rola wewnętrznej strony karty tytułowej. Jeżeli nie zamieszczamy na niej pytań, nie powinna pozostać pusta. Można na niej zamieścić „wprowadzenie do ankiety” bądź też przytoczoną wyżej ogólną instrukcję jej wypełniania.

Następną sprawą, którą należy omówić, jest kolejność pytań w kwestionariuszu, a więc problem ich uporządkowania. Decyzją niezwykle ważką jest wybór pierwszego pytania. Często bowiem właśnie ono decyduje o tym, czy kwestionariusz „wrzuca się do skrzynki pocztowej, czy do śmieci”. Pytanie to winno przede wszystkim zachęcić respondenta do wypełnienia kwestionariusza. Jego rola wynika z faktu, iż zaraz po przeczytaniu listu wprowadzającego, respondenci przeglądają, o czym wspominaliśmy w poprzedniej części, kwestionariusz ankiety. Wydaje się zatem, że pytanie to powinno być:

- ściśle związane z tematyką badań i mieć społecznie użyteczne i ważne implikacje. W celu podkreślenia tego związku można przed tym pytaniem zamieścić krótkie wprowadzenie przypominające tematykę i cel badań (w tym przypadku rezygnuje się oczywiście z ewentualnego wprowadzenia na wewnętrznej stronie karty tytułowej);

- proste i łatwe, aby respondent mógł na nie szybko i bez kłopotów odpowiedzieć (nie powinno to być ani pytanie otwarte, ani zamknięte z długą kafeterią);

- neutralne i nie wymagające formowania ocen;

- interesujące dla każdego respondenta. W związku z tym nie powinno to być np. pytanie metryczkowe;

- dotyczyć każdego respondenta, a nie tylko pewnych, określonych kategorii. Jeśli jest to pytanie rozstrzygnięcia (np. „Czy posiada Pan samochód?”), w przypadku odpowiedzi negatywnej, może ono sugerować respondentowi, że cała ankieta nie dotyczy jego, a tylko posiadaczy samochodów.

Bardzo często wśród przygotowanych pytań nie ma takiego, które spełniałoby powyższe warunki. W takiej sytuacji celowe jest jego specjalnie skonstruowanie (por. Babbie 1992: 157; Dillman 1978: 127–131). Wybór pierwszego pytania w kwestionariuszu implikuje konieczność rozstrzygnięcia problemu kolejności pozostałych pytań. I znowu wskazać można tutaj kilka zasad ich porządkowania (por. Dillman 1978: 122–127; Lutyńska 1984: 131–132):

- pytania powinny być uporządkowane wg zmniejszającego się stopnia społecznej ich wagi, a więc te pytania, które dla respondentów wydawać się mogą najważniejsze, należy umieszczać na początku;

- pytania podobne treścią należy grupować razem, a w ich obrębie – podobne ze względu na typ. Oznacza to, że w ramach jednego bloku tematycznego powinny być zgrupowane pytania dychotomiczne, kafeteryjne, otwarte itd. Po pierwsze, poprzez zachowanie jednolitej struktury tematycznej pytań (ich zblokowanie) „naturalizuje się” sytuację badawczą i, jak można

sądzić, uzyskuje odpowiedzi bardziej przemyślane, całościowo ujmujące pewne problemy. Po drugie, zachowanie jednolitej struktury pytań minimalizuje wysiłek umysłowy respondenta, aczkolwiek, jeśli jest ich zbyt dużo, może być dla respondenta monotonne, nużące, a w przypadku pytań otwartych, męczące;

– należy dążyć do utrzymania logicznych związków między tematycznymi blokami pytań, a więc nie należy zmuszać respondentów do „przeskakiwania” od jednego do drugiego, diametralnie różnego problemu. Zachowanie tego typu związków pozwala nie tylko podkreślić „przewodnią myśl” całego kwestionariusza, lecz również „naturalizuje” dialog i ułatwia respondentom odpowiadanie. Zmiana tematu (przejście do innego bloku) powinna być „łagodna”, poprzedzona wprowadzeniem nawiązującym do treści zawartych w nim pytań. Tego typu „wstępy” ukazują respondentowi sens i logikę kwestionariusza, a jednocześnie „wprowadzają” go w odpowiednią (zaplanowaną przez badacza) „rolę”, dając mu punkt odniesienia (por. Babbie 1992: 158; Sztabiński 1994)²⁸;

– bloki pytań bardziej drażliwych dla respondenta winny znajdować się po pytaniach mniej drażliwych. Podobnie pytania „łatwe” powinny znajdować się na początku, aby wzbudzały wśród respondentów przekonanie, iż wszystkie zawarte w kwestionariuszu są takie i można na nie szybko i bez żadnych trudności odpowiedzieć. Co więcej, zamieszczenie „łatwych” pytań na początku ankiety pozwala „nauczyć się” respondentowi roli, którą na niego nakładamy;

– pytania „metryczkowe” powinny zawsze znajdować się na końcu kwestionariusza ankiety. Umieszczenie ich w innym miejscu, np. na początku, może spowodować, że znaczna część osób może w ogóle nie wypełnić kwestionariusza. Po pierwsze dlatego, że udzielenie odpowiedzi na pierwsze pytania to rodzaj „inwestycji”, której dokonują respondenci, a w związku z tym pytania te muszą być interesujące (pytania metryczkowe do takich z pewnością nie należą). Po drugie, jeżeli badania, o czym mówi się w liście wprowadzającym, dotyczą np. problemu strajku studentów, to respondentom co najmniej dziwne wydać się może rozpoczynanie od pytania o dochody w gospodarstwie czy o wiek. Co więcej, z pewnością niektórzy z nich nie będą wiedzieli, w jakim celu

²⁸ Jeżeli chodzi o wskazane powyżej dwie reguły, niektórzy badacze twierdzą zupełnie coś odmiennego. Zalecają oni „rozstrzelenie” tematycznie związanych pytań po całym kwestionariuszu, motywując to tym, iż w ten sposób unikamy wpływu jednej odpowiedzi na drugą. Wydaje się jednak, iż zalecenie to jest wzięte z doświadczeń przy konstruowaniu kwestionariusza wywiadu, gdzie tego typu „rozstrzelenie” jest możliwe. W ankiecie natomiast jego realizacja jest nie tylko niemożliwa (nie powstrzyma respondenta od spojrzenia na odpowiedź na poprzednie pytanie, jeżeli nawet znajduje się ono kilka stron wstecz), ale i w ogóle niecelowe. W ten sposób „szatkuje się” bowiem respondenta i uzyskuje wrywkowe i przypadkowe opinie. Powoduje to także, iż dialog taki staje się sztuczny i sprawia wrażenie chaotycznego.

pytamy ich o to i, być może, nie będą wtedy widzieli sensu odpowiadania w ogóle. I wreszcie, są to pytania „identyfikujące” co może, w odczuciu respondentów, pozostawać w sprzeczności z zapewnieniem o poufności badań.

Rzeczą oczywistą jest, iż bardzo trudno, a w wielu przypadkach niemożliwe jest, aby przy przygotowaniu kwestionariusza w pełni zrealizować wszystkie powyżej przedstawione zasady. Pamiętajć jednak należy, że najważniejsze, aby układ kwestionariusza nie potęgował uczucia znużenia i zmęczenia respondenta, a wprost przeciwnie, wzbudzał jego zainteresowanie.

Ustalając kolejność pytań w kwestionariuszu ankiety musimy liczyć się z wystąpieniem tzw. efektu kontekstu, a więc wzajemnym wpływem poszczególnych pytań lub ich sekwencji. O ile jednak w wywiadzie wpływ ten jest jednokierunkowy (jedynie pytania zadane uprzednio mogą oddziaływać na odpowiedzi na kolejne pytania), o tyle w ankiecie wpływ ten jest dwukierunkowy. Na udzieloną odpowiedź mogą bowiem oddziaływać nie tylko pytania wcześniejsze, lecz także pytania następujące po nim. Wynika to z tego, że respondent może zapoznać się z całym kwestionariuszem przed przystąpieniem do udzielania odpowiedzi (i z reguły, o czym wspominaliśmy, robi to). W sytuacji wywiadu respondent natomiast nigdy nie zna treści kolejnego pytania.

Mając ustaloną kolejność pytań przystąpić można do ich „stronicowania”, a więc formułowania poszczególnych stronice kwestionariusza ankiety. I w tym przypadku również wskazać można kilka dyrektyw (por. Dillman 1978: 135–149; Lutyńska 1984: 130–156):

1. Konstrukcja poszczególnych stronice kwestionariusza, jak i każdego pytania, musi być „graficznie przejrzysta”, tzn. musi być maksymalnie „czytelna”, a poszczególne elementy graficznie wyodrębnione. Stąd też, oprócz wyraźnej partycji kwestionariusza (można to osiągnąć poprzez nadawanie tytułów poszczególnym jego częściom) należy także zróżnicować krój i wielkość czcionek: niektóre partie tekstu „wytłuszczyć”, inne podkreślić itp. Poszczególne formy zróżnicowania tekstu winny być oczywiście związane z rodzajem przekazywanych respondentom treści. Dlatego też celowe jest:

– używanie małych czcionek w pytaniach i instrukcjach (ewentualnie, w tych ostatnich – kursywy), a dużych (lub wytłuszczonych) w odpowiedziach (alternatywach). Chodzi tutaj o to, aby poszczególne elementy pytań (pytanie, instrukcja, odpowiedź) wyraźnie i konsekwentnie od siebie odróżniać. Zasada ta w istotny sposób pomaga respondentom w udzielaniu odpowiedzi, „prowadząc” go przez cały kwestionariusz;

– drukowanie poszczególnych kategorii odpowiedzi (alternatyw) w układzie pionowym, tzn. jedna pod drugą, nie zaś poziomym (obok siebie). Układ taki zapobiega powstawaniu wielu błędów, np. nieumyślnemu opuszczeniu alternatyw, niewłaściwemu zakreszeniu (nie wiadomo, która z cyfr: po prawej czy po lewej stronie odpowiada wybranemu stwierdzeniu) itp. Poza tym, za pionowym

układem alternatyw przemawiają jeszcze względy psychologiczne (odczucie, że jest się coraz „dalej”), a także estetyczne (chodzi o tzw. „białe przestrzenie”, które sprawiają wrażenie „przejrzystości”);

– poszczególne kategorie odpowiedzi powinny być oznaczone kolejnymi numerami (które obwodzi respondent kółkiem) umieszczonymi z lewej strony. Niewskazane jest stosowanie „kratek” (kwadratowych pól kodowych, przeznaczonych do wpisywania przez respondenta numeru wybranej odpowiedzi bądź ich zakreslania) z dwóch powodów: po pierwsze, numeryczne oznaczenie kolejnych alternatyw umożliwia pominięcie etapu kodowania odpowiedzi respondenta, co minimalizuje koszty i niebezpieczeństwo pomyłek; po drugie zaś, technicznie trudniejsze jest wyedytowanie „kratki” niż napisanie cyfry. Podobnie, dwa względy przemawiają za tym, aby oznaczenia cyfrowe umieszczane były z lewej strony kategorii odpowiedzi. Po pierwsze dlatego, że jedne alternatywy są krótsze, inne dłuższe i w związku z tym umieszczając cyfry po prawej stronie, niektóre z nich byłyby bardziej, inne mniej oddalone od krańca stwierdzenia, a to z kolei zwiększałoby szansę pomyłki respondenta. Po drugie, czasami prosimy respondenta o dodatkowy komentarz do wybranego punktu kafeterii, a wtedy nie byłoby miejsca na jego wpisanie. Bardzo ważne jest także, aby we wszystkich pytaniach te same odpowiedzi (np. TAK–NIE) lub punkty skali, miały identyczne oznaczenia cyfrowe i, aby były one stosowane konsekwentnie, a więc przykładowo cyfra „1” zawsze odpowiadała kategorii „TAK”, cyfra „2” zaś – kategorii „NIE”. Rzeczą oczywistą jest, że jeśli przyjmuje się powyższe zasady dotyczące alternatyw, winny one być przestrzegane w całym kwestionariuszu;

– w przypadku pytań „tabelek” dążyć należy do ich maksymalnej przejrzystości, tzn. wyraźnie wyodrębnić „główkę” tabeli, oddzielić liniami ciągłymi kategorie odpowiedzi znajdujące się w „główce”, a także oddzielić liniami poziomymi (przerwanymi lub kropkowanymi) poszczególne podpunkty pytania. Rzeczą oczywistą jest, że aby „tabelka” taka była „przejrzysta”, nie może ona być zbyt skomplikowana i zbyt gęsto „kratkowana” (w przypadku, gdy nie można spełnić tego wymogu, lepiej jest rozbić tabelkę na dwie mniejsze lub na poszczególne pytania);

– w przypadku pytań otwartych należy pozostawić wystarczająco dużo wolnego miejsca na zapis odpowiedzi (minimum 3–4 wiersze);

– każde pytanie musi być kolejno ponumerowane (jest to bardzo ważne ze względu na jednoznaczność reguł przejść). Numeracja pytań powinna być jednolita, tzn. nie może być tak, iż jedno z nich oznaczone są cyframi arabskimi, inne rzymskimi;

– poszczególne pytania muszą być wyraźnie od siebie oddzielone (zachowanie tzw. „białych przestrzeni”). Również odstępy między wierszami w tekście poszczególnych pytań nie mogą być zbyt małe;

– każde pytanie w całości powinno znajdować się na tej samej stronie. „Przenoszenie” pytań może być dla respondenta nie tylko denerwujące, ale

i być przyczyną błędów (szczególnie, gdy udzielenie odpowiedzi na nie wiąże się z koniecznością „przewrócenia” kartki). Jednocześnie, nie można pozostawić np. 1/3 strony wolnej, nie zadrukowanej. Dlatego też, w sytuacji, gdy pytanie „nie mieści się”, należy zmienić porządek pytań (jednakże w ten sposób, aby nie zakłócało to ogólnej koncepcji ich układu), „wstawić” dodatkowe pytanie otwarte bądź też nieco „ściśnić” (lub „rozciągnąć”) poprzednie pytania;

– należy zachować „wersyjność” pytań (dla kobiet i dla mężczyzn), która oprócz wcześniej wskazanych efektów (naturalizacja i personalizacja przekazu oraz jego jasność językowa) w znacznym stopniu przyczynia się także do przejrzystości graficznej. Wspomnieć tutaj należy, że może pełnić ona jeszcze jedną, bardzo istotną funkcję metodologiczną. Otóż, zastosowanie ankiety pocztowej przynieść może, jak wskazaliśmy w analizach wyników omawianych badań, „efekt uboczny” w postaci uzyskiwania odpowiedzi od niewłaściwych respondentów. Sytuacja taka występuje, gdy np. mąż wypełnia kwestionariusz ankiety zamiast żony (lub odwrotnie), matka zamiast syna itp. Wydaje się, iż „wersyjność” pytań (i całego kwestionariusza) w pewnym, choćby niewielkim stopniu przeciwdziałać może takiemu „przekazywaniu” ankiety innym osobom – szczególnie osobom płci przeciwnej.

Wskazane zasady „graficznej przejrzystości” kwestionariusza oraz jego estetyki mają na celu, z jednej strony, ułatwienie respondentom wypełnianie ankiety, z drugiej zaś – minimalizację ewentualnych przejawów zniechęcenia czy znużenia, a co za tym idzie minimalizację prawdopodobieństwa popełniania błędów.

2. Konstrukcja kwestionariusza musi zapobiegać opuszczaniu przez respondentów poszczególnych pytań lub ich bloków. Zasada ta wiąże się z wymogiem maksymalnej jednoznaczności i jasności instrukcji do pytań (chodzi głównie o dyrektywy odpowiadania i tzw. reguły przejść). Instrukcje te pełnią bardzo ważną rolę, ponieważ, jak wykazały zaprezentowane analizy empiryczne, w dużym stopniu przesądzają one o wartości uzyskiwanych informacji. Ich brak lub niejasność zakłóca proces interrogacji, powodować może wzrost liczby odpowiedzi nieistotnych i nietrafnych (respondenci mogą bowiem odpowiadać bez zastanowienia). Jednocześnie, prawidłowe instrukcje minimalizują wysiłek związany z udzielaniem odpowiedzi na poszczególne pytania. W związku z tym:

– dyrektywy odpowiadania winny być zamieszczone przy każdym pytaniu i jednoznacznie wskazywać zadanie, jakie powinien wykonać respondent: podkreślić właściwą odpowiedź, wpisać w miejsce wykropkowane, podkreślić 3 wybrane odpowiedzi itp. Dyrektywy te umieszcza się zawsze w nawiasie, bezpośrednio po zasadniczej części pytania i drukuje inną czcionką niż treść pytania (np. małą czcionką lub kursywą). Zazwyczaj formuluje się je w formie bezosobowej: „Proszę podkreślić...”, „Proszę wpisać...”;

– reguły przejść są niezbędne w przypadku pytań, które odnoszą się tylko do niektórych respondentów (którzy udzielili odpowiedzi np. twierdzącej na pytanie poprzednie). Zamieszcza się je w nawiasach przy poszczególnych kategoriach odpowiedzi w następującym brzmieniu: „Proszę przejść do pytania nr ..., pomijając pytanie nr ...”.

Jeśli reguła odsyła do pytania zamieszczonego w dalszej części kwestionariusza, wskazane jest podanie numeru strony, na której ono się znajduje. Taka forma reguł przejść wydaje się wystarczająco jasna, a jednocześnie w pewnym zakresie „symuluje” naturalny dialog. Inny sposób postępowania w przypadku tego typu pytań to podzielenie stronicy na dwie części i „nawodnienie” respondentów strzałkami, do którego pytania powinni oni przejść, w zależności od wcześniej udzielonej odpowiedzi. Przy czym reguły przejść winny być w całym kwestionariuszu jednolite;

– w przypadku, gdy proste reguły przejścia nie wystarczają lub byłyby zbyt skomplikowane, należy wówczas umieścić w kwestionariuszu dodatkową instrukcję w formie uwagi, iż dane pytanie (lub blok pytań) dotyczy jedynie wybranej kategorii respondentów. Na przykład: „O udzielenie odpowiedzi na poniższe pytanie proszę jedynie w przypadku, gdy...”.

Tego typu uwagi zamieszcza się przed pytaniem, zazwyczaj w „ramkach”. Chodzi bowiem o to, aby wiadomo było, do którego pytania odnosi się uwaga oraz aby była ona wystarczająco wyeksponowana.

3. Konstrukcja kwestionariusza musi motywować i „dopingować” respondenta do odpowiadania na pytania. W tym celu:

– należy stosować „wprowadzenia” do poszczególnych bloków problemowych. Jak wspominałem, omawiając problem kolejności pytań, mają one za zadanie niejako uprzedzić badanego, iż kolejne pytania dotyczyć będą innych tematów i spraw, kierując go na inne tory myślenia (przewyciężą się tym samym efekt zaskoczenia). Sprawą bardzo istotną jest sformułowanie owych wprowadzeń: nie mogą być one zbyt długie (respondenci nie przeczytają ich w całości i wtedy zamiast ułatwiać, będą przeszkadzać), ani zbyt krótkie (nie będą wtedy pełniły zakładanej funkcji). Wprowadzeń tych nie może być także zbyt wiele;

– należy stosować „zdania wiążące”, dające efekt ciągłości i „naturalizujące” dialog. Mają one także na celu przełamanie monotonii długich serii pytań na ten sam temat bądź też wprowadzają poszczególne specyficzne pytania. Czasami stosuje się je bezpośrednio przed metryczką, aby poinformować respondenta, iż „zbliży się” on już do końca ankiety, co w dużym stopniu „podtrzymuje go na duchu”. Wprowadzenia i „zdania wiążące” są jednymi z niewielu narzędzi, którymi dysponuje badacz w celu stymulowania motywacji respondenta do udzielania odpowiedzi. Mogą one również, poprzez podkreślenie wagi jego opinii, „postawienie” respondenta w roli eksperta czy – ogólnie – dowartościowanie jego osoby – same w sobie stanowić element „nagrody”.

Przygotowując kwestionariusz pamiętać musimy przede wszystkim o tym, że nie może on jawić się respondentowi jako nieuporządkowany zbiór przypadkowych pytań. Od staranności przygotowania każdej ze stron kwestionariusza zależy może powodzenie badań: im więcej czasu, wysiłku i pracy włożymy w jego przygotowanie, tym lepszy będzie efekt końcowy.

Jako przykład realizacji większości powyższych zaleceń można przedstawić jedną ze stron kwestionariusza ankiety do badań „Aktualne sprawy kraju”²⁹.

Stronica kwestionariusza ankiety do badań „Aktualne sprawy kraju”

Ankieta ta nawiązuje do rozmowy, jaką przeprowadził z Panem współpracownik Polskiej Akademii Nauk. W rozmowie tej poruszano - między innymi - sprawy pracy zawodowej członków Pana rodziny (ojca i dziadka), a także Pana najbliższego znajomego. Inne pytania dotyczyły Pana warunków bytowych (w tym mieszkaniowych), a jeszcze inne - Pana opiniów politycznych i społecznych.

01. Czy przypomina Pan sobie wizytę naszego współpracownika?

- (1) **tak, przypominam sobie tę wizytę** (*Prosimy odpowiedzieć na pył. 02 i dalsze*)
 (2) **tak, ale nie pamiętam jej szczegółów** (*Prosimy odpowiedzieć na pył. 02 i dalsze*)
 (3) **jestem pewien, że taka wizyta nie miała miejsca** (*Prosimy odpowiedzieć na pył. 05, 12-15, 17-29 i załączyć ankietę*)

02. Jak nasz współpracownik prowadził z Panem rozmowę? Czy:

- (1) **odczytywał pytania z ankiety (formularza) i notował odpowiedzi**
 (2) **wręczył ankietę (formularz) i nie odczytywał pytań, a tylko notował odpowiedzi**
 (3) **zostawił ankietę (formularz) do wypełnienia i później ją odebrał**

czy (4) **w jeszcze inny sposób?** → Jaki?

03. Czy podczas tej rozmowy były takie pytania, na które trudno było Panu odpowiedzieć?

- (1) **nie**
 (2) **tak** → Jakich spraw pytania te dotyczyły?

.....

→ Na czym polegały trudności?

.....

04. Jeżeli ma Pan jakieś uwagi na temat wizyty naszego współpracownika i jego z Panem rozmowy, prosimy o ich przekazanie.

.....

²⁹ W pytaniach zamieszczonych na tej stronie brak dyrektyw dotyczących sposobu udzielania odpowiedzi, ponieważ zostały one zawarte w instrukcji ogólnej, wydrukowanej na wewnętrznej stronie okładki.

Jedną z ostatnich spraw związanych z konstrukcją kwestionariusza jest przygotowanie „tylnej” okładki, tzn. jej 3 i 4 strony. Trzecia strona, o ile nie zamieszczono na niej tekstu pytań, zawiera z reguły prośbę o ewentualne dodatkowe uwagi oraz podziękowanie za wypełnienie kwestionariusza. Prośba o dodatkowe uwagi jest sprawą bardzo istotną, ponieważ może przezwyciężyć jedną z głównych „słabości” tej techniki, którą jest brak ankietera. Respondenci mogą bowiem tutaj wpisywać nie tylko komentarze do badań (stanowiące rozwinięcie pewnych wątków wypowiedzi, uwagi na temat celowości badań, treści kwestionariusza, braku pewnych pytań itp.), ale także i uwagi związane z ogólniejszymi problemami, jakie mogły im się nasunąć w trakcie udzielania odpowiedzi. Możliwość ekspresji własnych opinii na dowolny temat może mieć zatem wartość „terapeutyczną”³⁰. W tym miejscu można również powtórzyć tę część listu wprowadzającego, która informuje, że w przypadku chęci zapoznania się z wynikami badania należy podać swoje nazwisko i adres na kopercie zwrotnej lub osobnej kartce (jest to, jak wspomniano, jeden z elementów „upodmiotowienia” kontaktu z respondentem). Bezwzględnie musi się tutaj także znaleźć formuła zawierająca podziękowanie za wypełnienie kwestionariusza, wraz z nazwiskiem i podpisem (najlepiej oryginalnym) badacza. Element ten „unaturalnia” całą sytuację badawczą i czyni ją bardziej personalną i nieanoniemową. Tekst zamieszczony na tej stronie okładki jest zatem bardzo ważny. Kwestionariusz nie może się bez niego obejść, ponieważ decyduje o ostatecznym wrażeniu z badania (zob. przykład na s. 176).

Przedstawiony tekst winien być zamieszczony w górnej części stronicy, a pod nim pozostawić należy wolne miejsce na wpisywanie uwag. Jeśli jest on zamieszczony na trzeciej stronicy, ostatnią pozostawiamy pustą, aby respondenci ewentualnie także mogli na niej zapisać ciąg dalszy swoich uwag i komentarzy.

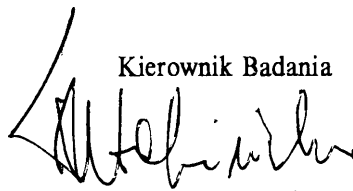
Przygotowując kwestionariusz musimy zwrócić uwagę jeszcze na kilka spraw. Pierwsza z nich to wymiary kwestionariusza. Jego pomniejszenie do formatu A5 („broszura”) wpływa na obniżenie kosztów przesyłki, a tym samym i całych badań. Sprawia on także wrażenie krótkiego, a więc takiego, którego wypełnienie nie zajmie wiele czasu. I wreszcie, świadczy o dużym wkładzie pracy włożonym w przygotowanie i produkcję kwestionariusza (czasami bowiem nie jest wystarczające mechaniczne zmniejszenie formatu, należy kwestionariusz edytować w małym formacie). Powyższe względy przemawiające za zmniejszonym formatem są z pewnością słuszne, ale zdają się ignorować jedną, bardzo istotną sprawę. Otóż, niektóre osoby, zwłaszcza

³⁰ W badaniu „Aktualne sprawy kraju” z takiej możliwości ekspresji własnych poglądów skorzystało ponad 50% respondentów. Wachlarz poruszanych w komentarzach problemów był bardzo szeroki, a w niektórych przypadkach ich autorzy personalnie prosili badaczy o listowną odpowiedź. Podobnie było w badaniu „Co myślimy o ankieterach?”, aczkolwiek jego przedmiot niejako ograniczał tematykę uwag, a tym samym i ich liczbę.

Bardzo proszę o przejrzenie całej ankiety i sprawdzenie, czy nie pominął Pan i nie zapomniał odpowiedzieć na któreś z pytań.

Jeśli ma Pan uwagi do pytań lub odpowiedzi, proszę wpisać je poniżej. Także poniżej może Pan wpisać te problemy, które w ankiecie – Pana zdaniem – zostały ujęte w sposób niewłaściwy, zbyt skrótowo lub w ogóle pominięte. Będę wdzięczny za wszystkie uwagi, które zostaną uwzględnione w opracowaniu niniejszych badań i projektach przyszłych.

**DZIĘKUJĘ BARDZO ZA UCZESTNICTWO W BADANIACH
I WYPEŁNIENIE ANKIETY**

Kierownik Badania

dr Franciszek Sztabiński

DODATKOWE UWAGI:

.....

.....

.....

.....

.....

DZIĘKUJĘ BARDZO

w starszym wieku, mogą mieć słaby wzrok i w związku z tym kłopoty z odczytywaniem tekstu drukowanego zmniejszoną czcionką. Dlatego też, czasami wydaje się bardziej celowe pozostanie przy formacie A4.

Drugą sprawą, na którą należy zwrócić uwagę, to druk kwestionariusza. Otóż, musi on być przede wszystkim wyraźny, na białym lub kolorowym papierze, metodą, która zapewnia czytelność. Rzeczą oczywistą jest, iż w kwestionariuszu nie może być jakichkolwiek błędów literowych. Okładka winna być usztywniona, a więc drukowana na kartonie (mimo iż podnosi to koszty materiałowe). Ogólnie, kwestionariusz musi wyglądać estetycznie i atrakcyjnie.

I wreszcie ostatnia, ale nie najmniej ważna sprawa, a mianowicie długość kwestionariusza³¹. Ogólnie panuje przekonanie, że kwestionariusz ankiety pocztowej musi być krótki: zbyt długi powoduje bowiem niebezpieczeństwo, iż uzyska się niższy odsetek zwrotów, a odpowiedzi będą mało wartościowe. Uzasadnia się to m.in. tym, że już sam widok grubego kwestionariusza może czasami działać „paraliżująco” na respondenta i wpływać na „odmowę” jego wypełnienia lub powodować udzielanie odpowiedzi „byle jakich”, na zasadzie „byle szybciej” (Lutyńska 1984: 147–148). Wydaje się jednak, iż równie „dobre” i „złe” wyniki można uzyskać zarówno w przypadku długiego, jak i krótkiego kwestionariusza ankiety. Jak wspominaliśmy, Don A. Dillman (1978: 55–56), na podstawie 50 prowadzonych przez siebie badań wysuwa wniosek, iż niezależnie od charakteru próby, brak jest istotnej różnicy w odsetku zwrotów kwestionariuszy krótkich (2–3-stronicowych) oraz długich – do 12 stron (lub do 125 pytań). Podobnie, odsetki zwrotów w przypadku dwóch omawianych wcześniej badań („Aktualne sprawy kraju” i „Co myślimy o ankieterach?”) są zbliżone, przy czym kwestionariusz do pierwszego liczył 42 pytania (6 stron), do drugiego natomiast – 143 pytania (21 stron). Wydaje się więc, że maksyma: „Im krótszy, tym lepszy” jest uproszczeniem, a nawet mitem. Nie oznacza to jednak, że w kwestionariuszu ankiety mogą się znaleźć pytania „na wszelki wypadek” lub „z których może wyjdzie coś ciekawego”. W ankiecie każde pytanie musi być przez badacza dokładnie przemyślane i ocenione z punktu widzenia jego przydatności przy rozwiązywaniu danego problemu badawczego.

Pilotaż kwestionariusza ankiety

Mimo wielu bardziej i mniej szczegółowych zaleceń i dyrektyw niemożliwe jest przygotowanie dobrego kwestionariusza od razu, za pierwszym razem. Czasami należy opracować kilka kolejnych wersji, aby w drodze konsultacji

³¹ Mówiąc o długości kwestionariusza należy pamiętać, że chodzi tutaj o liczbę pytań atomicznych, tzn. tych, na które respondenci mają udzielić odpowiedzi, nie zaś pytań numerowanych. Faktycznie bowiem liczba tych pierwszych jest z reguły znacznie większa niż drugich.

i pilotażu „wylapać” wszystkie ewentualne defekty konstrukcyjne i wybrać tę jedną, ostateczną (zob. Dillman 1978:155–159; Galtung 1967: 129–137; Goode, Hatt 1952: 145–146; Lutyńska 1974; 1975: 13–75; 1984: 173–205; Parten 1950: 55–59 i in.). Procedury stosowane w pilotażu ankiety są jednak, w przeciwieństwie do wywiadu kwestionariuszowego, bardzo ubogie i w mniejszym lub większym stopniu niedoskonałe. Celowe w związku z tym wydaje się przedstawienie kilku propozycji, które stać się mogą inspiracją dla badaczy.

Jeśli założy się, iż procedury pilotażowe jedynie „symulują” techniki stosowane w badaniach zasadniczych, to procedury te można uszeregować od tych, które są najbliższe ankiecie pocztowej („w pełni” symulują ją), do tych, które tylko pod pewnymi względami upodobniają się do niej. A zatem jeden kraniec owego *continuum* stanowiłby przypadek, w którym kwestionariusz sprawdza się stosując procedurę ankiety pocztowej, drugi zaś – w którym ten sam kwestionariusz sprawdza się praktycznie inną techniką, np. techniką ankiety indywidualnej pod kontrolą (Sztabiński 1981: 103–136; Wejland 1975: 77–94). Poniższe propozycje prezentują poszczególne „punkty” owego *continuum*:

1. Pierwsza z możliwych do zastosowania procedur polega na tym, iż pilotaż przeprowadza się przy zastosowaniu tej samej techniki, jaka ma być zastosowana w badaniach zasadniczych, z tą tylko różnicą, iż na niewielkiej próbie (ten typ pilotażu niczym zasadniczo nie różni się więc od badań wstępnych). Badacz rozsyła kwestionariusze ankiet do respondentów, nie zamieszczając w nich żadnych dodatkowych pytań pilotażowych. Sytuacja badania pilotażowego jest zatem identyczna jak w badaniu zasadniczym³². Efekty informacyjne, jakie może przynieść powyższa procedura, są jednak niewielkie. Badacz nie ma możliwości obserwacji respondenta podczas udzielania odpowiedzi, a tym samym nie ma wglądu w ewentualne trudności, które doprowadzić mogą do braku zwrotu ankiety. Oceny narzędzia i uzyskanych za jego pomocą informacji dokonać można jedynie na podstawie analizy zebranego materiału, a więc np. liczby odpowiedzi nieistotnych i przypadków zakłóceń procesu interogacji. Jednocześnie fakt, iż uzyskujemy odpowiedzi na wszystkie pytania, a odsetek zwrotów jest zadowolający, nie może świadczyć o tym, że wszystkie pytania są „dobre i łatwe”, a cały kwestionariusz poprawny.

2. Druga z możliwych procedur byłaby analogiczna do powyższej, przy czym do kwestionariusza dołączona byłaby „Ankieta o ankiecie”, która stanowiłaby dodatkowe źródło informacji przy ocenie narzędzia. Zawiera ona

³² Powyższe stwierdzenie należy opatrzyć jednakże pewnym zastrzeżeniem. Analogia sytuacji badawczych nie dotyczy całej, rozciągniętej w czasie interakcji, lecz jedynie pewnego ich fragmentu. Nie tylko bowiem w opisywanej procedurze, ale w ogóle, pilotaż ankiety sprawdza funkcjonowanie wyłącznie niektórych elementów narzędzia, nigdy zaś całości (tzn. listu wprowadzającego i kwestionariusza, z pominięciem monitów i podziękowań).

może pytania dotyczące sposobu wypełniania ankiety, sprawdzające rozumienie niektórych pytań z pilotowanego kwestionariusza oraz wskazanie tych, które sprawiły respondentowi trudności, kłopoty lub były dla niego drażliwe. Dodatkowo można prosić o ocenę narzędzia jako całości w kategoriach: trudny – łatwy czy też atrakcyjny – nieatrakcyjny.

3. Trzecia procedura zakłada pośrednictwo ankietera, który uświadamia respondentowi cel pilotażu i zadania, jakie się przed nim stawia, a następnie prosi o wypełnienie kwestionariusza ankiety. Ankieter, zostawiając kwestionariusz, umawia się z respondentem na określony termin w celu jego odbioru. Przy odbiorze ankieter przeprowadza z respondentem rozmowę mającą na celu zebranie szczegółowych uwag dotyczących pytań ankiety, z uwzględnieniem problemu rozumienia pytań (jasności użytych sformułowań, struktury pytania, rozumienia zadania), ich psychologicznej adekwatności (trudności, drażliwości) itp. Następnie respondent ocenia stopień trudności kwestionariusza jako całości, np. na 7-punktowej skali, i proszony jest o wskazanie tych pytań ankiety, które uważa za łatwe i niekłopotliwe, oraz tych, które uważa za trudne. Dodatkowo, zadaniem ankietera jest ustalenie czasu wypełniania ankiety przez respondenta³³. W tym przypadku istnieje jednak niebezpieczeństwo, iż wywiad o ankiecie nie w każdym przypadku dojdzie do skutku, ze względu na nieobecność respondenta w umówionym terminie.

4. Czwarta – kolejna procedura jest analogiczna do wyżej opisanej, a więc respondentowi uświadamia się cel i zadania pilotażu, ale ankietę wypełnia on w obecności ankietera, aczkolwiek bez jego pomocy. Ankieter bezpośrednio po wypełnieniu przez respondenta kwestionariusza przeprowadza wywiad o ankiecie. Obecność ankietera w trakcie badania gwarantuje przeprowadzenie wywiadu o ankiecie, a także dostarcza cennych danych obserwacyjnych. W tym przypadku wzrasta więc liczba dodatkowych informacji pozwalających na bardziej wnikliwą ocenę narzędzia.

5. Następną propozycja jest adaptacją koncepcji pilotażu pogłębionego do celów pilotażu ankiety (zob. Sztabiński 1981: 103–136). Procedura ta przewiduje, iż respondent wypełnia ankietę w obecności ankietera, lecz bez jego pomocy i udziału. Przed przystąpieniem do wypełniania ankiety udziela się respondentowi instrukcji, w której nie mówi się o celach badania (pilotaż), jednakże zastrzega się możliwość porozmawiania na temat pytań niejasnych lub trudnych (które respondent winien zaznaczyć i pominąć) po zakończeniu wypełniania ankiety. Podczas wypełniania ankiety przez respondenta, ankieter

³³ Opisana procedura zbliżona jest do niektórych elementów programu pilotażowego, zaproponowanego przez A.P. Wejlana w badaniach „Kwestionariusz ekspertyzy warunków pracy”, a także do procedury autoweryfikacji wywiadu kwestionariuszowego (Gostkowski 1976; Gostkowski, Sztabiński 1990).

notuje wszelkie spontaniczne uwagi wypowiedziane przez niego dotyczące kwestionariusza. Dodatkowo, w trakcie wypełniania ankiety, prowadzona jest obserwacja respondenta i jego zachowań, które wyniki są notowane przez ankietera. Ankieter notuje także czas wypełniania ankiety. Po zakończeniu wypełniania ankiety przez respondenta, ankieter zbiera szczegółowe uwagi dotyczące pytań ankiety. Wraz z respondentem przegląda on cały wypełniony kwestionariusz ankiety, zwracając uwagę przede wszystkim na opuszczone pytania oraz te, które, zgodnie z poczynioną przez niego obserwacją, wzbudzały jakiegokolwiek zastrzeżenia lub emocje. Dalsza rozmowa ma na celu wyjaśnienie powodów opuszczenia poszczególnych pytań, a także ocenę formalnej poprawności pytań (ich konstrukcji oraz logicznej poprawności układu alternatyw) i bloków pytań (reguł przejść i kolejności pytań w bloku); rozumienia pytań (jasności użytych wyrażen oraz rozumienia zadania, jakie stawia przed respondentem dane pytanie) oraz adekwatności pytań dla respondenta (adekwatności pytań wobec aparatury pojęciowej respondenta i adekwatności psychologicznej, a więc drażliwości pytań). Po zakończeniu rozmowy ankieter ma za zadanie sporządzić raport zawierający sprawozdanie z obserwacji podczas wypełniania ankiety oraz z rozmowy po wypełnieniu ankiety.

Tym, co zbliża wyżej opisaną procedurę do pilotażu pogłębionego, jest przede wszystkim sposób zdobywania dodatkowych informacji umożliwiających analizę odpowiedzi respondenta. W przypadku pilotażu pogłębionego wywiadu kwestionariuszowego ankieter ingeruje w tok rozmowy od razu po otrzymaniu odpowiedzi na pytanie. Natomiast w przypadku omawianej procedury informacje te uzyskuje się w trakcie wywiadu o ankiecie, po wypełnieniu przez respondenta całej ankiety (jest więc to analogiczna sytuacja, przy czym proces zdobywania dodatkowych informacji jest przesunięty w czasie). Co więcej, procedura ta zawiera także takie elementy koncepcji pilotażu pogłębionego, jak obserwacja dodatkowych zachowań werbalnych i niewerbalnych respondenta, sytuacji badania, pytania własne pilotażowe itp. (Lutyńska 1975: 31–39).

6. Kolejna procedura pilotażowa jest propozycją Don A. Dillmana (1978: 155–159). Przyjmuje się w niej, iż głównym celem pilotażu jest sprawdzenie nie tylko poszczególnych pytań, ale także kwestionariusza jako całości, a więc odpowiedź na pytanie, czy kwestionariusz wywołuje na tyle pozytywne wrażenie, aby motywować respondentów do udzielania odpowiedzi? Projekt kwestionariusza powinien być, zdaniem Dillmana, oceniany przez trzy grupy ludzi. Pierwsza grupa to współpracownicy, będący w tym zakresie ekspertami. Ich zadaniem jest ocena kwestionariusza z punktu widzenia jego poprawności jako całości, poprawności poszczególnych pytań, a także i tego, czy realizuje on w pełni zapotrzebowanie badawcze. Tego typu pogłębione i krytyczne spojrzenie doświadczonych badaczy na kwestionariusz jest, zdaniem Dillmana, bardzo wskazane, ponieważ czasami sam autor nie jest w stanie dostrzec

pewnych jego wad. Jest to najlepszy i najprostszy (ale niewystarczający) sposób sprawdzenia kwestionariusza. Druga grupa ludzi „testujących” kwestionariusz, to potencjalni użytkownicy wyników badań, a więc np. politycy, kadra kierownicza, administratorzy, będący jednocześnie ekspertami w danej dziedzinie czy problematyce. Ich uwagi i oceny także w znacznym stopniu przyczynić się mogą do eliminacji ewentualnych „potknięć” badacza. Trzecia grupa to respondenci, a więc osoby z próby, która ma zostać objęta badaniem. Każdego z nich informuje się ogólnie o badaniu i celach pilotażu, a następnie daje cały kwestionariusz wraz z listem wprowadzającym i prosi o jego wypełnienie w obecności ankietera. Ankieter ma za zadanie wyłapać wszystkie stwierdzenia typu „nie rozumiem”, a także prowadzić obserwację respondenta, odnotowując wszelkie objawy wahania, zastanawianie się itp. Od respondenta zasadniczo oczekuje się, aby wskazał co jest „źle” w kwestionariuszu, czego nie wiedział lub na które pytania nie mógł odpowiedzieć, nie zaś, aby wskazał konkretne sposoby „naprawienia” ankiety. Jeśli kwestionariusz był konsultowany przez dwie pierwsze grupy, to, wg Dillmana, „właściwy” pilotaż zasadniczo nie powinien wykazać większej liczby błędów w kwestionariuszu.

7. Inna procedura zakłada, że pilotaż przeprowadzany jest grupowo, audytoryjnie i przewiduje jedno lub serię spotkań z jego uczestnikami – respondentami. Badanych zapoznaje się z celem badania i wyjaśnia, iż mają one służyć przygotowaniu ostatecznej wersji ankiety. Po wypełnieniu kwestionariusza przeprowadza się „intensywną” dyskusję w celu zidentyfikowania wszystkich pytań trudnych, niezrozumiałych itp. (owa grupowa dyskusja wydaje się szczególnie przydatna do sprawdzenia jednoznaczności rozumienia pytań i ewentualnej wielości ich interpretacji). Po zebraniu i wstępnym opracowaniu wyników ankiety oraz dyskusji, badacz powtórnie spotyka się z badanymi w celu omówienia wyników pilotażu. Jednocześnie proponuje respondentom nową wersję niektórych pytań (uwzględniającą sugestie poprzednio wysunięte przez samych badanych), z prośbą o ich powtórna ocenę. Dopiero ocena ta i uwagi respondentów decydują o ostatecznym kształcie kwestionariusza ankiety. W ten sposób badani stają się niejako „współautorami” końcowej wersji ankiety (por. Korczyk 1978: 77–92).

Możliwe jest wskazanie jeszcze innych procedur pilotażowych, jak choćby procedura z użyciem „one side looking glass” – w której respondent byłby obserwowany podczas wypełniania kwestionariusza ankiety nie wiedząc o tym – a która zbliżałaby procedurę pilotażową do swego rodzaju paraeksperymentu.

Większość z przedstawionych powyżej procedur pilotażowych jedynie w pewnym stopniu odtwarza sytuację „zwykłej” ankiety. Istotną ich cechą (choć nie wszystkich) jest obecność ankietera w trakcie wypełniania przez respondenta ankiety. Można wskazać kilka względów przemawiających za stosowaniem takich właśnie procedur. Po pierwsze, pozwalają one na zebranie większej liczby informacji, mimo iż odbywa się to kosztem zmniejszenia stopnia

podobieństwa do „zwykłej” ankiety. Po drugie, jak wynika z doświadczeń terenowych, gdy ankieta nie jest wypełniana pod „kontrolą” ankietera, wywiad o ankiecie nie zawsze dochodzi do skutku, ze względu na nieobecność respondenta w umówionym terminie (unika się tego w przypadku, gdy rozmowa o ankiecie przeprowadzana jest bezpośrednio po zakończeniu wypełniania ankiety). Trzecim powodem jest możliwość przeniesienia doświadczeń i wniosków z tego typu pilotażu na inne techniki ankietowe, a więc i te, w których uczestnictwo w procesie komunikowania nie jest nadzorowane przez badacza.

Jednakże wybór procedury pilotażowej, którą zamierzamy zastosować, nie może być mechaniczny ani przypadkowy. Badacz musi każdorazowo sam rozstrzygnąć, czy wybrać tę procedurę, która w największym stopniu „symuluje” technikę ankiety pocztowej, ale jednocześnie przynosi minimalną liczbę informacji, czy też tę, która wprawdzie różni się od techniki zasadniczej, ale jest efektywna, przynosi bardzo wiele informacji pozwalających na dokonanie dogłębnej oceny narzędzia.

Podobnie jak wybór procedury pilotażowej, bardzo ważną sprawą jest dobranie respondentów do badań sprawdzających. Winni oni być dobrani w ten sposób, aby reprezentowali całą próbę z badań zasadniczych, stanowili jej miniaturę. Jednocześnie zadbać należy o to, aby znalazły się w niej osoby z krańcowo odmiennych grup – np. ludzie o wysokim poziomie wykształcenia i o niskim, ludność miejska i wiejska itd. Chodzi bowiem o to, aby uzyskać informacje na temat kwestionariusza od przedstawicieli praktycznie wszystkich grup stanowiących próbę do badań zasadniczych.

Listy ponagłające

Listowne przypomnienie o „konieczności” wypełnienia i zwrotu kwestionariusza, zwane listem ponagłającym, upomnieniem lub po prostu monitem, jest kolejnym, bardzo ważnym elementem narzędzia badawczego. Przyczynia się bowiem w sposób istotny do zwiększenia odsetka zwrotów wypełnionych kwestionariuszy³⁴. Procedura monitów oparta jest w dużym stopniu na doświadczeniach związanych z motywowaniem ludzi do udziału w badaniach w sytuacji wywiadu. Zakłada się zatem, iż monit winien przekazywać dodatkowe informacje o samym badaniu, jego celowości, a także zawierać argumenty mające na celu skłonienie respondenta do wypełnienia ankiety. Monit niestety „nie może odpowiadać i dyskutować” z respondentem i musi być ujednoczony, mimo iż różne argumenty przemawiają do różnych ludzi.

³⁴ Zdaniem Dillmana (1978: 180), bez monitów odsetek zwrotów byłby zazwyczaj o połowę niższy. Podobne stwierdzenie można także wysnuć na podstawie analizy „fal” zwrotów w analizowanych wcześniej badaniach.

Zazwyczaj stosuje się kilka monitów (od 2 do 3), przy czym każdy z nich różni się nieco od poprzedniego, zawiera nieco inną argumentację, a zatem pełni odmienne funkcje.

Pierwszy monit powinien „przypominać” respondentom o wypełnieniu kwestionariusza. Z reguły znaczna część ludzi wypełnia ankietę zaraz po jej otrzymaniu – największa fala kwestionariuszy napływa bowiem w ciągu pierwszych kilku dni. Potem liczba zwrotów maleje. Nie jest to jednak spowodowane „odmowami”, lecz „odłożeniem kwestionariusza na później”, a wiadomo, iż wtedy zazwyczaj już się go nie wypełnia. Dlatego też I monit ma na celu nie tyle przezwyciężenie „oporu”, ile przypomnieć i dodatkowo motywować respondenta do wypełnienia kwestionariusza.

Sprawą bardzo istotną jest układ oraz treść monitu. Winien on zawierać następujące elementy:

- informacje dotyczące sponsora badań, a więc nazwę, adres oraz numery telefonów instytucji realizującej badanie, a także nazwisko, funkcję i tytuł naukowy osoby kierującej badaniem. Informacje te winny być więc identyczne, jak zawarte w liście wprowadzającym. Podobnie, sama grafika nagłówka monitu winna być identyczna. Sprzyja to w znacznym stopniu „rozpoznawalności” nadawcy przesyłki;

- data wysyłki;

- „logo” badania;

- adresat przesyłki, który powinien być również określony w sposób analogiczny do zawartego w liście wprowadzającym (chodzi tutaj o wersyjność, w zależności od płci respondenta, sformułowań „Szanowna Pani”, „Szanowny Panie”);

- nawiązanie do poprzedniego listu oraz krótka informacja o badaniu. Element ten jest bardzo istotny, ponieważ do niektórych respondentów poprzednia przesyłka mogła nie dotrzeć (np. ze względu na zły adres, zaginięcie, nieprzekazanie respondentowi);

- upomnienie oraz prośba o jak najszybsze wypełnienie i zwrot kwestionariusza;

- podkreślenie społecznej użyteczności badań oraz wagi odpowiedzi respondenta dla powodzenia całego przedsięwzięcia;

- informacja na temat możliwości bezpośredniego kontaktu z badaczem lub otrzymania następnego egzemplarza kwestionariusza;

- własnoręczny podpis badacza.

Zawartość i charakter monitu przypomina zatem pod wieloma względami list wprowadzający. Chodzi tutaj głównie o te elementy, które „naturalizują” proces badawczy i „personalizują” przekaz („wersyjność”, nieanonimowość badacza, własnoręczny podpis, „nieurzędowy” ton listu itp.). Poniżej zamieszczamy kopię monitu zastosowanego w badaniach „Co myślimy o ankietach?”

Monit zastosowany w badaniach „Co myślimy o ankieterach?”



IFiS PAN
OŚRODEK REALIZACJI
BADAŃ SOCJOLOGICZNYCH

Polska Akademia Nauk
Instytut Filozofii i Socjologii
Ośrodek Realizacji Badań Socjologicznych
00-330 Warszawa, ul. Nowy Świat 72
tel.: 26. 96. 17.

Kierownik ORBS: prof. dr Henryk Domański
Kierownik badań: dr Paweł B. Sztabiński

CO MYŚLIMY O ANKIETERACH?
ANKIETA DO UCZESTNIKÓW BADAŃ PGSS '94



Szanowna Pani,

W maju bieżącego roku Ośrodek Realizacji Badań Socjologicznych IFiS PAN we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim prowadził badania "Polski Generalny Sondaż Społeczny". Po ich zakończeniu do wszystkich osób uczestniczących w badaniach wysłaliśmy pocztą ankietę, zatytułowaną "Co myślimy o ankieterach ?" Za pomocą tej ankiety chcemy dowiedzieć się, co badani myślą o naszych współpracownikach i przeprowadzonej rozmowie.

Jeżeli była Pani łaskawa wypełnić już i odesłać Ankiety, bardzo serdecznie dziękujemy za współpracę.

Jeżeli jednak do tej pory Pani tego nie zrobiła, nie miała Pani czasu lub możliwości odpisać, ponownie prosimy o wypełnienie Ankiety i odesłanie jej jak najszybciej: najlepiej jeszcze dziś lub jutro.

Zwrot każdej wypełnionej Ankiety jest bardzo ważny. Tylko w ten sposób możemy dowiedzieć się, czy materiały zbierane przez naszych ankieterów są rzetelne i trafnie odzwierciedlają opinie i poglądy badanych osób. Ma to dla nas podstawowe znaczenie, gdyż udostępniając wyniki naszych badań naukowcom w kraju i za granicą musimy dokonać oceny ich trafności.

Ponieważ Pani udział jest warunkiem powodzenia tych badań, dlatego zwracamy się z powtórzną prośbą o osobiste wypełnienie Ankiety "Co myślimy o ankieterach ?" i jej szybkie odesłanie.

Jeżeli Ankieta do Pani nie dotarła lub zaginęła, bardzo prosimy do nas napisać lub zatelefonować (na nasz koszt). Następnym egzemplarz Ankiety zostanie Pani wysłany natychmiast.

Z poważaniem

Henryk Domański

Paweł B. Sztabiński

Warszawa, dn. 20. 06. 1994.

W literaturze metodologicznej niejednokrotnie proponuje się, aby I monit zawierał, obok wskazanych elementów, także podziękowanie dla tych respondentów, którzy już wypełnili i odesłali kwestionariusz ankiety (m.in. Dillman 1978: 184). Pod wieloma względami propozycja ta jest słuszna, niemniej jednak własne doświadczenia badawcze wskazują, iż tego typu rozwiązanie może okazać się mało efektywne. W wielu bowiem przypadkach podziękowanie zawarte w monicie niejako „umyka” respondentowi czy też jest nie zauważane, a w jego świadomości pozostaje jedynie to, iż badacz zwraca się z prośbą o zwrot kwestionariusza, który on już wypełnił i odesłał. Tego typu niepełny odbiór przekazu rodzi pewnego rodzaju dysonans, wywołuje konsternację: „przecież odesłałem już ankietę, a w tym liście domagają się jej zwrotu”. W tej sytuacji część respondentów telefonuje do badacza, część pisze listy, pragnąc wyjaśnić nieporozumienie i potwierdzić zwrot kwestionariusza, a jeszcze inni „pozostają w niepewności”³⁵. Pragnąc uniknąć lub zapobiec powstawaniu tego typu sytuacji, należy przyjąć inną procedurę postępowania. Otóż I monit wysyła się jedynie do osób, które nie dokonały zwrotu kwestionariusza, pomijając oczywiście fragment zawierający „podziękowanie”. Natomiast osobom, które odesłały ankietę, wysyła się specjalnie przygotowane „podziękowanie” za udział w badaniu (mogą one być wysyłane sukcesywnie lub wszystkie razem po zakończeniu badań). Procedura taka, zgodna z przyjętym wcześniej rozstrzygnięciem, w myśl którego „podziękowanie” traktuje się jako odrębny element narzędzia badawczego, pozwala uniknąć wspomnianych kłopotliwych sytuacji, a jednocześnie nie podnosi kosztów badania.

Drugi monit różni się nieco charakterem i zawartością od pierwszego. Przede wszystkim powinien być nieco bardziej „oficjalny” i stanowczy, przy czym nie na tyle, aby wywołać negatywną reakcję. W odróżnieniu od I winien być to list, który wysyłany jest wraz z dodatkowym egzemplarzem kwestionariusza, ponieważ po upływie kilkunastu dni respondent mógł zgubić ankietę lub po prostu ją wyrzucić³⁶.

II monit powinien zawierać następujące elementy:

- informacje dotyczące sponsora badań, a więc: nazwę, adres oraz numery telefonów instytucji realizującej badanie (można tutaj pominąć informacje dotyczące osoby kierującej badaniem);
- data wysyłki;
- „logo” badania;

³⁵ Takie sytuacje występowały w trzech spośród omawianych wcześniej badań: „Co myślą mieszkańcy Łodzi o strajku studentów i jak go oceniają?”, „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej” oraz „Aktualne sprawy kraju”. Nie zdarzały się jedynie w badaniu „Co myślimy o ankietach?”, w których przypadku zrezygnowano ze wspomnianego akapitu.

³⁶ Wysyłając dodatkowy kwestionariusz należy jednak pamiętać, aby nanieść na nim numer ewidencyjny. W innym przypadku może się zdarzyć, iż od tego samego respondenta otrzymać możemy dwa wypełnione kwestionariusze.

- adresat przesyłki, określony w zależności od płci;
- nawiązanie do poprzedniego listu, przy czym wyraźnie mówi się o tym, iż adresat jest jedną z osób, które do chwili obecnej nie odesłały wypełnionego kwestionariusza. Przykładowo fragment ten zredagować można w sposób następujący:

Szanowna Pani,

Wraz z grupą pracowników Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk podjęliśmy badania socjologiczne dotyczące problemów bytu i współżycia społecznego. W związku z tym 3 tygodnie temu wysłaliśmy do Pani ankietę „Aktualne sprawy kraju” z prośbą o jej wypełnienie i jak najszybszy zwrot. Jednakże do dnia dzisiejszego nie otrzymaliśmy od Pani zwrotu wypełnionej ankiety.

- podkreślenie społecznej użyteczności oraz wagi badania i odpowiedzi respondenta. Chodzi tutaj o to, aby uświadomić respondentowi, iż „specjalnie się nim interesujemy” i że to właśnie od niego zależy powodzenie badań. Można zastosować w tym celu poniższy tekst:

Rozpoczęliśmy te badania w przekonaniu, iż w obecnej sytuacji kraju opinie ludzi na temat dokonujących się przemian i przeobrażeń są bardzo ważne i powinny być brane przy podejmowaniu decyzji.

Każda wypełniona ankieta ma dla nas ogromne znaczenie. Pani nazwisko, jako jedno z nielicznych, wylosowane zostało spośród wszystkich dorosłych mieszkańców naszego kraju. Dlatego też, aby nasze badania były rzeczywiście użyteczne, a rezultaty trafnie odzwierciedlały opinie Polaków, każda z wylosowanych osób musi wypełnić i zwrócić ankietę. Chodzi też o to, aby to właśnie Pani, a nie ktoś inny wypełnił ankietę. Pani odpowiedzi są dla nas bardzo cenne.;

- informacja na temat możliwości bezpośredniego kontaktu z badaczem;
- informacja o przesłaniu dodatkowego kwestionariusza w przypadku zaginięcia lub zagubienia poprzedniego egzemplarza;
- własnoręczny podpis badacza wraz z tytułem naukowym oraz jego funkcją. Informacje te, zamieszczone w tym miejscu mają na celu, w przeciwieństwie do poprzednich, pewne „uoficjalnienie” przekazu.

Celem dodatkowego „zamotywowania” respondenta można w *postscriptum* zamieścić poniższą uwagę:

PS. Wiele osób zwraca się do nas z pytaniem, kiedy będą mogli zapoznać się z wynikami badania. Jeśli Pani także jest zainteresowana tymi wynikami, prosimy, aby odsyłając wypełnioną ankietę, napisała Pani swoje nazwisko i adres na kopercie lub osobnej kartce. Z przyjemnością prześlemy Pani egzemplarz tego opracowania.

Stosując III monit, pamiętać musimy, iż jest to już czwarta z kolei i z reguły ostatnia próba nawiązania kontaktu z respondentem. W związku z tym monit ten, wraz z kolejnym egzemplarzem kwestionariusza można wysłać przesyłką

poleconą. Ten rodzaj przesyłki podnosi co prawda ogólne koszty badania, ale pozwala ustalić prawie w sposób jednoznaczny, czy przesyłka w ogóle dotarła do respondenta³⁷. Poza tym, polecony charakter przesyłki w oczach niektórych ludzi (np. osób starszych, o niższym poziomie wykształcenia) podnosić może jej „wagę” i przyczynić się tym samym do wzrostu odsetka o około 4-9 punktów procentowych w porównaniu z sytuacją, gdy III monit wysyłany jest przesyłką „zwykłą” (Dillman 1978: 189)³⁸.

Monit ten powinien zawierać następujące elementy:

– informacje dotyczące sponsora badań, a więc: nazwę, adres oraz numery telefonów instytucji realizującej badanie, a także informacje dotyczące osoby kierującej badaniem. Nagłówek listu winien być zatem identyczny jak w liście wprowadzającym i I monicie;

– data wysyłki;

– „logo” badania;

– adresat przesyłki, określony wersyjnie, w zależności od płci odbiorcy;

– nawiązanie do poprzednich listów, z podkreśleniem, iż do tej pory nie otrzymaliśmy wypełnionego kwestionariusza;

– podkreślenie wagi odpowiedzi respondenta oraz społecznej użyteczności badania. Wykorzystać można tutaj następujący tekst:

Do tej pory otrzymaliśmy bardzo dużo zwrotów wypełnionych ankiet. Moglibyśmy na ich podstawie zaprezentować opinie Polaków na temat obecnych przeobrażeń. Wcześniejsze doświadczenia wskazują jednak, że osoby, które zwracają ankiety z pewnym opóźnieniem, mają z reguły inne opinie niż ci, którzy czynią to wcześniej. Dlatego też Pana wypowiedzi są dla nas aż tak ważne.

Badanie przez nas podjęte jest jednym z nielicznych tego typu i może mieć bardzo duże znaczenie. Ich wartość i użyteczność zależy jednak od tego, czy wszyscy biorący w nim udział, a więc i Pan, podejmą współpracę z nami i odesłają wypełnioną ankietę.

– uzasadnienie „polecenia” przesyłki i prośba o wypełnienie kwestionariusza. Ten fragment można z kolei zredagować w sposób następujący:

Ze względu na to, iż być może poprzednie nasze listy nie dotarły do Pana, obecny wysyłamy przesyłką poleconą. Dołączamy również egzemplarz ankiety. O ile można, prosimy go wypełnić i odesłać tak szybko jak jest to możliwe. Pana udział w badaniach jest dla nas bardzo ważny.

– własnoręczny podpis badacza (z pominięciem tytułu naukowego oraz i funkcji).

³⁷ Sprawa ta jest niezwykle ważna dla ustalenia liczby jednostek „nieosiągalnych”, co z kolei, jak wspominałem, jest podstawą właściwego obliczenia odsetka uzyskanych materiałów.

³⁸ Warto jednak wspomnieć, iż w niektórych przypadkach efekt „polecenia” przesyłki może być wprost przeciwny i zdenerwować niektóre osoby. W literaturze opisany jest przypadek respondenta, który musiał przebyć 40 mil, aby odebrać przesyłkę poleconą, zawierającą monit i kwestionariusz (Slocum, Empey, Swanson 1956: 221-225).

Należy tutaj podkreślić, iż III monit przyczynić się może w znaczący sposób nie tylko do wzrostu ogólnego odsetka uzyskanych materiałów, lecz również ma istotne znaczenie dla reprezentatywności zrealizowanej w ankiecie próby. Liczne badania wskazują bowiem, iż reakcją na III monit wysłany listem poleconym jest zwrot kwestionariuszy od grupy respondentów niedoreprezentowanych w zwrotach wcześniejszych (np. osoby starsze, o niższym poziomie wykształcenia). Dzięki temu próba zrealizowana w ankiecie staje się praktycznie próbą reprezentacyjną, a przynajmniej nie różni się od prób realizowanych przy zastosowaniu wywiadu kwestionariuszowego, w których przypadku przyjmuje się zazwyczaj, iż są one reprezentacyjne (Hox, De Leeuw, Duijx 1984).

Omawiając problemy związane ze stosowaniem monitów podnieść należy jeszcze jedną sprawę. Otóż, wcześniej wspomnieliśmy, że w różnych badaniach stosuje się różną liczbę monitów: w niektórych jeden, w innych trzy lub więcej, a w jeszcze innych w ogóle nie są one wysyłane. Don A. Dillman (1978) jako optymalną liczbę proponuje trzy monity. Nie wyklucza to jednak możliwości dodatkowego „telefonicznego” przypominania respondentowi o wypełnieniu kwestionariusza lub nawet wysłania karty pocztowej w formie IV monitu. Pamiętać jednak należy, że byłby to już piąty z kolei kontakt z respondentem, a w przypadku, gdy przewidujemy wysłanie podziękowań, byłoby ich w sumie aż sześć! W związku z tym, decydując się na wysłanie czwartego lub kolejnego monitu, należy rozważyć, czy jest to opłacalne, tzn. czy nakłady nie będą za wysokie w stosunku do efektów, a także czy nie wywoła to wręcz przeciwnego skutku, tzn. czy nie „zdenerwuje” respondenta. Określenie optymalnej liczby monitów na trzy nie wyklucza także zastosowania mniejszej ich liczby. Na przykład, jeśli stosujemy tylko dwa monity, to II z nich powinien zasadniczo zawierać typ argumentacji właściwy trzeciemu z przedstawionych powyżej lub też łączyć argumenty zawarte w II i III monicie.

Warto także wspomnieć, iż w niektórych badaniach w ostatnim monicie (niezależnie od ich liczby) informuje się respondentów o tym, iż do niektórych z nich skierowani zostaną współpracownicy badacza w celu przeprowadzenia rozmów. Motywuje się to „chęcią pogłębienia wybranych problemów poruszanych w ankiecie” bądź „koniecznością uzyskania odpowiedzi od wszystkich wylosowanych osób”. Informacja taka z reguły bardzo „dopinguje” nawet najbardziej „opornych” respondentów i sprawia, iż odsetek zwrotów wzrasta nawet o 18 punktów procentowych (Goudy 1976). Tego typu „dodatkowy bodziec” zastosowano także w stosunku do respondentów w II monicie w badaniach „Aktualne sprawy kraju” oraz „Co myślimy o ankieterach?” (w obu tych badaniach, między innymi ze względu na konieczność skrócenia okresu ich realizacji, zdecydowano się na wysłanie jedynie dwóch monitów). Ten fragment przekazu sformułowany został w sposób następujący:

Do wybranych osób, które nie zdecydują się na odesłanie ankiety zamierzamy skierować naszych współpracowników, aby mogli oni z tymi osobami prze-

prowadzić rozmowy na tematy poruszane w ankiecie. Ewentualne wizyty naszych współpracowników będą miały miejsce w czerwcu br. Zależy nam na tym, aby uzyskać informacje od każdej z wylosowanych osób. Gdyby nie zdecydował się Pan na odesłanie ankiety, prosimy o życzliwe przyjęcie naszego współpracownika i udzielenie mu tak cennych dla nas informacji.

Poszczególne monity są, na co zwracałem uwagę, pod wieloma względami do siebie bardzo podobne: we wszystkich trzech pojawia się bowiem wątek dotyczący społecznej użyteczności badań, wagi udziału w badaniach oraz odpowiedzi respondenta itd. Jest jednakże rzeczą niezwykle istotną, aby w kolejnych monitach nie „powielać” tych samych sformułowań i nie stosować tego samego typu argumentacji. Ogólnie można powiedzieć, że w poszczególnych listach należy pisać „to samo, ale inaczej”, innymi słowami. Przykładowo, we wspomnianych wcześniej badaniach dotyczących postaw nauczycieli wobec uczniów niepełnosprawnych, w kolejnych przekazach zastosowano następujące różne sformułowania, mówiące o sposobie doboru respondentów:

– list wprowadzający: *Do badań wylosowanych zostało 1000 szkół podstawowych z terenu całego kraju. Wśród nich znalazła się również Pana Szkoła, a spośród pracujących w niej wychowawców, losowo dobrany został właśnie Pan;*

– I monit: *Ankiety zostały wysłane do niewielkiej, dobranej w sposób losowy grupy nauczycieli. Jest Pan jedynym spośród wszystkich pedagogów tej Szkoły, do którego zwróciliśmy się z prośbą o wypełnienie ankiety; Pana Szkoła zaś jedną z 1000 Szkół Podstawowych, wylosowanych spośród 17564 – istniejących w naszym kraju;*

– II monit: *Pana Szkoła wylosowana została spośród wszystkich 17 564 szkół podstawowych z terenu całego kraju. Wszystkie Szkoły miały jednakową szansę. Aby badania te były rzeczywiście użyteczne, a rezultaty trafnie odzwierciedlały różne aspekty funkcjonowania uczniów niepełnosprawnych każdy wylosowany nauczyciel z każdej wylosowanej Szkoły powinien wypełnić i zwrócić ankietę.*

Podkreślić należy tutaj jeszcze jedną ważną sprawę. Otóż każdy z monitów winien być przygotowany bardzo starannie pod względem graficznym. Chodzi tutaj nie tylko o „nagłówek” i „logo”, zapewniające łatwą „rozpoznawalność” przekazu, ale także odpowiednie rozmieszczenie poszczególnych fragmentów tekstu, podkreślenia czy wytłuszczenia niektórych sformułowań itp. Szata graficzna każdego z przekazów winna odzwierciedlać wkład pracy włożony w jego przygotowanie. Oczywiście są to sprawy czysto techniczne, niejako drugoplanowe, ale mogące przyczynić się do sukcesu bądź niepowodzenia całych badań.

Podziękowanie

Ostatnim, ale nie najmniej ważnym elementem narzędzia badawczego jest podziękowanie. Jest ono werbalną gratyfikacją (o ile nie są przewidziane nagrody materialne) dla tych wszystkich, którzy odesłali wypełniony kwestionariusz ankiety. Bez wątpienia przekaz ten podnosi ogólny koszt badania, ale jednocześnie stanowi potwierdzenie „wysokiej oceny” i „pozytywnego obrazu” respondenta, a tym samym pewną rekompensatę za czas i wysiłek związany z wypełnieniem kwestionariusza. Nie bez znaczenia jest także to, iż list ten pozostawia „dobre wspomnienie” i w ten sposób „pozytywnie nastawia” respondenta do ewentualnego udziału w innych, przyszłych badaniach, niekoniecznie prowadzonych przez nas.

List ten powinien zawierać:

- informacje dotyczące sponsora badań, a więc nazwę, adres oraz numery telefonów instytucji realizującej badanie, a także informacje dotyczące osoby kierującej badaniem;

- data wysyłki;

- „logo” badania;

- adresat przesyłki, określony wersyjnie, w zależności od płci odbiorcy;

- nawiązanie do listu wprowadzającego, określającego problematykę i cel badań;

- podkreślenie znaczenia i wagi odpowiedzi respondenta oraz jego „współudziału” w końcowym sukcesie badań;

- zapewnienie o gotowości przesłania kopii rezultatów badań (o ile poprzednio taka możliwość została przedstawiona). Można to zrobić w następującej formie:

O ile wyraził Pan chęć zapoznania się z wynikami badania, zgodnie z zapowiedzią, natychmiast po opracowaniu materiałów, prześlę Panu jeden z egzemplarzy raportu;

- własnoręczny podpis badacza wraz z tytułem naukowym oraz funkcją. Informacja dotycząca tytułu i funkcji badacza ma na celu nie tyle „uoficjalnienie” przekazu (w przeciwieństwie do II monitu), co nadanie pewnej rangi całemu przedsięwzięciu badawczemu i znaczenia uczestnictwa w nim respondenta. W badaniu „Co myślimy o ankieterach?” przekaz ten został przygotowany w poniższy sposób.



Polska Akademia Nauk
Instytut Filozofii i Socjologii
Osrodek Realizacji Badań Socjologicznych
00-330 Warszawa, ul. Nowy Świat 72
tel.: 26. 96. 17.

CO MYŚLIMY O ANKIETERACH?
ANKIETA DO UCZESTNIKÓW BADAŃ PGSS '94



Kierownik ORBS: prof.dr Henryk Domański
Kierownik Badań: dr Paweł B. Sztabiński

Szanowny Panie,

Osrodek Realizacji Badań Socjologicznych Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk prowadził badania nad oceną trafności uzyskiwanych rezultatów w badaniach socjologicznych.

W związku z tym prosiliśmy Pana o udzielenie odpowiedzi na pytania Ankiety "Co myślimy o ankieterach?"

Chciałbym Panu bardzo serdecznie podziękować za współpracę i pomoc w realizacji naszych badań. Między innymi właśnie dzięki Pana odpowiedziom uzyskaliśmy wiele cennych, ciekawych materiałów, które po opracowaniu w formie zbiorczych zestawień statystycznych, staną się podstawą naukowych analiz.

Pana wypowiedzi przyczynią się nie tylko do podniesienia jakości realizowanych badań ankietowych, ale także pozwolą lepiej przygotować naszych współpracowników – ankieterów do wykonywanej przez nich pracy. Dzięki temu, rozmowy przez nich prowadzone będą, mamy nadzieję, bardziej interesujące i przebiegać będą w miłej atmosferze.

Jeszcze raz serdecznie Panu dziękujemy

Z poważaniem

Kierownik ORBS

Henryk Domański
prof. dr Henryk Domański

Kierownik Badań

Paweł B. Sztabiński
dr Paweł B. Sztabiński

Warszawa, dn. 20. 06. 1994 r.

REALIZACJA BADAŃ ANKIETOWYCH

Warunkiem powodzenia każdych badań jest właściwe ich przygotowanie zarówno od strony koncepcyjnej, jak i techniczno-organizacyjnej. Spełnienie pierwszego z nich, w dużym stopniu zapewnia metodologiczną poprawność narzędzia badawczego. Realizacja drugiego wymaga natomiast szczegółowego zaplanowania badań, tak aby wszelkie podejmowane decyzje nie były przypadkowe, lecz przemyślane i stanowiły efekt wcześniejszych ustaleń i rozstrzygnięć.

Planowanie badań

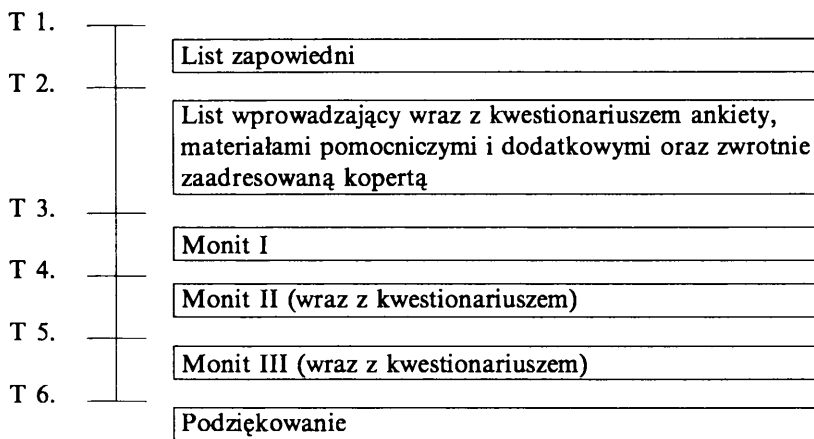
Przygotowując plan realizacji badań należy uwzględnić trzy podstawowe czynniki: personel, czas i koszty.

1. Personel. W przypadku ankiety pocztowej problem zgromadzenia odpowiedniego i niezbędnego personelu w celu realizacji badań nie następuje, w porównaniu z innymi badaniami, większych trudności. W przeciwieństwie np. do wywiadu kwestionariuszowego nie trzeba werbować odpowiedniej liczby ankietów, a także specjalnie przeszkolonych instruktorów. W ankiecie jedyne zabezpieczenie osobowe stanowić musi praktycznie personel do prac technicznych, takich jak pisanie na maszynie, przygotowywanie kopert, naklejanie znaczków, wysyłka kwestionariuszy itp. Większość tego typu czynności musi zostać wykonana także w przypadku stosowania innych procedur, jednakże w przypadku ankiety, personel techniczny musi pozostawać w ciągłej „gotowości” i do dyspozycji badacza. Ma to szczególne znaczenie w momencie napływania zwrotów wypełnionych kwestionariuszy ankiet.

2. Czas. W badaniach z zastosowaniem ankiety pocztowej czynnik czasu ma ogromne znaczenie, ponieważ poszczególne elementy narzędzia badawczego są administrowane w określonej kolejności i określonych odstępach czasowych. Na stronie obok przedstawiono graficznie „łańcuch” przekazów satnowiących narzędzie.

Dystans czasowy między punktem T 1 i T 6 określa okres realizacji badania. W zależności od decyzji badacza może on być krótszy lub dłuższy. Wynika to z tego, że badacz może, w sposób bez mała dowolny, określać terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych etapów badawczych (jedyną rzeczą, którą musi wziąć pod uwagę, to 2–4-dniowy okres dotarcia przesyłki do adresata oraz taki sam jej zwrotu), a także tego, iż może zrezygnować z zastosowania pewnych elementów narzędzia (np. listu zapowiedniego, monitorów). Okres realizacji ulega więc skróceniu, w rezultacie czego badanie może zostać przeprowadzone nawet w ciągu 10–14 dni i to niezależnie od wielkości próby i jej rozproszenia geograficznego. Fakt, iż badacz ma tak znaczną swobodę określania długości okresu trwania badań, nakłada jednak na niego obowiązek opracowania bardzo szczegółowego ich harmonogramu, a więc

Elementy narzędzia badawczego w ankiecie pocztowej (w układzie chronologicznym)



wskazania poszczególnych zadań oraz terminu ich realizacji. Owo rozplanowanie w czasie jest szczególnie istotne, gdy przewiduje się „szybkie” ich przeprowadzenie (por. Nederhof 1985: 296–297).

Ogólnie można przyjąć, że okres realizacji badań nie powinien przekraczać 7 tygodni (przy zastosowaniu trzech monitów)³⁹. Oznacza to, że I monit należy wysłać po upływie 7 dni od daty wysyłki kwestionariusza (odcinek czasowy T 2–T 3); II monit po następnych 1–2 tygodniach (T 3–T 4); III monit po kolejnych 2 tygodniach (T 4–T 5), podziękowanie natomiast także po upływie 7–14 dni (T 5–T 6) lub sukcesywnie, w trakcie napływania zwrotów (por. Dillman 1978: 183). Wspomniany okres 1–2 tygodni jest na tyle długi, że wysłanie upomnienia nie powinno zdenerwować respondenta (stwarzać wrażenia, iż „pogania się go”), a jednocześnie na tyle krótki, iż nie wzbudza przekonania, że badania są „mało ważne” (mogłoby tak być, gdyby termin ten wynosił np. 4 tygodnie).

3. Koszty. Bez wątpienia ankieta pocztowa jest jedną z „najtańszych” technik badawczych. Podstawowe nakłady finansowe związane z realizacją tego typu badań to koszty druku narzędzia, zakupu kopert, znaczków oraz wynagrodzenie dla personelu technicznego. Nakłady te, w porównaniu z wywiadem, gdzie w grę wchodzi wynagrodzenie dla ankietów i instruktorów, są rzeczywiście znikome. Ogólnie można powiedzieć, że koszt uzyskania jednego wypełnionego kwestionariusza jest odwrotnie proporcjonalny do wielkości próby, tzn. im próba osób objętych badaniem jest większa, tym koszt ten jest mniejszy (wynika to z proporcjonalnie niższych kosztów druku i „obsługi”

³⁹ Okres ten ulega nieco wydłużeniu o 1–2 tygodnie, w przypadku, gdy stosujemy listy zapowiednie.

badania). Fakt ten nie zwalnia jednak badacza od konieczności sporządzenia dokładnego kosztorysu badania i „zabezpieczenia” owych funduszy – co prawda niewielkich, ale niezbędnych.

Generalnie można zatem stwierdzić, iż dobrze zaplanowane badanie to takie, w którym:

- wskazano wszystkie konieczne do wykonania zadania badawcze oraz ustalono kolejność ich realizacji;
- wskazano dokładny termin realizacji każdego z nich;
- zapewniono niezbędne fundusze na realizację każdego z zadań – personalnie określono osoby uczestniczące w realizacji każdego z zadań oraz,
- personalnie określono osoby odpowiedzialne za realizację każdego z nich.

W związku z koniecznością bardzo szczegółowego planowania badania, poniżej omówię pewne wybrane problemy związane z przygotowaniem i kolportażem materiałów oraz wstępną kwalifikacją zwróconych kwestionariuszy.

Przygotowanie materiałów do wysyłki i ich kolportaż

Gdy badania są w pełni zabezpieczone od strony materiałowej, tzn. wydrukowano odpowiednią liczbę kwestionariuszy, monitów i ewentualnie podziękowań, zakupiono odpowiednią liczbę kopert i znaczków, badacz przystąpić może do realizacji kolejnego zadania – przygotowania kwestionariuszy do wysyłki. Zadanie to obejmuje następujące czynności.

1. Przygotowanie indywidualnie zaadresowanych kopert. Na każdej kopercie winno znajdować się imię, nazwisko oraz dokładny adres respondenta (wraz z kodem pocztowym). Wskazane jest zastosowanie kopert średnich (format A5) z nadrukiem nazwy, adresu sponsora (w przypadku braku tego typu „firmowych” kopert, w jej lewym górnym rogu winna znajdować się „czytelna” pieczętka, zawierająca powyższe informacje) oraz, o ile to możliwe, zamieszczenie także „logo” badania. Za stosowaniem tego typu kopert przemawia ich relatywna taniość (w porównaniu z kopertami formatu A4) oraz niższe koszty przesyłki. Nie bez znaczenia jest także fakt, iż koperta tego formatu sprawia wrażenie, że zawarty w niej kwestionariusz jest „nieduży”. Ogólnie można powiedzieć, że już sama koperta, poprzez swój wygląd, winna respondentowi „dać znać”, iż przyszła do niego jakaś ważna przesyłka i „skłonić” go do jej otworzenia.

2. Przygotowanie kopert zwrotnych. Koperta zwrotna powinna być tego samego typu i formatu, jak koperta użyta do przesłania kwestionariusza. Musi być ona zwrotnie zaadresowana, tzn. zawierać nazwę i adres instytucji badawczej. Informacje te mogą być wydrukowane bezpośrednio na kopercie, wypisane maszynowo lub naklejone bądź też na kopercie można odcisnąć dużą (czytelną) pieczętkę instytucji⁴⁰.

⁴⁰ W przypadku stosowania tzw. „samozwrotnych kwestionariuszy” (które po wypełnieniu

3. Naklejanie znaczków. Na każdą kopertę, przeznaczoną do przesyłki kwestionariusza i zwrotną, musi zostać naklejony znaczek pocztowy (w przypadku kopert zwrotnych chodzi o to, aby nie obciążać respondenta kosztami przesyłki). Należy tutaj podkreślić, iż praktycznie format znaczka, jego kolor, kształt itd. nie mają żadnego znaczenia (Dillman 1978: 176). Nie jest wskazane stosowanie pieczętki „Opłata zryczałtowana” lub „Opłacono gotówką”, gdyż wprowadza to niepożądany efekt „masowości badań” i świadczy o chęci „minimalizacji” wysiłku włożonego w przygotowanie wysyłki. W przypadku kopert zwrotnych nadruk taki może być odebrany przez niektórych respondentów jako „brak zaufania” i wyraz obawy badacza przed „przywłaszczeniem” sobie znaczka. Ze względu na minimalizację kosztów, kwestionariusza nie wysyła się przesyłką poleconą.

4. Pakowanie przesyłki. Podstawową sprawą jest to, aby w odpowiednią kopertę włożyć odpowiedni kwestionariusz i list wprowadzający (szczególnie znaczenie ma to wtedy, gdy stosujemy numery identyfikacyjne). Ponieważ całe narzędzie powinno być przygotowane w wersji dla kobiet i dla mężczyzn, niedopuszczalne jest, aby w kopercie zaadresowanej do „Pani X”, znalazł się kwestionariusz przeznaczony dla mężczyzny lub odwrotnie.

Wydaje się, że najlepiej jest zapakować całą przesyłkę w ten sposób, aby respondent mógł wyjąć z koperty od razu wszystko razem (nie zaś kolejno), a co więcej, aby pierwszą rzeczą, którą zobaczy, był list wprowadzający (chodzi o to, żeby pod jego wpływem przejrzał od razu cały kwestionariusz, a następnie wypełnił go). W tym celu należy:

- złożyć kwestionariusz na połowę, ostatnią stroną okładki do środka (jest ona w porównaniu ze stroną tytułową znacznie mniej atrakcyjna i nie powinna się zbytnio „rzucać w oczy”)⁴¹;

- w środek kwestionariusza wkładamy kopertę zwrotną, złożoną na połowę;

- całość „zawijamy” w list wprowadzający, tak aby nagłówek listu znajdował się od strony zewnętrznej na górze i całość wkładamy do koperty. W ten sposób, po otwarciu koperty, respondent od razu widzi kto przysłał do niego list.

5. Wysyłka kwestionariuszy. Decyzja dotycząca dnia wysyłki może w dużym stopniu przyczynić się do powodzenia lub niepowodzenia badań. Otóż nie należy dokonywać kolportażu kwestionariuszy ankiet w okresie wakacyjnym i pod koniec tygodnia, a więc wtedy, gdy ludzie wyjeżdżają poza miejsce swojego stałego pobytu – na urlop, na weekend itp. Nie należy też wysyłać

składa się w „kopertę” lub których okładka pełni funkcję koperty) powyżej wskazane zasady także muszą być przestrzegane.

⁴¹ W powyższy sposób postępujemy oczywiście tylko w przypadku, gdy kwestionariusz jest drukowany na formacie A4, a stosujemy kopertę A5.

ankiet tuż przed Świętami Bożego Narodzenia, Nowym Rokiem i Wielkanocą. W okresach tych ludzie otrzymują bowiem dużo korespondencji, a to zwiększa szansę, iż nie zwrócą oni uwagi na naszą przesyłkę i nie odesłają kwestionariusza (dodatkowo, w okresach świątecznych istnieje zwiększone ryzyko zagubienia przesyłki lub jej nieterminowego dostarczenia). W związku z tym, najlepszym dniem wysyłki wydaje się początek tygodnia – dociera ona bowiem wtedy do adresata stosunkowo szybko (mniej więcej w połowie tygodnia, a przynajmniej przed weekendem) i nie „czeka” na respondenta.

Powyższe rozważania na temat przygotowania materiałów do wysyłki dotyczyły czynności związanych z dystrybucją kwestionariuszy, ale odnoszą się zasadniczo także i do kolportażu monitów. Jeżeli do monitu ma zostać dołączony dodatkowy kwestionariusz, postąpić należy w sposób analogiczny, tzn. kwestionariusz „owijamy” w monit i wraz ze zwrotnie zaadresowaną i opłaconą kopertą, wkładamy do koperty, na której znajduje się imię, nazwisko i adres respondenta. Gdy wysyła się jedynie sam list (bez kwestionariusza), ze względu na minimalizację kosztów, wykorzystać należy małe koperty (format A6), na których także znajdować się musi nadruk lub pieczętka instytucji. Jak wspomniano, zarówno I, jak i II monit wysyła się przesyłką „zwykłą”, natomiast III – „poleconą”, w odstępach 1–2-tygodniowych. Rzeczą ważną jest jednak, aby każdy z monitów wysyłać w tym samym dniu tygodnia, w którym wysłana została przesyłka zasadnicza.

Obsługa i kwalifikacja zwróconych kwestionariuszy

Po 4–5 dniach od wysłania kwestionariuszy zaczynają sphywać przesyłki zwrotne. Wśród nich znajdują się zarówno kwestionariusze, które z różnych względów nie zostały doręczone adresatowi, jak i te, które dotarły do niego i zostały wypełnione lub nie. W zależności od tego, która z powyższych sytuacji wystąpi, należy podjąć takie lub inne czynności związane z obsługą i kwalifikacją kwestionariuszy. Poniżej wskazujemy zasadnicze czynności, wchodzące w zakres obsługi zwróconych kwestionariuszy.

1. Obsługa kwestionariuszy nie wypełnionych. W zależności od przyczyny niewypełnienia kwestionariusza przyjąć należy odmienny tok postępowania:

– jeżeli kwestionariusz nie został wypełniony, ponieważ pod wskazanym adresem dana osoba nie mieszka (adresat nie jest znany), należy przede wszystkim sprawdzić poprawność zaadresowania koperty. Jeśli okaże się, że wystąpił błąd adresu, należy przygotować nową kopertę i powtórnie wysłać kwestionariusz. Jeżeli adres jest poprawny, odnalezienie respondenta jest praktycznie niemożliwe. Należy wtedy fakt ten odnotować na liście adresowej, na kwestionariuszu zaś wpisujemy datę zwrotu oraz przyczynę jego niewypełnienia⁴²;

⁴² Na adres ten zasadniczo nie wysyła się już żadnych innych przekazów, aczkolwiek należy

– jeżeli kwestionariusz nie został wypełniony ze względu na to, iż w chwili obecnej dana osoba nie przebywa pod wskazanym adresem (czasowy pobyt poza miejscem zamieszkania, zmiana miejsca zamieszkania itp.), a została dołączona do niego informacja dotycząca obecnego miejsca pobytu respondenta, należy przygotować nową kopertę i powtórnie wysłać kwestionariusz (zmianę adresu oczywiście odnotowuje się na liście adresowej). W przypadku braku aktualnego adresu respondenta lub jego zgonu praktycznie nic już nie można zrobić poza odnotowaniem tego faktu na liście oraz wpisaniem na kwestionariuszu daty zwrotu oraz przyczyny niewypełnienia;

– jeżeli kwestionariusz nie został wypełniony ze względu na to, że respondent nie jest w stanie tego zrobić (np. choroba) lub nie wyraża zgody na współpracę (odmowa), należy odnotować ten fakt na liście adresowej, na kwestionariuszu zaś datę zwrotu oraz przyczynę niewypełnienia⁴³.

W powyższych przypadkach, niezależnie od przyczyny niewypełnienia, nie wysyłamy kwestionariuszy do tzw. respondentów dodatkowych (w przypadku ankiety pocztowej nigdy nie losuje się bowiem próby rezerwowej).

2. Obsługa kwestionariuszy wypełnionych i częściowo wypełnionych:

– w przypadku kompletnie wypełnionego kwestionariusza nanosi się datę zwrotu oraz odnotowuje ten fakt na liście adresowej;

– w przypadku częściowo wypełnionego kwestionariusza (opuszczone niektóre pytania lub bloki pytań) można podjąć próbę jego uzupełnienia. W tym celu odsyłamy respondentowi kwestionariusz wraz z listem zawierającym bardzo uprzejmą osobistą prośbę o odpowiedź na pominięte pytania. Tego typu próba może jednak skończyć się zupełnym niepowodzeniem, ponieważ może zdenerwować respondenta, który po prostu wyrzuci kwestionariusz. Dlatego badacz sam musi podjąć tę ryzykowną decyzję. Jeżeli badacz nie decyduje się na próbę „uzupełnienia”, kwestionariusz taki należy potraktować jak gdyby był wypełniony kompletnie, mimo iż na szereg pytań brak będzie odpowiedzi.

Do osób, które zwróciły kompletnie lub częściowo wypełnione kwestionariusze, nie wysyła się już monitów, a jedynie list z podziękowaniem za współpracę.

W zakres obsługi zwróconych kwestionariuszy (zarówno wypełnionych, jak i nie wypełnionych) wchodzi jeszcze jedna bardzo istotna czynność, a mianowicie udzielanie pisemnych odpowiedzi na wszelkie pytania, uwagi i adnotacje

pamiętać, że sytuacja taka może być spowodowana niewłaściwym funkcjonowaniem poczty. Zdarza się bowiem, że kwestionariusz nie dociera do respondenta (zostaje zwrócony z adnotacją „Adresat nieznan”), monity natomiast docierają. Dlatego też czasami celowe wydaje się powtórne wysłanie kwestionariusza.

⁴³ Należy wyjaśnić, że kwestionariusz nie wypełniony, ale „rozpakowany”, który nie zawiera żadnej adnotacji ze strony respondenta, także traktuje się zazwyczaj jako odmowę.

respondentów. Jeżeli są to informacje o jego chorobie lub zgonie, należy listownie podziękować za wiadomość, informując jednocześnie, że nazwisko to zostanie usunięte z próby, a pod wskazany adres nie będzie więcej wysyłana żadna przesyłka. Jeżeli są to pytania dotyczące sensowności lub celowości badań, możliwości wypełnienia przez inną osobę itp., badacz w liście powinien dokładnie wyjaśnić potrzebę badań, dodatkowo „zamotywować” respondenta, przekonać, że to właśnie jego odpowiedzi są ważne, nie zaś kogo innego. Ogólnie zatem, badacz musi udzielić pisemnej odpowiedzi indywidualnie każdemu respondentowi, który zwraca się do niego z jakimkolwiek pytaniem lub uwagą. Musi zatem zachować się w ten sam sposób co ankieter w trakcie wywiadu, który odpowiada praktycznie na każde pytanie respondenta. Rzeczą oczywistą jest, że odpowiedzi winny być bardzo uprzejme, grzeczne i zawierać dodatkowe podziękowanie za to, że do nas specjalnie napisali. Jest to bowiem świadectwo „poważnego” podejścia respondentów do badań. Warto może wspomnieć tutaj o dwóch listach, które otrzymał autor badań „Co myślimy o ankieterach?”. W jednym respondent dziękuje badaczowi „za zaufanie, jakim został obdarzony”, drugi z kolei zawierał podziękowanie i stwierdzenie, że „było dla niego zaszczytem to, że mógł pomóc”. Tego rodzaju korespondencja przynosi badaczowi nie mniejszą satysfakcję niż wysoki odsetek zwrotów. Świadczy jednocześnie o tym, że przynajmniej w części przypadków udało się nawiązać rzeczywiście partnerski dialog.

Realizacja przedstawionych w niniejszej części propozycji dotyczących konstruowania narzędzia badawczego oraz prowadzenia samych badań, wymaga z pewnością dużego wysiłku ze strony samego badacza, ale także i personelu pomocniczego: nieporozumieniem byłoby zatem sądzić, że są to badania „szybkie i łatwe”. Wszystkie wskazane zabiegi wykonuje się jednak po to, aby, z jednej strony, zmaksymalizować zwroty, z drugiej zaś, aby wartość uzyskanych materiałów była jak najwyższa. Pewne elementy procedury, np. własnoręczny podpis lub określony dzień wysyłki, mogą się wydać śmieszne i zbędne. Można je pominąć, nie wiadomo jednak, jaki będzie efekt. Można także wprowadzać pewne innowacje, np. kolorowy druk, nagrody pieniężne lub rzeczowe, ale rozważyć należy, czy osiągnane efekty będą proporcjonalne do ponoszonych kosztów. Wydaje się jednak, że przedstawione propozycje zmierzające do naturalizacji i upodmiotowienia dialogu badacza z respondentem przynieść mogą, jeśli nie większe, to przynajmniej porównywalne efekty.

Zakończenie

*Wydaje się, że nie można
powiedzieć nic więcej jak: „pomyślności”*
L. Wittgenstein

Dotychczasowe rozważania dotyczące ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego prowadzone były z perspektywy badacza. Byłyby więc niepełne, jeśli nie spojrzeć na te dwie procedury z punktu widzenia respondentów. A zatem, jak sami badani oceniają ankietę i wywiad: czy na pytania zawarte w kwestionariuszu wolą oni odpowiadać, gdy brak jest bezpośredniego ich odbiorcy (ankieta) czy też w sytuacji wywiadu?

Powyższe preferencje ustalane były w trakcie realizacji badania dotyczącego ludności wiejskiej (badanie B), w których jeden z bloków dyspozycji do wywiadu swobodnego dotyczył tego właśnie problemu. Należy jednak zaznaczyć, że, jak się okazało, zasadniczo wszyscy badani mieli wcześniejsze „doświadczenia” z ankietą pocztową (brali udział w badaniu dotyczącym strajku – badanie A – w części realizowanej przy zastosowaniu ankiety), praktycznie nikt zaś nie miał ich z wywiadem kwestionariuszowym. Otóż 30,4% badanych deklaruje, że woli odpowiadać na pytania w ankiecie pocztowej; 26,1% w wywiadzie; 23,9% badanych jest to obojętne, natomiast 19,6% stwierdza, że w ogóle nie chce (w przyszłości) brać udziału w jakichkolwiek badaniach. Warto może przedstawić pewne typy uzasadnień podawane przez respondentów.

W grupie osób preferujących ankietę pocztową wystąpiły dwa podstawowe typy owych uzasadnień. W pierwszym z nich respondenci wskazywali na subiektywne poczucie anonimowości. Stwierdzali oni m.in.: „[Ankieta] jest bardziej anonimowa, można napisać co się chce, jak się myśli, a mówiąc [odpowiadając w wywiadzie] można mieć opory, nie chce się, aby ktoś znał wyłącznie własne zapatrywania”; „[Odpowiadając na ankietę] człowiek jest bardziej szczery, zachowana jest anonimowość”; „Wolę przelać na papier, to co myślę, niż rozmawiać z kimś »oko w oko«. Wolę, żeby nikt nie wiedział co ja myślę. Jestem bardziej wylewny w stosunku do papieru niż do człowieka”.

W drugim typie uzasadnień, w swoich wypowiedziach respondenci wskazują głównie na możliwość zastanowienia się i przemyślenia swoich odpowiedzi¹. Stwierdzają oni m.in. że: „[W ankiecie] można się spokojnie zastanowić, zrozumieć, bez pośpiechu, bez emocji, a przy spotkaniu [w wywiadzie] to nie zawsze się odpowie, co się rzeczywiście odczuwa”; „W ankiecie nie jestem stremowana i więcej się wtedy wie”; „[Ankieta] jest bardziej szczerą, udziela się bardziej szczerych i przemyślanych odpowiedzi.

Jest łatwiejsza, można się zastanowić, przemyśleć, nie trzeba odpowiadać od razu, jest na to więcej czasu – na zastanowienie się. Poza tym, wypełnia się kiedy się chce i ma się czas. Jak się bezpośrednio rozmawia [wywiad] trzeba szybko myśleć. Nie zawsze się wtedy powie to, co się naprawdę uważa”.

Warto w tym miejscu podkreślić, iż w obu tych typach uzasadnień pojawia się wątek wiarygodności informacji uzyskiwanych w ankiecie pocztowej.

Wśród badanych preferujących wywiad kwestionariuszowy wskazać można również dwa podstawowe typy wypowiedzi uzasadniających. Pierwszy z nich wskazuje na występujące bądź możliwe do wystąpienia trudności lub różnego rodzaju ograniczenia w pisemnym sformułowaniu swojej wypowiedzi, sądu. Respondenci przykładowo stwierdzali: „Jestem gadatliwa, a dużo czasu zajmuje sformułowanie na papierze choćby prostego zdania. Łatwiej jest się wysłowić. Rozmawiający łatwiej zrozumie [o co chodzi], niż czytający”; „W pisaniu jestem ciężka. Szczerze, to co się myśli, łatwiej powiedzieć niż napisać”; „Na pisanie nie mam czasu, w wywiadzie jest się zmuszonym, przez bezpośrednią obecność drugiej osoby, do udzielenia odpowiedzi. Jest to mobilizujące. Ankietę można odłożyć i tak czas uchodzi”; „W rozmowie łatwiej dobrać odpowiednie słowa, to co się pisze musi być idealnie sformułowane, a to nie jest łatwe. Jak się coś źle powie, to można to wyjaśnić”.

Drugi typ uzasadnień podejmuje natomiast wątek związany z rozumieniem znaczenia wypowiedzi, prawidłowego odczytania ich intencji i interpretacji. Przykładowo: „W wywiadzie można więcej wyjaśnić, jedno słowo wypowiedziane w różnych momentach znaczy różne rzeczy, w każdej chwili co innego. Jak się napisze, to to ucieka”; „Takie same słowa pisane mogą być różnie interpretowane przez różne osoby. Znacznie przyjemniej jest z kimś rozmawiać niż wypełniać kwestionariusz, bo w naturze ludzkiej leży to, że woli rozmawiać i widzieć komu udziela odpowiedzi, niż posługiwać się kartką papieru”.

Przytoczone wyżej odpowiedzi badanych wydają się bardzo interesujące z jednego przynajmniej powodu. Otóż wskazują one podstawowe „słabości”

¹ Tego rodzaju wątki dominowały również wśród respondentów uczestniczących w badaniach metodologicznych, w których zastosowano technikę autoweryfikacji przez respondentów wypełnionych kwestionariuszy wywiadów. Stwierdzali oni m.in., iż pozostawienie kwestionariusza do autoweryfikacji pozwala na dokładne przemyślenie odpowiedzi na pytania, umożliwia zastanowienie się nad problemami, o które pytano w wywiadzie, a nie „strzelanie w ciemno” (zob. Gostkowski 1976; Gostkowski, Sztabiński 1990: 99–141).

i „zalety” obu procedur badawczych. Nie robią tego może w sposób „ściśły”, „naukowy”, niemniej jednak z pewnością są zbieżne z opiniami wielu metodologów.

Socjolog podejmujący badania empiryczne musi spośród szerokiego wachlarza technik dokonać wyboru jednej, najbardziej adekwatnej z punktu widzenia problematyki, celu przedmiotu badania, badanej zbiorowości itp. Wybór ten powinien być jak najbardziej racjonalny, celowy, a badacz powinien być świadomy konsekwencji swojej decyzji, tzn. tego, jakie ograniczenia pociąga za sobą zastosowanie takiej lub innej procedury². Niestety, praktyka badawcza zdaje się temu przeczyć, o czym świadczy chociażby powszechne niemal stosowanie wywiadu kwestionariuszowego, przekonanie o jego uniwersalności i doskonałości.

Zaprezentowane w pracy rozważania nie powinny sugerować, że sądzę, iż to ankieta pocztowa jest ową doskonałą, lub prawie doskonałą, i uniwersalną procedurą badawczą. Na podstawie prowadzonych analiz próbowałem jedynie wskazać, że techniką taką nie jest wywiad. Przyjmując, że proces zbierania informacji w badaniach z zastosowaniem ankiety i wywiadu traktować można jako procesy komunikowania się, chcieliśmy pokazać ich odmiennosć i wpływające z tego konsekwencje. Charakteryzując te dwie procedury (część 1) stwierdziłem, iż ankieta pocztowa pod pewnymi względami jest bardzo zbliżona do wywiadu (w obu przypadkach informacje uzyskiwane są w drodze interwogacji, której podstawę stanowią zestandaryzowane przekazy), pod pewnymi zaś bardzo różna (podstawą interwogacji są przekazy pisemne, przekazywane drogą „pośrednią”, w wyniku czego nie występuje kontakt wzrokowy). Następnie, analizując schemat procesu komunikowania się w ankiecie, wskazaliśmy, iż proces ten jest bardzo specyficznym dialogiem, odbywającym się na odległość i opóźnionym w czasie, który w przeciwieństwie do tego w wywiadzie nazwaliśmy „interakcją opóźnioną”. W części 2 przedstawiłem natomiast analizy będące ilustracją empiryczną wcześniejszych rozważań. Dokonana w niej została ocena rzeczywistego przebiegu procesu komunikowania się w ankiecie pocztowej oraz ocena uzyskanych rezultatów informacyjnych – w porównaniu z wywiadem kwestionariuszowym. W tym celu, w sposób analityczny, wydzieliłem w procesie komunikowania się dwie paralelne i wzajemnie wpływające na siebie płaszczyzny, a mianowicie: warstwę kontaktu i warstwę interwogacji (wyróżnioną ze względu na jednostkowe pytanie badacza), które to płaszczyzny uczyniłem przedmiotem rozważań.

² Mildred Parten (1950: 48–55) sformułowała 12 zasadniczych pytań, na które badacz powinien sobie odpowiedzieć przed przystąpieniem do badań. Niemal połowa z nich (5 pytań) dotyczy spraw związanych z doбором procedury i sposobu uzyskiwania informacji oraz płynących „korzyści” związanych z ich wyborem.

Okazało się, iż w ankiecie i wywiadzie zakłócenia „modelowego”, zakładanego przez badacza przebiegu procesu komunikowania (zarówno w sferze kontaktu, jak i interwencji), wystąpiły praktycznie w tym samym stopniu, i, co więcej, są one (ze względu na rodzaj), poza nielicznymi wyjątkami, niemal identyczne. Przy czym, co należy tutaj wyraźnie podkreślić, w efekcie nie spowodowały one „tendencji” zrealizowanych prób pod względem cech społeczno-demograficznych. Oznacza to, iż na przebieg procesu komunikowania nie miały zasadniczego wpływu wykazane wcześniej odmienności proceduralne.

Jeżeli natomiast chodzi o analizę rezultatów informacyjnych procesu komunikowania się, prowadzona była ona z punktu widzenia ich istotności i wiarygodności. W pierwszym przypadku okazało się, że odsetek odpowiedzi istotnych i nieistotnych w ankiecie i wywiadzie jest bardzo zbliżony. A zatem, tak jak poprzednio, sądzić można, iż na istotność uzyskanych rezultatów nie miały zasadniczego wpływu odmienności proceduralne (zaobserwowanych tendencji nie można więc wiązać z odmiennością formy procesu komunikowania). W drugim przypadku natomiast (ocena wiarygodności) uzyskane wyniki analizy były bardziej zróżnicowane, przede wszystkim w zależności od przedmiotu pytań (pytania o wiedzę, o fakty i opinie). Jeżeli chodzi o pytania „o wiedzę”, to odsetek odpowiedzi „prawdziwych” był wyższy w ankiecie niż w wywiadzie. Wynika to ze specyfiki sytuacji ankiety: braku możliwości kontroli procesu zbierania informacji – respondenci mieli możliwość konsultacji, sprawdzenia lub zdobycia wiedzy w danym zakresie. W związku z tym odpowiedzi uzyskane w ankiecie uznałem za „tendycyjne”, dające fałszywy obraz wiedzy respondentów, w porównaniu z wywiadem. W przypadku pytań „o fakty” (niezależnie od ich struktury i rodzaju), odpowiedzi uzyskane w ankiecie i wywiadzie były analogiczne i nie zaobserwowano między nimi istotnych statystycznie różnic. W związku z tym stwierdziłem, iż odmienności formy komunikowania nie spowodowała odmienności, różnic w poziomie wiarygodności uzyskanych informacji. Oznacza to, że obydwie rezultaty, tzn. w ankiecie i wywiadzie, są w takim samym stopniu wiarygodne lub w takim samym stopniu „tendycyjne”. Jeżeli natomiast chodzi o pytania „o opinie”, okazało się, że niezależnie od ich struktury i rodzaju, odpowiedzi uzyskane w ankiecie i wywiadzie różniły się między sobą w sposób istotny statystycznie. Różnice te wiążą się, jak się wydaje, z odmiennością formy komunikowania, a konkretnie odmiennością sytuacji i typu interakcji. O czym jednak świadczą owe różnice? Jedną z możliwych interpretacji, na którą wskazałem, wiąże je z odmiennością przedmiotu badań, odmiennością badanej „rzeczywistości” czy aspektów świadomości jednostki. W jednym przypadku (ankieta), byłyby to bowiem wyważone, przemyślane i „przekonsultowane” opinie (trwałe przekonania?), w drugim natomiast (wywiad) – szybkie, spontaniczne i bardziej emocjonalne reakcje, w dużym stopniu uwarunkowane czynnikami sytuacyjnymi, w tym przede wszystkim obecnością ankietera i wyobrażeniem jego roli.

Gdyby interpretacja ta była słuszna, moglibyśmy bez większego ryzyka stwierdzić, iż uzyskane rezultaty (mimo różnic) są w jednakowym stopniu wiarygodne. Zgodnie z drugą interpretacją, zakładającą tożsamość badanych zjawisk, należałoby stwierdzić, iż zaobserwowane różnice rozkładów świadczą o różnym poziomie wiarygodności odpowiedzi, a zatem jedne są mniej (bardziej) „tendancyjne” niż drugie. Nie potrafiłem jednak wskazać, które z nich są bardziej wiarygodne. Aby to uczynić, należałoby bowiem odtworzyć „wzory myślenia i rozumowania” respondenta, całość procesów psychicznych, które miały miejsce w trakcie udzielania odpowiedzi. O ile jest to potencjalnie możliwe w przypadku wywiadu, o tyle w ankiecie nastęczałoby bardzo poważne trudności.

Przyjąć zatem można, iż ankieta pocztowa jest tak samo wartościowa jak inne procedury (co nie oznacza, że nie ma wad) i właściwie wykorzystana przynieść może wartościowe rezultaty (zarówno gdy chodzi o reprezentatywność, jak i istotność i wiarygodność uzyskiwanych danych). Celowe wydawało się zatem poszukiwanie możliwości „udoskonalenia” ankiety pocztowej. Efektem tych poszukiwań jest ostatnia część książki.

Przedstawione w niniejszej pracy analizy nie miały na celu wykazania „wyższości” którejś z procedur ani też rozstrzygnięcia, która jest „lepsza”. Jest to zresztą niemożliwe: odpowiedź na pytanie „co jest lepsze?” może być bowiem jedynie odpowiedzią warunkową (por. O'Dell 1962: 34–39). Celem naszym nie była też „obrona” ankiety pocztowej ani krytyka wywiadu kwestionariuszowego. Chodziło nam jedynie o przełamanie pewnych „uprzedzeń” w stosunku do jednej, a także o zachwianie „wiary” w uniwersalność i doskonałość drugiej. W rezultacie, badacze, którzy zwyczajowo polegali wyłącznie na informacjach z wywiadu, być może zrewidują nieco swoje podejście, co przyczyni się do wykorzystania na szerszą skalę ankiety pocztowej i nadania jej statusu równoprawnej, aczkolwiek odmiennej procedury niż wywiad kwestionariuszowy.

Niezależnie od tego, wydaje się, że w niedługim czasie dojść może do sytuacji, w której akceptacja ankiety pocztowej, ale także i innych procedur (ze świadomością ich ograniczeń) może zostać wymuszona przez czynniki społeczne i ekonomiczne. Chodzi tutaj nie tylko o spadek społecznej akceptacji bezpośredniej rozmowy (*face-to-face*) jako sposobu zbierania informacji, ale także konieczność szybkiej realizacji i opracowania wyników badań, poddyktowaną wymogiem ich aktualności, stale rosnące koszty realizacji wywiadów itd. (Dillman 1978; Frey 1983; Lutyńska 1985, 1989; Sulek 1985; Sztabiński, Sztabiński 1994 i in.). Możliwość zaistnienia takiej sytuacji nakłada na metodologów obowiązek podjęcia wysiłków zmierzających do doskonalenia procedur – zwłaszcza ankiety pocztowej – poprzez dalsze badania, nie tylko empiryczne, nad tą procedurą. Przykładowo, rozważyć należy ewentualne korzyści z włączenia wywiadu telefonicznego jako techniki wspomagającej na

etapie wstępnej informacji o badaniach, monitowanie, przy ocenie realizacji próby – zwłaszcza określanie odsetka osób niedostępnych, przyczyn braku odpowiedzi itp. W warunkach amerykańskich wywiad telefoniczny z powodzeniem pełni tę rolę (Frey 1983: 20–22) i należałoby sprawdzić efektywność tego typu postępowania także w Polsce.

Bibliografia*

Stosowane skróty czasopism, wydawnictw ciągłych i prac zbiorowych

Czasopisma

AER – „Agricultural Economics Research”, AJE – „American Journal of Epidemiology”, AJPH – „American Journal of Public Health”, ASA – „American Statistical Association”, ASR – „American Sociological Review”, JAP – „Journal of Applied Psychology”, JAR – „Journal of Advertising Research”, JASA – „Journal of the American Statistical Association”, JER – „Journal of Educational Research”, JM – „Journal of Marketing”, JMR – „Journal of Marketing Research”, JSP – „Journal of Social Psychology”, PB – „Psychological Bulletin”, PI – „Printer’s Ink”, PO – „Przekazy i Opinie”, POQ – „Public Opinion Quarterly”, PR – „Psychological Reports”, PS – „Przegląd Socjologiczny”, QQ – „Quality and Quantity”, RS – „Rural Sociology”, SF – „Social Forces”, SME – „Sales Management”, SS – „Studia Socjologiczne”, SSQ – „Social Science Quarterly”, SSR – „Social Science Research”

Wydawnictwa ciągłe

APTBS – *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Z. Gostkowski (red.), Wrocław, tom 1; Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), Wrocław, tom 2–5; J. Lutyński, K. Lutyńska (red.), Wrocław, tom 6; Z. Gostkowski (red.), Wrocław, tom 7–8; Z. Gostkowski (red.), Warszawa, tom 9, AUL-FS – *Acta Universitatis Lodzianensis – Folia Sociologica*, J. Lutyński (red.), Łódź, zeszyty 9, 11, MMSBT – *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, Z. Gostkowski (red.), Warszawa, zeszyty 1–7; K. Lutyńska (red.), Warszawa, zeszyt 8.

Prace zbiorowe

MBS – *Metody badań socjologicznych*, S. Nowak (red.), Warszawa, 1965, SM – *Szkice metodologiczne*, K. Lutyńska (red.), Łódź, 1981, SMC – *Sociology in Mass Communication*, M. McQuail (red.), Middlesex, 1972, WKATBE – *Wywiad kwestionariuszowy. Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, K. Lutyńska, A.P. Wejland (red.), Wrocław, 1983, ZSP – *Zagadnienia socjo- i psycholingwistyki*, A. Schaff (red.), Wrocław, 1980.

* Bibliografia zawiera pozycje przywołane w tekście, a także inne, wykorzystane w trakcie pisania pracy. Omówienie ważniejszych badań nad ankietą pocztową znaleźć także można w kilku przeglądowych artykułach, m.in.: Baumgartner, Heberlein (1984), Blumberg, Fuller, Hare (1974), Goyder (1982), Heberlein, Baumgartner (1978), Kanuk, Berenson (1975), Linsky (1975), Scott (1969) i Yu, Cooper (1983).

Gwiazdka przy nazwisku autora pracy oznacza, że pozycja ta zawiera klasyfikację metod i technik badawczych, które są przedmiotem analizy w części I niniejszej książki.

- Adams S., 1953, *Trends in Occupational Origins of Physicians*, ASR, 18.
- Alderfer C.D., 1968, *Comparison of Questionnaire Response with and without Preceding Interviews*, JAP, 52.
- * Alevizos J., 1959, *Marketing Research*, Princehall.
- Alluto J.A., 1970, *A Note on Determining Questionnaire Destination in Survey Research*, SF, 48.
- Alluto J.A., 1970, *Some Dynamics of Questionnaire Completion and Return Among Professional and Managerial Personnel: The Relative Impacts of Reception at Work Site or Place of Residence*, JAP, 54.
- Ambler R.K., 1958, *A Note Comparing the Interview and Written Questionnaire Techniques for Identifying Anxiety Toward Flying*, U.S. School of Aviation Medical Research Report.
- Anderson J.F., D.E. Berdie, 1975, *Effects on Response Rates of Formal and Informal Questionnaire Follow-up Techniques*, JAP, 60.
- Andreasen A.R., 1970–1971, *Personalizing Mail Questionnaire Correspondence*, POQ, 34.
- Argyle M., 1981, *The Psychology of Interpersonal Behaviour*, Middlesex.
- Armstrong J.S., 1975, *Monetary Incentives in Mail Surveys*, POQ, 39.
- Arndt J., E. Crane, 1975, *Response Bias, Yea-saying, and the Double Negative*, JMR, 12.
- Ash P., E. Abramson, 1952, *The Effect of Anonymity on Attitude Questionnaire Response*, „Journal of Abnormal and Social Psychology”, 47.
- Axelord M., C.F. Cannell, 1959, *A Research Note on an Attempt to Predict Interviewer Effectiveness*, POQ, 23.
- Ayer A., 1955, *What Is Communication*, w: *Studies in Communication*, A. Ayer (red.), London.
- Babbie E., 1992, *The Practice of Social Research*, California.
- Backrack S.D., H.M. Scoble, 1967, *Mail Questionnaire Efficiency: Controlled Reduction of Nonresponse*, POQ, 31.
- Barlett D.L., P.B. Drew, E.G. Fable, W.A. Watts, 1974, *Selective Exposure to a Presidential Campaign Appeal*, POQ, 38.
- Barnette W.L., 1950, *The Non-Respondent Problem in Questionnaire Research*, JAP, 34.
- Barnette W.L., 1950, *Report of a Follow-Up of Counseled Veterans*, JSP, 32.
- Bauer R.K., F. Meissner, 1963, *Structures of Mail Questionnaires: Test of Alternatives*, POQ, 27.
- Baumgartner R.M., T.A. Heberlein., 1984, *Recent Research on Mailed Questionnaire Response Rates*, w: *Making Effective Use of Mailed Questionnaires*, D.C. Lockhard (red.), San Francisco.
- Baur E.J., 1947, *Response Bias in Mail Survey*, POQ, 11.
- Baxter R.E., 1943, *Use Both Mail Types Questionnaire and Personal Interviews in Readership Research*, PI, May 7.

- Becker G., D.A. Bakal, 1952, *Subject anonymity and motivational distortion in self-deport data*, „Journal of Clinical Psychology”, 26.
- Bender D.H., 1957, *Colored Stationary in Direct-Mail Advertising*, JAP, 41.
- Benson L.E., 1946, *Mail Surveys Can Be Valuable*, POQ, 10.
- Berdie D.R., J.F. Anderson, 1976, *Mail Questionnaire Response Rates: Updating Outmoded Thinking*, JM, 40.
- Bertrand J.T., 1978, *Communications Pretesting*, Chicago.
- Bevis J.C., 1948, *Economical Incentive Used for Mail Questionnaires*, POQ, 12.
- Bielawska B., K.M. Słomczyński, 1968, *Z doświadczeń realizacji ankiety audytoryjnej i wywiadu zbiorowego w środowisku studenckim*, APTBS, t. 2.
- Bishop G.F., H-J. Hippler, 1988, *A Comparison of Response Effects in Self-Administered and Telephone Surveys*, w: *Telephone Survey Methodology*, R.M. Groves i in., New York.
- * Black J.A., D.J. Champion, 1976, *Methods and Issues in Social Research*, London.
- Blau P.M., 1964, *Exchange and Power in Social Life*, New York.
- Blumberg H.J., C. Fuller, A.P. Hare, 1974, *Response Rates in Postal Surveys*, POQ, 38.
- Blumer H., 1981, *L'opinion publique*, w: *L'opinion publique. Examen critique. Nouvelles directions*, J. Padioleau (red.), Paris.
- Bobren H.M., 1962, *The Time Order of Response and Non-Response Bias in Mail Surveys*, Michigan.
- Bock W.E., J.H. Lade, 1963, *A Test of the Usefulness of the Post-Card Techniques in a Mail Questionnaire Study*, POQ, 27.
- Boksański Z., A. Piotrowski, M. Ziółkowski, 1977, *Socjologia języka*, Warszawa.
- Bradburn N.M., W.M. Mason, 1964, *The Order Effect on Question Order on Responses*, JMR, 1.
- Brandt K., 1955, *The Usefulness of a Post Card Technique in a Mail Questionnaire Study*, POQ, 19.
- Braehmer V., 1983, *Vademecum praktyki komunikacyjnej. Skuteczność komunikowania. Nowy model badań nad oddziaływaniem środków masowego przekazu*, PO, 1.
- Brennan R.D., 1958, *Trading Stamps as an Incentive in Mail Surveys*, JM, 22.
- * Brimo A., 1972, *Les Méthodes des sciences sociales*, Montchrestien.
- Britton J.H., J.O. Britton, 1951, *Factors in the Return of Questionnaires to Older Persons*, JAP, 35.
- Brooks V., 1974, *Can You Trust Mail Questionnaires?*, PI, Sept. 19.
- Brown G.H., 1975, *Randomized Inquiry Vs. Conventional Questionnaire Method in Estimating Drug Usage Rates Trough Mail Surveys*, *Technical Report 75-14*, Human Resources Research Organisation, June.
- Brown M.L., 1965, *Use of a Postcard Query in Mail Surveys*, POQ, 29.

- Brown R., 1958, *Words and Things*, Illinois.
- Brownlee K.A., 1957, *A Note on the Effects of Non-response on Surveys*, JASA, 52.
- Brunner G.A., S.J. Carroll Jr., 1967, *The Effect of Prior Telephone Appointments on Completion Rates and Response Content*, POQ, 31.
- Brunner G.A., S.J. Carroll Jr., 1969, *The Effect of Prior Telephone Notification on the Refusal Rate in Fixed Address Surveys*, JAR, 9.
- Brzeziński J., 1978, *Metodologiczne i psychologiczne wyznaczniki procesu badawczego w psychologii*, Poznań.
- Brzozowska-Ejme K., Z. Kawka, 1970, *Analiza błędów pracy ankietera w wywiadzie kwestionariuszowym na podstawie zapisu magnetofonowego*, APTBS, t. 3.
- Bunning B., D. Cahalan, 1973–1974, *By-Mail Vs. Field Self-Administrated Questionnaires: An Armed Forces Survey*, POQ, 37.
- Buse R.C., 1973, *Increasing Response Rates in Mailed Questionnaires*, „American Journal of Agricultural Economics”, 55.
- Cahalan D., 1951, *Effectivness of Mail Questionare Techniques in the Army*, POQ, 15.
- Campbell D.T., 1949, *Bias in Mail Surveys*, POQ, 13.
- Cannel Ch.F., 1977, *A Summary of Research Studies of Interviewing Methodology*, National Center for Health Statistic, Series 2.
- Cannel Ch.F., F.J. Fowler Jr., 1963, *Comparison of a Self Enumerative Procedure and a Personal Interview: a Validity Study*, POQ, 27.
- Cantril H., 1940, *Do Different Polls Get the Same Results?*, POQ, 4.
- Carpenter E.H., 1974, *Personalizing Mail Surveys: A Replication and Reassessment*, POQ, 38.
- Cartwright A., W. Tucker, 1967, *An Attempt to Reduce the Number of Calls on an Interview Inquiry*, POQ, 31.
- Cichomski B., Z. Sawiński, 1993, *Polski Generalny Sondaż Społeczny. Struktura skumulowanych danych 1992–1993*, Warszawa.
- Champion D.J., A.M. Sear, 1969, *Questionnaire Response Rate: A Methodological Analysis*, SF, 47.
- Chapple A.W., 1956, *Do's and Don'ts for Increasing Response*, PI, Oct. 4.
- Cicourel A., 1964, *Method and Measurment*, New York.
- Clausen J.A., R.N. Ford, 1947, *Controlling Bias in Mail Questionnaires*, JASA, 42.
- Cohen S.F., B. Lipstein, 1954, *Response Errors in the Collection of Wage Statistics by Mail Questionnaire*, JASA, 49.
- Colley R.H., 1945, *Don't Look Down Your Nose at Mail Questionnaires*, PI, March 16.
- Cox E.P., W.T. Anderson Jr., D.G. Fulcher, 1974, *Reappraising Mail Survey Response Rates*, JMR, 11.

- Cox W.E.Jr., 1966, *Response Patterns to Mail Surveys*, JMR, 3.
- Cozan L.W., 1960, *Type of Mailing and Effectivness of Direct Mail Advertising*, JAP, 44.
- Daniłowicz P., 1981, *Źródła-material-dane*, SM.
- Daniłowicz P., F. Sztabiński, 1992, *Nowe spojrzenie na ankietę pocztową. Jak uzyskano 70% zwrotów*, APTBS, t. 9.
- Deming W.E., 1953, *On a Probability Mechanism to Attain an Economic Balance Between the Resultant Error of Response and Bias of Non-Response*, JASA, 48.
- Deutscher I., 1956, *Physicians' Reactions to Mailed Questionnaire: A Study in Resistentialism*, POQ, 20.
- Dillman D.A., 1972, *Increasing Mail Questionnaire Response in Large Samples of the General Public*, POQ, 36.
- Dillman D.A., 1978, *Mail and Telephone Surveys. The Total Design Method*, New York.
- Dillman D.A., J.A. Christenson, E.H. Carpenter, R.M. Brooks, 1974, *Increasing Mail Questionnaire Response: A Four-State Comparison*, ASR, 39.
- Dillman D.A., J.H. Frey, 1974, *Contribution of Personalization to Mail Questionnaire Response as an Element of Previously Tested Method*, JAP, 59.
- Dillman D.A., R.G. Mason, 1984, *The Influence of Survey Method on Question Response*, paper presented at the meeting of the American Association for Public Opinion Research, Delevan, Wisconsin.
- Dix A.H., 1956, *Here's What Happen When Starch Scores are Checked by Mail*, PI, Nov. 23.
- Dodd S.C., 1952, *Testing Message Diffusion from Person to Person*, POQ, 16.
- Dohnalik J., 1980, *Efekty oddziaływania środków masowego komunikowania. Przegląd zmiennych warunkujących skuteczność*, PO. 3.
- Dohrenwend B.S., 1970, *An Experimental Study od Payments to Respondents*, POQ, 34.
- Dohrenwend B.S., B.P. Dohrenwend, 1968, *Sources of Refusals in Mail Surveys*, POQ, 32.
- Doise W., S. Moscovici, 1973, *Les décisions collectives*, w: *Introduction a'la psychologie sociale*, S. Moscovici (red.), Paris, t. 2.
- Domański H., 1994, *Spoleczeństwa klasy średniej*, Warszawa.
- Dommermuth W.P., P.R. Cateora, 1963, *Can Refusals by Respondents be Decreased?*, JM, 28.
- Donald M.N., 1960, *Implications of Nonresponse for the Interpretation of Mail Questionnaire Data*, POQ, 24.
- Dunlap J.W., 1950, *The Effect of Colour in Direct Mail Advertising*, JAP, 34.
- Durant H., I. Mass, 1956, *Who Doesn't Answer?*, „Bulletin of the British Psychological Society”, 29.
- Eastman R.O., 1943, *Don'ts About Mail Survey*, PI, March 12.

- Eastman R.O., 1945, *Dangers in Direct Mail Survey*, PI, Jan. 5.
- Eckland B.K., 1965, *Effects of Prodding to Increase Mail Back Returns*, JAP, 49.
- Edgerton H.A., S.H. Britt, R.D. Norman, 1947, *Objective Difference Among Various Types of Respondents to a Mailed Questionnaire*, ASR, 12.
- Edwards A.L., 1957, *Techniques of Attitude Scale Construction*, New York.
- Eisinger R.A., W.P. Janicki, R.L. Stevenson, W.L. Thompson, 1974, *Increasing Returns in International Mail Survey*, POQ, 38.
- El-Badry M.A., 1956, *A Sampling Procedure for Mailed Questionnaires*, JASA, 51.
- Ellis A., 1947, *Questionnaire Versus Interview Methods in the Study of Human Love Relationship*, ASR, 12.
- Ellis A., 1948, *Questionnaire Versus Interview Methods in the Study of Human Love Relationship II. Uncategorized Answer*, ASR, 13.
- Erdos P.L., 1957a, *How to Get High Return from Your Mail Surveys*, PI, Feb. 22.
- Erdos P.L., 1957b, *Successful Mail Surveys: High Return and How to Get Them*, PI, March 1.
- Erdos P.L., 1970, *Professional Mail Surveys*, New York.
- Etcheverry B.E., 1945, *Want Confidential Purchase Data? It's All in How You Ask*, SME, 72.
- Falthzik A.M., S.J. Carrol, 1971, *Rate of Return for Closed Versus Open-ended Questions in a Mail Questionnaire Survey of Industrial Organisations*, PR, 29.
- Fauman J.S., H. Sharp, 1958, *Presenting the Results of Social Research to the Public*, POQ, 22.
- Feild H.S., 1975, *Effect of Sex of Investigator on Mail Response Rates and Response Bias*, JAP, 60.
- Ferber R., 1948, *Which – Mail Questionnaires or Personal Interviews?*, PI, Feb. 13.
- Ferber R., 1948, *The Problem of Bias in Mail Surveys: a Solution*, POQ, 12.
- Ferber R., 1949, *A Rejoinder to a Letter to the Editor from Donald T. Campbell*, POQ, 13.
- Ferber R., 1950a, *A Letter to the Editor Commenting Futher on a Bias in Mail Surveys*, POQ, 14.
- Ferber R., 1950b, *A Follow-up on Futher Comments on Bias in Mail Surveys Stated in a Letter to the Editor*, POQ, 14.
- Ferber R., 1953, *Order Bias in a Mail Surveys*, JM, 17.
- Ferriss A.L., 1951, *A Note on Stimulating Response to Questionnaires*, ASR, 16.
- Filion F.L., 1975–1976, *Estimating Bias Due to Nonresponse in Mail Surveys*, POQ, 39.
- Filion F.L., 1976, *Exploring and Correcting for Nonresponse Bias Using Follow-ups of Nonrespondents*, „Pacific Sociological Review”, 19.

- Filipello F., H.W. Berg, A.D. Webb, 1958, *A Sampling Method for Household Surveys*, „Food Technology”, 12.
- Finkner A.L., 1952, *Adjustment for Non-response Bias in a Rural Mailed Surveys*, AER, 4.
- Fishbein M., 1967, *A Consideration of Beliefs and Their Role in Attitude Measurement*, w: *Readings in Attitude Theory and Measurement*, M. Fishbein (red.), New York.
- Ford N.M., 1967, *The Advance Letter in Mail Surveys*, JMR, 4.
- Ford N.M., 1968, *Questionnaire Appearance and Response Rates in Mail Surveys*, JAR, 8.
- Ford N.M., 1969, *Consistency of Response in a Mail Survey*, JAR, 9.
- Ford R.N., H. Zeisel, 1949, *Bias in Mail Surveys Cannot Be Controlled by One Mailing*, POQ, 13.
- Ford R.N., H. Zeisel, 1950, *A Rejoinder to a Letter to the Editor from Robert Ferber*, POQ, 14.
- Francel E.G., 1966, *Mail-Administrated Questionnaires: A Success Story*, JMR, 3.
- Frankel L.R., 1960–1961, *How Incentives and Subsamples Affect the Precision of Mail Surveys*, JAR, 1.
- Frankel L.R., 1960–1961, *Rejoinder*, JAR, 1.
- Frazen R., P.F. Lazarsfeld, 1945, *Mail Questionnaire as a Research Problem*, „Journal of Psychology”, 20.
- Frazier G., K. Bird, 1958–1959, *Increasing the Response to a Mail Questionnaire*, JM, 23.
- Frey J.H., 1983, *Survey Research by Telephone*, Beverly Hills.
- Friedman H.H., L. Goldstein, 1975, *Effect of Ethnicity of Signature on the Rate of Return and Content of a Mail Questionnaire*, JAP, 60.
- Fuller C., 1974, *Effect of Anonymity on Return Rate and Response Bias in Mail Survey*, JAP, 59.
- Fuller C.H., 1974, *Weighting to Adjust for Survey Nonresponse*, POQ, 38.
- Futrell C.M., J.E. Swan, 1977, *Anonymity and Response by Salespeople to a Mail Questionnaire*, JMR, 14.
- Funkhouser R.G., N. Maccoby, 1969, *The Role of a Poll in Resolving a University Crisis*, POQ, 33.
- Gannon M.J., J.C. Northen, S. Carroll Jr., 1971, *Characteristics of Nonrespondents Among Workers*, JAP, 55.
- Galtung J., 1967, *Theory and Methods of Social Research*, Oslo.
- Gelb B.D., 1975, *Incentives to Increase Survey Returns: Social Class Considerations*, JMR, 12.
- Gerbner G., 1972, *Mass Media and Human Communication Theory*, SMC.
- * Ghigliione R., B. Matalon, 1982, *Les Enquêtes Sociologiques. Theorie et pratique*, Paris.
- Goban-Klas T., 1976a, *Komunikowanie masowe. Zarys problematyki socjologicznej*, Kraków.

- Goban-Klas T., 1976b, *Modele procesu komunikowania: przegląd i analiza*, PO, 4.
- Goldberg D., H. Sharp, R. Freedman, 1959, *The Stability nad Reliability of Expected Family Size Data*, „Millbank Memorial Fund Quaterly”, 37.
- Goldstein H., B.H. Kroll, 1958, *Methods of Increasing Mail Response*, JM, 22.
- Goldstein L., H.H. Friedman, 1975, *A Case for Double Postcards in Surveys*, JAR, 15.
- Goode W.J., P.K. Hatt, 1952, *Methods in Social Research*, New York.
- Goodstadt M.S., L. Chung, R. Kronitz, G. Cook, 1977, *Mail Survey Response Rates: their Manipulation and Impact*, JMR, 14.
- Gostkowski Z., 1961, *Z zagadnień socjologii wywiadu*, PS, 15/2.
- Gostkowski Z., 1965, *Badania adekwatności technik badawczych w krajach na drodze rozwoju*, PS, 19/2.
- Gostkowski Z., 1966, *O założeniach i potrzebie empirycznych badań nad technikami i procedurami badawczymi w socjologii*, APTBS, t. 1.
- Gostkowski Z., 1968, *Rozmiary i kierunek tendencyjności w ankiecie prasowej*, APTBS, t. 2.
- Gostkowski Z., 1974, *O potrzebie humanizacji masowych badań typu surveyowego*, SS, 1.
- Gostkowski Z., 1976, *O poprawę jakości badań surveyowych*, SS, 3.
- Gostkowski Z., 1992, *Respondent jako pełny człowiek w badaniach surveyowych*, APTBS, t. 9.
- Gostkowski Z., F. Sztabiński, 1990, *Autoweryfikacja jako technika poprawy jakości danych uzyskiwanych w wywiadzie kwestionariuszowym*, APTBS, t. 8.
- Goudy W.J., 1976, *Interim Nonresponse to a Mail Questionnaire. Impacts on Variable Relationship*, POQ, 40.
- Gough H.G., W.B. Hall, 1977, *A Comparison of Physicians who Did or Did Not Respond to a Postal Questionnaire*, JAP, 62.
- Goyder J.C., 1982, *Futher Evidence on Factors Affecting Response Rates to Mailed Questionnaires*, ASR, 47.
- * Gravel R.J., 1978, *Quide méthodologique de la recherche*, Quebec.
- * Grawitz M., 1972, *Méthodes des sciences sociales*, Paris.
- Gray P.G., 1957, *A Sample Survey with Both a Postal and an Interview Stage*, „Applied Statistics”, 6.
- Greenberg A., M. Manfield, 1957, *On the Reliability of Mail Questionnaires in Product Tests*, JM, 21.
- Guiraud P., 1974, *Semiologia*, Warszawa.
- Gullahorn J.E., J.T. Gullahorn, 1959, *Increasing Returns from Non-Respondents*, POQ, 23.
- Gullahorn J.E., J.T. Gullahorn, 1963, *An Investigation of the Effects of Three Factors on Response to Mail Questionnaires*, POQ, 27.
- Hackler J.C., P. Bourgette, 1973, *Dollars, Dissonance, and Survey Returns*, POQ, 37.

- Hamel V., H.G. Reif, 1952, *Should Attitude Questionnaires be Signed?*, „Personal Psychology”, 5.
- Hammond E.C., 1959, *Inhalation in Relation on Type and Amount of Smoking*, JASA, 54.
- Hancock J.W., 1940, *An Experimental Study of Four Methods of Measuring Unit Costs of Obtaining Attitude Toward the Retail Store*, JAP, 24.
- Hansen M.H., W.N. Hurwitz, 1946, *The Problem of Non-Response in Samples Surveys*, JASA, 41.
- Hansen R.A., 1980, *A Self-perception Interpretation of the Effect of Monetary and Nonmonetary Incentives on Mail Survey Respondent Behavior*, JMR, 17.
- Haskins J.B., 1960–1961, *Comment on How Incentives and Subsamples Affect the Precision of Mail Surveys*, JAR, 1.
- Heath A.M., 1950, *A Demonstration of Bias in a Mail Questionnaire*, PI, Sept. 22.
- Heaton E.E.Jr., 1965, *Increasing Mail Questionnaire Returns with a Preliminary Letter*, JAR, 5.
- Heberlein T.A., R. Baumgartner, 1978, *Factors Affecting Response Rates to Mailed Questionnaires: a Quantitative Analysis of the Published Literature*, ASR, 43.
- Hendricks W.A., 1949, *Adjustment for Bias by Non-Response in Mailed Surveys*, AER, 1.
- Hendrick C., R. Borden, M. Giesen, E.J. Murray, and B.A. Seyfreid, 1972, *Effectiveness of Ingratiation Tactics in a Cover Letter on Mail Questionnaire Response*, „Psychonomic Science”, 26.
- Hensley W.E., 1974, *Increasing Response Rate by Choice of Postage Stamps*, POQ, 38.
- Hinkle A.L., G.D. King, 1978, *A Comparison of Three Survey Methods to Obtain Data for Community Health Program Planning*, „American Journal of Community Psychology”, 6.
- Hinrichs J.R., 1975, *Effect of Sampling, Follow-up Letters and Commitment to Participation on Mail Attitude Survey Response*, JAP, 60.
- Hinrichs J.R., R.D. Gatewood, 1967, *Differences in Opinion – Surveys Response Patterns as a Function of Different Method of Surveys Administration*, JAP, 51.
- Hochstim J.R., 1962, *Comparison of Three Information Gathering Strategies in a Population Study of Sociometrical Variables*, ASA, Proceeding of the Social Statistics Section.
- Hochstim J.R., 1963, *Alternatives to Personal Interviewing*, POQ, 27.
- Hochstim J.R., 1967, *A Critical Comparison of Three Strategies of Collecting Data from Households*, JASA, 62.
- Hochstim J.R., D.A. Athanasopoulos, 1970, *Personal Follow-up in a Mail Surveys: Its Contributions and Its Cost*, POQ, 34.

- Homans G.C., 1961, *Social Behaviour: Its Elementary Forms*, New York.
- Hoppe D.A., 1952, *Certain Factors Found to Improve Mail Survey Returns*, *Proceedings of the Iowa Academy of Science*, 59.
- House J.S., W. Gerber, A.J. McMichael, 1977, *Increasing Mail Questionnaire Response. A Controlled Replication and Extension*, POQ, 41.
- Houseman E.E., 1953, *Statistical Treatment of the Nonresponse Problem*, AER, 5.
- Houser J.D., 1938, *Measurement of the Vital Products of Business*, JM, 2.
- Houston M.J., 1976, *On the Personalization – Anonymity Relationship in Mail Surveys – Reply*, JMR, 13.
- Houston M.J., N.M. Ford, 1976, *Broadening the Scope of Methodological Research on Mail Survey*, JMR, 13.
- Houston M.J., R.W. Jefferson, 1975, *The Negative Effects of Personalization on Response Patterns in Mail Surveys*, JMR, 12.
- Houston M.J., J.R. Nevin, 1977, *The Effects of Source and Appeal on Mail Survey Response Patterns*, JMR, 14.
- Hox J.J., E.D. de Leeuw, A.M. Duijx, 1984, *The Postman Rings Thrice: the Effect of Personalizing and Using Certified Mail on the Response in Mail Surveys*, University of Amsterdam, Department of Education.
- Hubbard F.W., 1942, *Questionnaires, Interviews, Personality Schedules*, „Review of Educational Research”, 12.
- Hutchinson B.G., 1962, *Evaluation of a Mailed Health Questionnaire*, AJPH, 52.
- * Hyman H.H., 1955, *Interviewing in Social Research*, Chicago.
- Jackson K.S., 1961, *Some Experiments with G.P.O. Returns in Postal Surveys*, Social Survey Methodological Paper, Government Social Survey, London.
- Jahoda M., M. Deutsch, S.W. Cook, 1955, *Research Methods in Social Relations*, New York.
- * Javeau C., 1971, *L'euq et par questionnaire, Manuel a l'usage du praticien*, Bruxelles.
- Johnson W.R., N.A. Sieveking, E.S. Clanton, 1974, *Effects of Alternative Positioning of Open-Ended Questions in Multiple-Choice Questionnaires*, JAP, 59.
- Jones W. H., 1979, *Generalizing Mail Survey. Inducement Methods: Population Interactions with Anonymity and Sponsorship*, POQ, 43.
- Jones W.H., J.R. Lang, 1980, *Sample Composition Bias and Respons Bias in a Mail Survey: a Comparison of Inducement Methods*, JMR, 17.
- Jones W.H., J.R. Lang, 1982, *Reliability and Validity Effects under Mail Survey Conditions*, „Journal of Business Research”, 10.
- Kanuk L., C. Berenson, 1975, *Mail Surveys and Response Rates: A Literature Review*, JMR, 12.
- Kawash M.B., L.M. Aleamoni, 1971, *Effect of Personal Signature on the Initial Rate of Returns of Mail Questionnaire*, JAP, 55.

- Keane J.G., 1963, *Low Cost, High Return Mail Surveys*, JAR, 3.
- Kephart W.M., M. Bressler, 1958, *Increasing the Responses to Mail Questionnaires: A Research Study*, POQ, 22.
- Kerin R.A., 1975, *Personalization Strategies, Response Rate and Response Quality in a Mail Survey*, SSO, 55.
- Kerin R.A., R.A. Peterson, 1977, *Personalization, Respondent Anonymity and Response Distortion in Mail Survey*, JAP, 62.
- Kimball A.E., 1961, *Increasing the Rate of Return in Mail Surveys*, JM, 25.
- Kinard A.J., 1963, *Randomizing Error in Multiple-Choice Question*, JAP, 47.
- Kish L., 1949, *A Procedure for Objective Respondent Selection Within the Household*, JASA, 44.
- Kistelski K., 1981, *Problem błędów ankierskich w wywiadzie kwestionariuszowym w socjologii. Próba klasyfikacji*, MMSBT, 7.
- Kistelski K., 1985, *Rola ankietera w wywiadzie kwestionariuszowym w socjologii*, AUL-FS, 11.
- Kivlin J., 1965, *Contributions to the Study of Mail-Back Bias*, RS, 30.
- Kłosowska A., 1983, *Socjologia kultury*, Warszawa.
- Knox J.B., 1951, *Maximizing Responses to Mail Questionnaires: A New Technique*, POQ, 15.
- Knudsen D.D., H. Pope, D.P. Irish, 1967, *Response Differences to Questions on Sexual Standards: an Interview – Questionnaire Comparison*, POQ, 31.
- Koniarek J., 1983, *Reguły poprawnego formułowania pytań kwestionariuszowych*, WKATBE.
- Korczyk L., 1978, *Z doświadczeń pilotażu ankiety audytoryjnej*, MMSBT, 5.
- Krakowian B., 1985, *O nauczaniu rozumienia mowy obcojezycznej*, Warszawa.
- Kraut A.I., A.D. Wolfson, A. Rothenberg, 1975, *Some Effects of Position on Opinion Surveys Items*, JAP, 60.
- Krotki K.J., B. Fox, 1974, *Randomized Response Technique, the Interview, and the Self-Administered Questionnaire: An Empirical Comparison of Fertility Reports*, ASA, Proceedings of the Social Statistics Section.
- Kruglow L.P., H.H. Davidson, 1953, *The Willingness to Be Interviewed: a Selective Factor in Sampling*, JSP, 37.
- Kubiak A., 1984, *Braki informacji w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego w socjologii*, AUL-FS, 9.
- Kurcz I., 1980, *Psycholingwistyka a psychologia procesów poznawczych*, ZSP.
- Kviz F.J., 1977, *Toward a Standard Definition of Response Rate*, POQ, 41.
- Labrecque D.P., 1978, *A Response Rate Experiment Using Mail Questionnaires*, JM, 42.
- Lagay B.W., 1969, *Assessing Bias: a Comparison of Two Methods*, POQ, 33.
- Lalewicz J., 1975, *Komunikacja językowa i literatura*, Wrocław.
- deLamater J., P. MacCorquodale, 1975, *The Effects of Interview Schedule Variations on Reported Sexual Behavior*, „Sociological Methods and Research”, 4.

- Landsdowne J., 1970, *The Mailed Questionnaire in Panel Research: Some Empirical Observations*, SF, 48.
- Larson R.F., W.R. Catton Jr., 1959, *Can the Mail-Back Bias Contribute to a Study's Validity?*, ASR, 24.
- Larsson I., 1970, *Increasing the Rate of Return in Mail Surveys: a Methodological Study*, „Didakometry and Sociometry”, 2.
- Lawson F., 1949, *Varying Group Responses to Postal Questionnaires*, POQ, 13.
- Lazarsfeld P.F., 1940, *The Use of Mail Questionnaires to Ascertain the Relative Popularity of Network Stations in Family Listening Surveys*, JAP, 24.
- Lazarsfeld P.F., 1944, *The Controversy Over Detailed Interviews – an Offer for Negotiation*, POQ, 8.
- Lazarsfeld P., R. Franzen, 1943, *The Validity of Mail Questionnaires in Upper Income Groups*, „Time Research Reports”, 940.
- de Leeuw E.D., J.J. Hox, 1987, *Artifacts in Mail Surveys. The Influence of Dillman's Total Design Method on the Quality of the Responses*, w: *Sociometric Research*, W.E. Saris, I.N. Gallhofer (red.), London.
- de Leeuw E.D., J. Van der Zouwen, 1988, *Data Quality in Mail Surveys as Compared to Face to face and Telephone Interviews: a Meta-Analysis of the Research Literature*, paper presented at the International Conference on Social Science Methodology, Dubrovnik.
- Lehman E.C.Jr., 1963, *Tests of Significance and Partial Return to Mailed Questionnaires*, RS, 28.
- Le Roux A.A., 1968, *A Method of Detecting Errors of Classification by Respondents to Postal Enquiries*, „Journal of Applied Statistics”, 17.
- * Leslie G.R., R.F. Larson, B.L. Gorman, 1980, *Introductory Sociology. Order and Change in Society*, New York.
- Levine S., G. Gordon, 1958, *Maximizing Returns on Mail Questionnaires*, POQ, 22.
- Libiszowska-Żółtkowska M., 1994, *Postawy nauczycieli szkół podstawowych wobec uczniów niepełnosprawnych*, w: M. Apolinarska i in., *Integracja dzieci niepełnosprawnych w przedszkolu i szkole*, Warszawa.
- Lindsay P.H., D.A. Norman, 1984, *Procesy przetwarzania informacji u człowieka. Wprowadzenie do psychologii*, Warszawa.
- Linsky A.S., 1965, *A Factorial Experiment in Inducing Response to Mail Questionnaires*, SSR, 49.
- Linsky A.S., 1975, *Stimulating Responses to Mailed Questionnaires: A Review*, POQ, 39.
- Lissowski G., 1968, *Z zagadnień doboru próby*, w: *Metody statystyczne w socjologii*, K. Szaniawski (red.), Warszawa.
- Locander W., S. Sudman, N. Bradburn, 1976, *An Investigation of Interview Method, Threat and Response Distortion*, JASA 71.
- Longworth D.S., 1953, *Use of a Mail Questionnaire*, ASR, 18.

- Lutyńska K., 1968, *Ankieta do ankietera jako źródło wiedzy o wywiadzie kwestionariuszowym*, APTBS, t. 2.
- Lutyńska K., 1970, *Osoby trzecie w wywiadzie socjologicznym i ich wpływ na odpowiedzi respondentów*, APTBS, t. 3.
- Lutyńska K., 1974, *Ogólne zasady przeprowadzania wywiadów w pilotażu pogłębianym*, Łódź.
- Lutyńska K., 1975, *Pilotaż pogłębiany. Koncepcja, realizacja i analiza materiałów pilotażowych*, APTBS, t. 5.
- Lutyńska K., 1978, *Ankieterzy i badacze. Z badań nad wpływem ankieterskim*, PS, 30.
- Lutyńska K., 1983, *Osoby trzecie i miejsce wywiadu*, WKATBE.
- Lutyńska K., 1984, *Wywiad kwestionariuszowy. Przygotowanie i sprawdzenie narzędzia badawczego*, Wrocław.
- Lutyńska K., 1985, *Z problematyki współczesnych badań kwestionariuszowych*, w: *Spoleczeństwo a socjologia*, J. Kulpińska (red.), Wrocław.
- Lutyńska K., 1988, *Strajk studentów łódzkich w opinii mieszkańców Łodzi*, w: *Strajk studentów łódzkich '81 w świetle analiz socjologicznych*, J. Lutyński (red.), Warszawa.
- Lutyńska K., 1989, *Analiza odmów w polskich badaniach kwestionariuszowych w latach 1982–1985*, PS, 37.
- Lutyńska K., 1993, *Surveye w Polsce. Spojrzenie socjologiczno-antropologiczne*, Warszawa.
- * Lutyński J., 1968, *Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów*, APTBS, t. 2.
- Lutyński J., 1972, *Analiza procesu otrzymywania informacji w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego*, APTBS, t. 4.
- Lutyński J., 1975a, *Analizy weryfikacyjne w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego, ich rodzaje i możliwości*, APTBS, t. 5.
- Lutyński J., 1975b, *Cele, Przebieg i wstępne wyniki badań wweryfikacyjnych we Włocławku w 1973 r.*, APTBS, t. 5.
- Lutyński J., 1978, *Koncepcje pytania kwestionariuszowego, ich zastosowanie w badaniach, konsekwencje i możliwości*, PS, 30.
- Lutyński J., 1979, *Pytanie jako narzędzie w surveyowych badaniach socjologicznych*, SS, 2.
- Lutyński J., 1981, *Koncepcja badawcza. Pojęcie, główne składniki i problemy*, MMSBT, 6.
- Lutyński J., 1994, *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódź.
- * Madge J., 1965, *The Tools of Social Science*, New York.
- Magid F.N., N.G. Fotion, D. Gold, 1962, *A Mail Questionnaire Adjunct to the Interview*, POQ, 26.
- Malony P.U., 1954, *Comparability of Personal Attitude Scale Administration with Mail Administration with and without Incentive*, JAP, 38.

- Manfield M.L., 1948, *A Pattern of Response to Mail Surveys*, POQ, 12.
- Manfield M.L., 1949, *Similarity Between American and British Experience with Mail Returns*, POQ, 13.
- * Mann P.H., 1968, *Methods of Sociological Enquiry*, Oxford.
- Martin J.D., J.P. McConnell, 1973, *Mail Questionnaire Response Induction: the Effect of Four Variables on the Response of a Random Sample to a Difficult Questionnaire*, SSQ, 51.
- Mason W.S., R.J. Dressel, R.K. Bain, 1961, *An Experimental Study of Factors Affecting Response to a Mail Survey of Beginning Teachers*, POQ, 25.
- Matteson M.T., 1974, *Type of Transmittal and Questionnaire Color as Two Variables Influencing Response Rates in a Mail Survey*, JAP, 59.
- May R.C., 1960, *What Approach Gets the Best Return in Mail Surveys?*, „Industrial Marketing”, 45.
- Mayer Ch.S., R.W. Pratt Jr., 1966, *A Note on Nonresponse in Mail Survey*, POQ, 30.
- Mayer E.N.Jr., 1946, *Postage Stamps Do Affect the Results of Your Mailing*, PI, Sept. 17.
- * Mayntz R., K. Holm, P. Hubner, 1985, *Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej*, Warszawa.
- McDonagh E.C., L.A. Rosenblum, 1965, *A Comparison of Mailed Questionnaires and Subsequent Structured Interview*, POQ, 29.
- McGuire B., D.J. Leroy, 1977, *Comparison of Mail and Telephone Methods of Studying Media Contractors*, „Journal of Broadcasting”, 21.
- McNemar Q., 1946, *Opinion-Attitude Methodology*, PB, 43.
- Mead G.H., 1975, *Umysl, osobowość i społeczeństwo*, Warszawa.
- Meerlo J.A., 1952, *Conversation and Communication. A Psychological Inquiry into Language and Human Relations*, New York.
- Mercer J.R., E.W. Butler, 1968, *Disengagement of the Aged Population and Response Differentials in Survey Research*, SF, 46.
- * Mika S., 1972, *Wstęp do psychologii społecznej*, Warszawa.
- Millerr F.B., 1954, *Residentialism in Applied Social Research*, „Human Organization”, 12.
- Miller J.T., 1954, *Better Results from Mail Surveys*, POQ, 18.
- Miller W.S., E.J. Engquist Jr., 1942, *On the Effectiveness of follow-up in Mail Canvasses*, „Bulletin of the American Statistical Assosation”, 2.
- Mitchell W. Jr., 1939, *Factors Affecting the Rate of Return on Mailed Questionnaires*, JASA, 34.
- Montero D., 1974, *A Study of Social Desirability Response Bias: the Mail Questionnaire, the Face-to-Face Interview and a Telephone Interview Compared (Preliminary Draft)*, Department of Sociology University of California at Los Angeles.
- Moore C.C., 1941, *Increasing the Returns from Questionnaire*, JER, 35.

- Morgan R., 1949, *Follow-up Letters Disclose Trends Following Opinion Survey*, POQ, 13.
- * Moser C.A., G. Kalton, 1971, *Surveys Method in Social Investigation*, London.
- Moss L., A. Goldstein, 1979, *The Recall Method in Social Survey*, London.
- Myers J.H., A.F. Haug, 1969, *How a Preliminary Letter Affects Mail Survey Returns and Costs*, JAR, 9.
- National Education Association, 1930, *The Questionnaire*, „National Education Association Research Bulletin”, 8.
- Nederhof A.J., 1983a, *The Effects of Material Incentives in Mail Surveys: Two Studies*, POQ, 47.
- Nederhof A.J., 1983b, *Effects of Repetition and Consistency of Personalization Treatments on Response Rate in Mail Surveys*, SSR, 12.
- Nederhof A.J., 1985, *A Survey on Suicide: Using a Mail Survey to Study a Highly Threatening Topic*, QQ, 19.
- Nederhof A.J., 1987, *When Neutrality is Negative. Pleasantness of Most Recent Survey Experience and Nonresponse*, QQ, 21.
- Newman S.W., 1962, *Differences Between Early and Late Respondents to a Mail Survey*, JAR, 2.
- Nevin J.R., N.M. Ford, 1976, *Effects of Deadline and Veiled Threat on Mail Survey Responses*, JAP, 61.
- Nichols R.C., M.A. Meyer, 1966, *Timing Postcard Follow-ups in Mail Questionnaire Surveys*, POQ, 30.
- Noelle E., 1976, *Reprezentatywne badania ankietowe. Wprowadzenie do metodologii. Wybór tekstów*, Warszawa.
- Norman R.D., 1948, *A Review of Some Problems Related to the Mail Questionnaire Technique*, „Educational and Psychological Measurement”, 8.
- * Nowak S., 1965a, *Uwagi wstępne do zagadnień wywiadów i kwestionariuszy*, MBS.
- * Nowak S., 1965b, *Dwie metody anonimowych badań ankietowych*, MBS.
- Nowak S., 1965c, *Studia z metodologii nauk społecznych*, Warszawa.
- Nowak S., 1970, *Metodologia badań socjologicznych*, Warszawa.
- Nowakowska M., 1970, *Model odpowiadania na pytanie kwestionariuszowe. Ogólna problematyka pracy*, „Przegląd Psychologiczny”, 19.
- Nuckols R.C., 1964, *Personal Interview Versus Mail Panel Survey*, JMR, 1.
- Nucklos R.C., C.S. Mayer, 1970, *Can Independent Response be Obtained from Various Members in a Mail Panel Household?*, JMR, 7.
- O'Dell W.F., 1962, *Personal Interviews or Mail Panels*, JM, 26.
- Ognibene P., 1970, *Traits Affecting Questionnaire Response*, JAR, 10.
- Ognibene P., 1971, *Correcting Nonresponse Bias in Mail Questionnaires*, JMR, 8.

- O'Neill H.W., 1967, *Response Style Influence in Public Opinion Surveys*, POQ, 31.
- Orr D.B., C.A. Neyman Jr., 1965, *Considerations, Costs, and Returns in a Large-Scale Follow-up Study*, JER, 58.
- O'Toole B.I., D. Battistuta, A. Lond, K. Crouch, 1986, *A Comparison of Costs and Data Quality of Three Health Survey Methods: Mail, Telephone and Personal Home Interview*, AJE, 124.
- Pace C.R., 1939, *Factors Influencing Questionnaire Return from Former University Students*, JAP, 23.
- Parsons R.J., R.J. Medford, 1972, *The Effect of Advance Notice in Mail Surveys of Homogeneous Groups*, POQ, 36.
- * Parten M.B., 1950, *Surveys, Polls and Samples: Practical Procedures*, New York.
- Payne S., 1951, *The Art of Asking Questions*, Princeton.
- Payne S.L., 1950, *Respondents or Contestants by Mail*, POQ, 14.
- Payne S.L., 1964, *Combination of Surveys Methods*, JMR, 1.
- Pearlin L., 1961, *The Appeals of Anonymity in Questionnaire Response*, POQ, 25.
- Perrin E.M., 1945, *You're Right Mr. Eastman: Mail Questionnaires Aren't Worth Their Salt*, PI, Feb. 13.
- Philips W.M., 1951, *Weakness of the Mail Questionnaire*, SSR, 35.
- Piotrowski A., 1979, *Koncepcja procesu komunikowania w socjologii*, PS, 31/1.
- Piotrowski A., 1980, *O pojęciu kompetencji komunikatywnej*, ZSP.
- Piotrowski A., M. Ziółkowski, 1976, *Zróżnicowanie językowe a struktura społeczna*, Warszawa.
- Plog S.C., 1963, *Explanations for a High Return Rate on a Mail Questionnaire*, POQ, 27.
- Pohoski M., K.M. Słomczyński, 1978, *Spoleczna klasyfikacja zawodów*, Warszawa.
- * Poplin D.E., 1972, *Communities. A Survey of Theories and Methods of Research*, New York.
- Politz A., R. Brumbach, 1947, *Can an Advertiser Believe What Mail Surveys Tell Him?*, PI, Sept. 17.
- Price D.O., 1950, *On the Use of Stamped Return Envelopes with Mail Questionnaires*, ASR, 15.
- Przybyłowska I., 1975, *Wywiad o wywiadzie jako metoda otrzymywania informacji o reakcji wewnętrznej respondenta na pytanie kwestionariuszowe*, APTBS, t. 5.
- Pucel D.J., H.F. Nelson, D.N. Wheeler, 1971, *Questionnaire Follow-up Returns as a Function of Incentives and Responder Characteristics*, „Vocational Guidance Quarterly”, 19.
- Reeder L.G., 1960, *Mailed Questionnaires in Longitudinal Health Studies: the Problem of Maintaining and Maximizing Response*, „Journal of Health and Human Behavior”, 1.

- Reid S., 1942, *Respondents and Non-Respondents to Mail Questionnaires*, „Educational Research Bulletin”, 21.
- Reuband K.H., H. Rohlinger, 1988, *Empirische Sozialforschung 1987*.
- Reusch J., G. Bateson, 1951, *Communication. The Social Matrix of Psychiatry*, New York.
- Reuss C.F., 1943, *Differences Between Persons Responding and Not Responding to a Mailed Questionnaire*, ASR, 8.
- Robin S.S., 1965, *A Procedure for Securing Returns to Mail Questionnaires*, SSR, 50.
- Robinson R.A., 1946, *Five Features Helped This Questionnaire Pull From 60% to 70%!* , PI, Feb. 22.
- Robinson R.A., 1952a, *How to Design a Mail Survey*, PI, June 6.
- Robinson R.A., 1952b, *How to Boost Returns from Mail Surveys*, PI, June 6.
- Robinson R.A., P. Agasim, 1951, *Making Mail Surveys More Reliable*, JM, 15.
- Roeher G.A., 1963, *Effective Techniques in Increasing Response to Mailed Questionnaires*, POQ, 27.
- Rollins M., 1940, *The Practical Use of Repeated Questionnaire Waves*, JAP, 24.
- * Rongère P., 1975, *Méthodes des sciences sociales*, Paris.
- Rorer L.G., 1965, *The Great Response-Style Myth*, PB, 63.
- Roscoe A.M., D. Lang, J.N. Sheth, 1975, *Follow-up Methods, Questionnaire Length, and Market Differences in Mail Surveys*, JM, 39.
- Rosen N.A., 1960, *Anonymity and attitude measurement*, POQ, 24.
- Rosen H., R. Rosen, 1955, *The Validity of „Undecided” Answers in Questionnaire Responses*, JAP, 39.
- Rosenau J.N., 1964, *Meticulousness as a Factor in the Response to Mail Questionnaires*, POQ, 28.
- Rosenthal R., R.L. Rosnow, 1969, *Artifacts in Behavioral Research*, New York.
- Rostocki W.A., 1984, *Trudność pytań w wywiadzie kwestionariuszowym i jej liczbowa ocena, konsekwencje i uwarunkowania*, AUL-FS, 9.
- Rostocki W.A., 1992, *Kłamstwo obronne w ujęciu M. Ossowskiej a etyczne problemy wywiadu kwestionariuszowego w socjologii*, APTBS, t. 9.
- Roth E., E. Ardel, W. Klimesch, 1979, *Zależności między strukturą aktu komunikowania a strukturą postaw odbiorcy*, PO, 3.
- Ruckmick C.A., 1930, *The Uses and Abuses of the Questionnaire Procedure*, JAP, 14.
- Russell S.D., R. Konrad, A.D. Kaluzny, 1970, *Influencing the Respondent: an Experiment in Maximizing the Response Rate of Mail Questionnaires*, „Sociological Abstracts”, 22.
- Salisbury P., 1938, *18 Elements of Danger in Making Mail Surveys*, SME, 42.
- Sapir E., 1953, *Communication, w: Reader in Public Opinion and Communication*, B. Berelson, M. Janowitz (red.), Illinois.

- Sarapata A., 1962, *Uwagi o budowie kwestionariusz do badań społecznych*, Katowice.
- Schmiedeskamp J.W., 1962, *Reinterviews by Telephone*, JM, 26.
- Schramm W., 1955, *How Communication Works, w: Process and Effects of Mass Communication*, W. Schramm (red.), Illinois.
- Scholl J.C., C.E. Burkhead, 1949, *Interviewing Nonrespondents to a Mail Survey: an Experiment in Connection with April 1948 Farm Stock Report*, AER, 1.
- Schwirian K.P., H.R. Blaine, 1966, *Questionnaire-Return Bias in the Study of Blue-Collar Workers*, POQ, 30.
- Scott Ch., 1969, *Research in Mail Surveys*, „Journal of Royal Statistical Society”, series A, 124.
- Scott F.G., 1957, *Mail Questionnaires Used in a Study of Older Women*, SSR, 41.
- Seitz R.M., 1944, *How Mail Surveys May Be Made to Pay*, PI, Dec. 1.
- * Selltiz C., L.S. Wrightsman, S.W. Cook, 1977, *Les méthodes de recherche en sciences sociales*, Montréal.
- Sergean R., 1958, *The Response of Industrial Firms to an Approach by Letter Questionnaire*, „Occupation Psychology”, 32.
- Sewell W.H., V.P. Shah, 1967, *Socioeconomic Status, Intelligence, and the Attainment of High Education*, „Sociology of Education”, 40.
- Sharp H., 1955, *The Mail Questionnaire as a Supplement to the Personal Interview*, ASR.
- Sheppard D., 1959, *Immersion Cleaning: Its Results on Farms*, „Diary Industries”, 24.
- Sheth J.N., A.M. Roscoe Jr., 1975, *Impact of Questionnaire Length, Follow-up Method, and Geographical Location on Response Rate to a Mail Survey*, JAP, 60.
- Shosteck H., W.R. Fairweather, 1979, *Physician Response Rates to Mail and Personal Interview Survey*, POQ, 43.
- Shuttleworth F.K., 1931, *A Study of Questionnaire Technique*, „Journal of Educational Psychology”, 22.
- Shuttleworth F.K., 1941, *Sampling Errors Involved in Incomplete Returns to Mail Questionnaires*, JAP, 25.
- Siciński A., 1980, *Orientacja teoretyczna badań stylu życia*, w: *Problemy teoretyczne i metodologiczne badań stylu życia*, A. Siciński (red.), Warszawa.
- Siemiatycki J., 1979, *A Comparison of Mail, Telephone and Home Interview Strategies for Household Health Surveys*, AJPH, 69.
- Siemiatycki J., S. Campbell S., 1984, *Nonresponse Bias and Early Versus all Responders in Mail and Telephone Surveys*, AJE, 120.
- Siemiatycki J., S. Campbell, L. Richardson, D. Aubert, 1984, *Quality of Response in Different Population Groups in Mail and Telephone Surveys*, AJE, 120.

- Simon R., 1967, *Responses to Personal and Form Letters in Mail Surveys*, JAR, 7.
- Sirken M.G., J.W. Pifer, M.L. Brown, 1960, *Survey Procedures for Supplementing Mortality Statistics*, AJPH, 50.
- Sirken M.G., M.L. Brown, 1962, *Quality of Data Elicited by Successive Mailings in Mail Surveys*, ASA, Proceeding of the Social Statistics Section.
- * Sjoberg G., R. Nett, 1964, *A Methodology for Social Research*, New York.
- Sletto R.F., 1940, *Pretesting of Questionnaires*, ASR, 5.
- Slocum W.L., L.T. Empey, H.S. Swanson, 1956, *Increasing Response to Questionnaire and Structured Interviews*, ASR, 21.
- Smith E.M., W. Hewett, 1972, *The Value of a Preliminary Letter in Postal Survey Response*, „Journal of the Market Research Society”, 14.
- Smythe D.W., 1972, *Some Observations on Communication Theory*, SMC.
- Słomczyński K.M., 1968a, *Zastosowanie ankiety pocztowej w powtórny kontakt badawczym*, APTBS, t. 2.
- Słomczyński K.M., 1968b, *Granice stosowalności ankiety audytoryjnej w środowisku robotniczym*, APTBS, t. 2.
- Słomczyński K.M., 1983, *Wpływ oficjalnej i prywatnej sytuacji wywiadu na odpowiedzi respondentów w środowisku inteligencji*, WKATBE.
- Słomczyński K.M. i in., 1989, *Struktura społeczna, schemat teoretyczny*, Warszawa
- Sołoma L., 1970, *Analiza porównawcza wartości danych zdobytych przy pomocy różnych technik*, APTBS, t. 3.
- Sonsbeck J.L.A. van, L.H. Stronkhorst, 1983, *A Comparison of Data Collection Methods in the Measurement of Medical Consumption*, Central Bureau voor de Statistiek.
- Stafford J.E., 1966, *Influence of Preliminary Contact on Mail Returns*, JMR, 3.
- Stanton F., 1939, *Notes on the Validity of Mail Questionnaire Returns*, JAP, 23.
- Staszyńska K., 1985, *Spoleczny kontest badań ankietowych*, MMSBT, 8.
- Staszyńska K., 1989, *Wiarygodność respondentów w socjologicznych badaniach ankietowych*, Wrocław.
- Steeh C.G., 1981, *Trends in Nonresponse Rates, 1952–1979*, POQ, 45.
- Stephen F.F., P.J. McCarthy, 1958, *Sampling Opinions: an Analysis of Survey Procedures*, New York.
- Stevens R.E., 1974, *Does Precoding Mail Questionnaires Affect Response Rates?*, POQ, 38.
- Suchman E.A., B. McCandless, 1940, *Who Answers Questionnaires?*, JAP, 24.
- Sudman S., A. Greeley, L. Pinto, 1965, *The Effectiveness of Self-Administered Questionnaires*, JMR, 2.
- Sudman S., B. Bradburn, 1974, *Response Effects in Surveys*, Chicago.
- Sudman S., R. Ferber, 1974, *A Comparison of Alternative Procedures for Collecting Consumer Expenditure Data for Frequently Purchased Products*, JMR, 11.

- Sudman S., N.M. Bradburn, 1983, *Asking Questions. A Practical Guide to Questionnaire Design*, San Francisco.
- Sulek A., 1985, *Kilka uwag metodologicznych o polskiej socjologii empirycznej*, MMSBT, 8.
- Sykes W., G. Hoinville, 1985, *Telephone Interviewing on a Survey of Social Attitudes. Social and Community Planning Research*, London.
- Sztabiński F., 1981a, *Proces kontaktowania się w ankiecie pocztowej*, SM.
- Sztabiński F., 1981b, *Ankieta i jej pilotaż*, MMSBT, 7.
- Sztabiński F., 1983, *Opinie Łodzian o rolnikach*, „Wiś Współczesna”, 10.
- Sztabiński F., 1985, *Ankieta pocztowa i wywiad kwestionariuszowy. Wstępne wyniki analizy porównawczej*, MMSBT, 8.
- Sztabiński F., 1987, „Metodologiczne problemy ankiety pocztowej w badaniach socjologicznych. Analiza procesu komunikowania się i jego rezultatów” (nie publikowana praca doktorska), Łódź.
- Sztabiński F., 1989, *Wywiad kwestionariuszowy i ankieta pocztowa. Analiza przebiegu procesów uzyskiwania informacji i ich rezultatów*, PS, 37.
- Sztabiński F., 1990, *Proces komunikowania się w ankiecie pocztowej. Prezentacja schematu*, APTBS, t. 8.
- Sztabiński F., 1994, *Czy ankieta może zastąpić wywiad?*, PS, 40/2.
- Sztabiński F., 1996, *Ankieta do ankietera: źródło informacji czy dezinformacji o wywiadzie kwestionariuszowym*, „Ask” 4.
- Sztabiński P.B., 1994, *Tożsamość społeczna jako rzeczywistość ewokowana w sytuacji wywiadu socjologicznego*, PS, 40/2.
- Sztabiński P.B., 1995a, *Efekt ankieterski: czy zmienia się tylko respondent?*, „Ask”, 1.
- Sztabiński P.B., 1995b, *Ankieter jako źródło zniekształceń w procesie badawczym*, „Ask”, 2.
- Sztabiński P.B., 1995c, *Dlaczego respondenci zgadzają się na wywiad? Problemy aranżacji wywiadu w badaniach surveyowych*, „Ask” 2.
- Sztabiński P.B., 1997, *Ankieterzy i ich respondenci. Od kogo zależą wyniki badań ankietowych*, Warszawa.
- Sztabiński P.B., F. Sztabiński, 1994a, *Respondenci początku lat '90. Stosunek do badań i jego uwarunkowanie*, SS, 2.
- Sztabiński P.B., F. Sztabiński, 1994b, „Ocena metodologiczna wyników pilotażowego badania kohortowego »Nasze życie codzienne i zdrowie«” (maszynopis), Warszawa.
- * Sztumski J., 1976, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice.
- Tallent N., W.J. Reiss, 1959, *A Note on an Unusually High Rate of Returns for a Mail Questionnaire*, POQ, 23.
- Thibaut J.W., H.H. Kelley, 1959, *The Social Psychology of Groups*, New York.
- Thornberry O., W.L. Nicholls, S. Kulpinsky, 1982, *Data Collection Methods in Federal Statistical Survey*, ASA, Proceedings of 1982 Conference, Section on Research Methods, New York.

- Toops H.A., 1926, *The Returns from Follow-Up Letters to Questionnaires*, JAP, 10.
- Tuchańska B., 1983, *Model wewnętrznej reakcji respondenta na pytanie*, WKATBE.
- Vaughn C.L., W.A. Reynolds, 1951, *Reliability of Personal Interview Data*, JAP, 35.
- Veiga J.F., 1974, *Getting the Mail Questionnaire Returned: Some Practical Research Consideratin*, JAP, 59.
- Vincent C.E., 1964, *Socioeconomic Status and Familial Variables in Mail Questionnaire Responses*, „American Journal of Sociology”, 69.
- Waisanen F.B., 1954, *A Note on the Response to a Mailed Questionnaire*, POQ, 18.
- Wallace D., 1945, *Who Anserws Mail Questionnaires?*, „Time Research Publication”, No. 929.
- Wallace D., 1947, *Mail Questionnaires Can Produce Good Samples of Homogenous Groups*, JM, 12.
- Wallace D., 1954, *A Case For and Against Mail Questionnaires*, POQ, 18.
- Watson J.J., 1965, *Improving the Response Rate in Mail Reseach*, JAR, 5.
- Watson R., 1937, *Investigations by Mail*, „Market Research”, 7.
- Weilbacher W.M., R.H. Walsh, 1952, *Mail Questionnaires and the Personalized Letter of Transmittal*, JM, 16.
- Weiss R.W., 1975, *Effect of Social – Desirability Set in Responding to Questionnaires on Ethnic Stereotypes*, PR, 36.
- Westley D., M. Mac Lean, 1957, *A Conceptual Model for Communication*, „Research Journalism Quarterly”, 34.
- Wejland A.P., 1975, *Pilotaż. Szkic pojęcia*, APTBS, t. 5.
- Wejland A.P., 1983a, *Wywiad kwestionariuszowy jako technika otrzymywania danych. Wprowadzenie*, WKATBE.
- Wejland A. P., 1983b, *Pytanie kwestionariuszowe jako narzędzie otrzymywania danych. Wprowadzenie*, WKATBE.
- Wejland A. P., 1983c, *Wewnętrzna reakcja respondenta na pytanie w wywiadzie kwestionariuszowym. Wprowadzenie*, WKATBE.
- Wells D.E., A.O. Andapia, 1966, *On Adoption Proneness and Response to Mail Questionnaires*, RS, 31.
- Wheatley J.J., 1973, *Self Administered Written Questionnaires or Telephone Interviews?*, JMR, 10.
- Whitmore W.J., 1976, *Mail Survey Premiums and Response Bias*, JMR, 13.
- Williams A.F., H. Wechsler, 1970, *The Mail Survey: Method to Minimize Bias Owing to Incomplete Response*, „Sociology and Social Research”, 54.
- Williams W.Jr., D.J. Leroy, 1976, *Alternative Methods of Measuring Public Radio Audience: a Pilot Project*, „Journalism Quarterly”, 53/3.
- Wiseman F., 1972, *Methodological Bias in Public Opinion Surveys*, POQ, 36.

- Wiseman F., 1976, *A Reassessment of the Effects of Personalization on Response Patterns in Mail Surveys*, JMR, 13.
- Wotruba T.R., 1966, *Monetary Inducements and Mail Questionnaire Response*, JMR, 3.
- Yu J., H. Cooper, 1983, *A Quantitative Review of Research Design Effects on Response Rates to Questionnaires*, JMR, 20.
- Zimmer H., 1956, *Validity of Extrapolating Nonresponse Bias From Mail Questionnaire Follow-ups*, JAP, 40.
- Ziółkowski M., 1980, *O czterech możliwościach socjologicznego podejścia do zjawisk językowych*, ZSP.

Aneksy

ANEKS A

Poszukiwane informacje odpowiadające pytaniom zawartym w kwestionariuszu ankiety i wywiadu do badania temat strajku studenckiego (Badanie A).

I. Poszukiwane informacje:

Rodzaj źródeł, z których respondent czerpał informacje o strajku studenckim i jego przebiegu. Liczba poszukiwanych informacji jest uzależniona od rodzajów źródeł, z których respondent korzystał. W odniesieniu do każdego z wymienionych w pytaniu źródeł otrzymujemy informacje:

– 01. Czy respondent korzystał z danego źródła?

W odniesieniu do trzech rodzajów źródeł, o ile respondent z nich korzystał, otrzymujemy dodatkowo informacje:

– 01A. Z jakich gazet i czasopism respondent czerpał informacje o strajku?

– 01B. Z zebrań jakich partii, związków lub organizacji respondent czerpał informacje o strajku?

– 01C. Jak respondent ocenia sposób informowania ludności o strajku przez gazety i telewizję?

II. Poszukiwana informacja:

– 02. Czy respondent oglądał lub opowiadano mu o wystąpieniu telewizyjnym, w którym Minister informował, że strajkujący studenci urządzili sobie „zabawę”, że są „inspirowani” itp.?

III. Poszukiwane informacje:

– 03. Czy ktoś z rodziny respondenta, jego znajomych, sąsiadów itp. brał udział w strajku studenckim?

W przypadku, gdy ktoś z rodziny respondenta, jego znajomych, sąsiadów itp. brał udział w strajku:

– 03A. Kim była ta osoba?

IV. Poszukiwana informacja:

– 04. Jak zachowałby się respondent, będąc na miejscu rodziców, posiadających dzieci studiujące w łódzkich uczelniach, które chciałyby wziąć udział w strajku?

V. Poszukiwana informacja:

– 05. Uzasadnienie sądu respondenta na temat sposobu zachowania się rodziców wobec dzieci chcących wziąć udział w strajku.

VI. Poszukiwana informacja:

– 06. Czy respondent wie, na których z łódzkich wyższych uczelniach odbywał się strajk oraz, czy wiedza ta jest trafna?

VII. Poszukiwane informacje:

– 07. Czy respondent wie, kto stał na czele Komisji Rządowej prowadzącej rozmowy ze studentami oraz, czy wiedza ta jest trafna?

W przypadku, gdy respondent wie kto stał na czele Komisji Rządowej:

– 07A. Jak brzmi nazwisko tej osoby lub osób?

– 07B. Jakie zajmuje stanowisko ta osoba lub osoby?

VIII. Poszukiwane informacje:

– 08. Czy respondent wie, kto stał na czele Komitetów Strajkowych, oraz czy wiedza ta jest trafna?

W przypadku, gdy respondent wie kto stał na czele Komitetów Strajkowych:

– 08A. Jak brzmią nazwiska tych studentów?

IX. Poszukiwana informacja:

– 09. Czy respondent zna postulaty wysuwane przez strajkujących studentów (przyczyn strajku) oraz czy wiedza ta jest trafna?

X. Poszukiwana informacja:

– 10. Kogo respondent obarcza winą za przedłużający się strajk: studentów, Komisję Rządową, czy obie strony?

XI. Poszukiwana informacja:

– 11. Uzasadnienie sądu dotyczącego wskazania strony (stron) winnej za przedłużanie się strajku.

XII. Poszukiwane informacje:

– 12. Jaki był, generalnie biorąc stosunek respondenta do strajku studentów?

– 12A. Czy ten stosunek zmieniał się w miarę przedłużania się strajku?

W przypadku, gdy stosunek respondenta do strajku zmieniał się w miarę jego przedłużania, to:

– 12B. Czym było to spowodowane?

XIII. Poszukiwana informacja:

– 13. Jaki był stosunek respondenta do strajku studentów? Jest to pytanie pośrednie zmierzające do ustalenia stosunku respondenta do strajku poprzez ocenę opinii grupy.

XIV. Poszukiwana informacja:

– 14. Jaki jest sąd respondenta na temat słuszności podjęcia strajku?

XV. Poszukiwana informacja:

– 15. Czy studenci powinni wysuwać, czy też nie, żądania ogólnospołeczne i polityczne? Pytanie to, poprzez ocenę zakresu postulatów i żądań studenckich, służy do ustalenia koncepcji roli studenta w opinii respondenta.

XVI. Poszukiwana informacja:

– 16. Uzasadnienie stwierdzenia, iż studenci nie powinni wysuwać żądań ogólnospołecznych i politycznych. Pytanie to służy do ustalenia koncepcji roli studenta w opinii respondenta.

XVII. Poszukiwana informacja:

– 17. Czy zdaniem respondenta studenci winni formułować hasła ośmieszające Ministra? Pytanie to służy do ustalenia koncepcji roli studenta w opinii respondenta.

XVIII. Poszukiwana informacja:

– 18. Uzasadnienie sądu respondenta, dotyczącego stosunku studentów do ministra J. Górskiego. Pytanie to służy do ustalenia koncepcji roli studenta w opinii respondenta.

XIX. Poszukiwana informacja:

– 19. Które z przytoczonych stwierdzeń są najbliższe opiniom respondenta o strajku studenckim?

XX. Poszukiwana informacja:

– 20. Płeć respondenta.

XXI. Poszukiwana informacja:

– 21. Data urodzenia respondenta.

XXII. Poszukiwane informacje:

- 22. Czy respondent posiada dzieci?
W przypadku, gdy respondent posiada dzieci:
- 22A. W jakim są one wieku?
- 22B. Czy któreś z nich jest studentem?

XXIII. Poszukiwana informacja:

- 23. Ile lat faktycznie respondent spędził w Łodzi w ciągu całego życia?

XXIV. Poszukiwane informacje:

- 24. Jaki najwyższy poziom formalnego wykształcenia osiągnął respondent?
- 24A. Czy respondent ukończył szkołę danego poziomu, czy też nie?
W przypadku wykształcenia wyższego uzyskujemy dodatkowo informacje:
- 24B. Jak brzmi nazwa wyższej uczelni, do której respondent uczęszczał (uczęszcza)?
- 24C. Czy respondent obecnie studiuje? (w przypadku wykształcenia wyższego nie ukończonego)

XXV. Poszukiwana informacja:

- 25. Jaka jest wysokość dochodów na 1 osobę w gospodarstwie domowym respondenta?

XXVI. Poszukiwane informacje:

- 26. Do której kategorii społeczno-zawodowej można zaliczyć respondenta?
W przypadku pracowników fizycznych i umysłowych uzyskujemy dodatkowo informacje:
- 26A. Jak brzmi nazwa stanowiska obecnie zajmowanego przez respondenta?
- 26B. Jak brzmi nazwa zawodu obecnie wykonywanego przez respondenta?

XXVII. Poszukiwane informacje:

- 27. Do jakiej partii lub organizacji należy obecnie respondent?
W przypadku, gdy respondent pełni jakieś funkcje w tej partii lub organizacji:
- 27A. Jak brzmi nazwa pełnionej funkcji?
- 27B. Do jakich innych organizacji należy respondent?

ANEKS B

„Obrazy” przebiegu procesu kontaktowania się badacza z respondentem w badaniu „Opinie mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej” (badanie B), ustalone na podstawie ankiety pocztowej, wywiadu swobodnego oraz „faktyczny obraz” tego procesu

„Obraz” procesu kontaktowania się:	Ankieta N/%	Wywiad N/%	Faktyczny N/%
Proces „idealny”	70/35,0	28/14,0	55/27,5
Proces zniekształcony: udział osób trzecich	3/1,5	15/7,5	14/7,0
Proces zniekształcony: wypowiedź Resp. niewłaściwego	7/3,5	8/4,0	11/5,5
Proces przerwany: nienawiązanie kontaktu	108/54,0	105/52,5	68/34,0
Proces przerwany: odrzucenie roli Resp.	12/6,0	25/12,5	33/16,5
Proces przerwany: przyjęcie roli Resp., ale niewypełnienie	-/0,0	12/6,0	12/6,0
Proces przerwany: wypowiedź Resp. nie dociera do badacza	-/0,0	7/3,5	7/3,5
Razem:	200/100%	200/100%	200/100%

ANEKS C

Charakterystyki osób, które odpowiedziały na ankietę pocztową w badaniu „Co myślimy o ankietach?” (badanie D), oraz osób, które nie odpowiedziały na nią (rozkłady przedstawiono z pominięciem ewentualnych braków danych).

Tabela 1. Charakterystyka badanych osób ze względu na rodzaj miejscowości

Rodzaj miejscowości	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Wieś	384/36,8%	187/46,8%
Miasto do 10 tys.	63/6,0%	14/3,6%
Miasto 10–24 tys.	113/10,8%	29/7,3%
Miasto 25–49 tys.	74/7,1%	20/4,9%
Miasto 50–99 tys.	93/8,9%	35/8,7%
Miasto 100–249 tys.	108/10,3%	41/10,3%
Miasto 250–499 tys.	92/ 8,8%	14/3,6%
Miasto pow. 500 tys.	118/11,3%	59/14,8%

Tabela 2. Charakterystyka badanych osób ze względu na płeć

Płeć respondenta	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Mężczyźni	480/46,0%	216/54,1%
Kobiety	565/54,0%	183/45,9%

Tabela 3. Charakterystyka badanych osób ze względu na wiek

Wiek respondenta	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
18–19 lat	39/3,7%	7/1,8%
20–29 lat	209/20,0%	78/19,5%
30–39 lat	197/18,9%	82/20,6%
40–49 lat	249/23,8%	72/18,0%
50–59 lat	173/16,5%	54/13,5%
60–69 lat	114/10,9%	66/16,6%
70–79 lat	51/4,9%	28/7,0%
80 lat i powyżej	13/1,3%	12/3,0%

Tabela 4. Charakterystyka badanych osób ze względu na zawód

Zawód respondenta	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Kierownicy i specjaliści	80/15,6%	10/5,1%
Pracownicy wyspecjalizowani	53/10,3%	12/6,0%
Inni pracownicy umysłowi	42/8,2%	19/10,0%
Pracownicy fizyczno-umysłowi	47/9,1%	9/4,8%
Wykwalifikowani pracownicy fizyczni	156/30,3%	56/28,9%
Niewykwalifikowani pracownicy fizyczni	48/9,4%	17/8,6%
Rolnicy	60/11,6%	46/23,7%
Właściciele zakładów	28/5,5%	25/12,9%

Tabela 5. Charakterystyka badanych osób ze względu na wykształcenie

Wykształcenie respondenta	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Niepełne podstawowe	37/3,6%	40/9,9%
Podstawowe	248/23,7%	126/31,7%
Zasadnicze zawodowe	313/29,9%	111/27,8%
Niepełne średnie	35/3,3%	8/2,0%
Średnie ogólnokształcące	62/5,9%	19/4,8%
Średnie zawodowe	207/19,8%	56/14,1%
Pomaturalne	35/3,4%	10/2,6%
Nie ukończone wyższe	15/1,5%	3/0,9%
Wyższe	93/8,9%	25/6,2%

Tabela 6. Charakterystyka badanych osób ze względu na rodzaj udzielonej odpowiedzi na pytanie: „Czy na badania naukowe wydaje się u nas za dużo pieniędzy, za mało, czy w sam raz?”

Rodzaj odpowiedzi	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Za mało	748/71,6%	246/61,9%
W sam raz	104/10,0%	48/12,1%
Za dużo	30/2,8%	11/2,7%
Nie wiem	163/15,6%	93/23,3%

Tabela 7. Charakterystyka badanych osób ze względu na rodzaj udzielonej odpowiedzi na pytanie: „Biorąc wszystko pod uwagę, jakiego życia spodziewa się Pan(i) za 5 lat? Czy spodziewa się Pan(i) być bardzo szczęśliwy(a), raczej szczęśliwy(a), niezbyt szczęśliwy(a), czy też nieszczęśliwy(a)?”

Rodzaj odpowiedzi	Respondenci, którzy na ankietę:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Raczej szczęśliwy(a)	360/34,6%	126/31,5%
Niezbyt szczęśliwy(a)	114/10,9%	44/11,2%
Nieszczęśliwy(a)	24/2,3%	10/2,4%
Trudno powiedzieć	295/28,3%	164/41,1%

Tabela 8. Charakterystyka badanych osób ze względu na sposób wypełnienia Ankiety ISSP

Sposób wypełnienia ankiety ISSP	Respondenci, którzy na ankiety:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Wypełnił respondent	823/79,1%	249/63,1%
Wywiad ankietera	187/18,0%	131/33,0%
Inne sytuacje	30/2,9%	15/3,9%

Tabela 9. Charakterystyka badanych osób ze względu na postawę wobec wywiadu PGSS '94

Postawa respondenta wobec wywiadu PGSS	Respondenci, którzy na ankiety:	
	odpowiedzieli	nie odpowiedzieli
Przyjazny i zainteresowany	735/70,6%	225/57,4%
Kooperatywny, lecz niezbyt zainteresowany	259/24,9%	138/35,2%
Zniecierpliwiony i niechętny	43/4,1%	29/7,4%
Wrogą	4/0,4%	-/0,0%

Tabela 10. Wartości metrycznego współczynnika regresji dla zależności między cechami społeczno-demograficznymi badanych a ich odpowiedziami w wywiadzie PGSS (dla wszystkich respondentów oraz tych, którzy odpowiedzieli na ankietę)^a

Etykieta pytania PGSS	Nr pyt./ /zmiennej	Płeć (zm. 94)	Wiek (zm. 96)	Wykształcenie Resp. (zm. 345)	Stanowisko kierownicze (zm. 135)	Dochody gosp. dom. (zm. 350)	Rodzaj miejsc. zamieszkania (zm. 006)	Wykształ- cenie ojca (zm. 176)
Sytuacja na świecie zagraża Polsce	3/86	-0,155**	0,001	0,010	-0,004	0,0001	0,006	-0,019
		-0,155**	0,001	0,010	-0,004	0,00005	0,006	-0,019
Kobiety nie nadają się do polityki	5/88	0,118**	-0,003*	0,021*	0,004	0,001	0,015*	-0,027
		0,118**	-0,003*	0,021*	0,004	0,0007	0,015	-0,027
Rządzenie krajem pozostawić mężczyznom	6/89	0,139**	-0,003	0,044**	0,0004	0,001*	0,021**	-0,055
		0,139**	-0,003*	0,044**	0,0004	0,001*	0,021**	-0,055
Pracująca matka może również zapewnić ciepło	7a/90	-0,149*	0,004	-0,024	-0,003	0,000007	0,013	0,058
		-0,149*	0,004	-0,024	-0,003	0,000007	0,013	0,058
Żona niech zapewnia mężowi karierę	7b/91	0,166**	-0,002	0,061**	-0,005	0,001	0,025*	0,023
		0,166**	-0,002	0,061**	0,005	0,001	0,025**	0,023
Praca matki szkodzi dziecku	7c/92	0,177**	-0,002	0,028*	0,013	0,001	0,002	0,039
		0,177**	-0,002	0,028*	0,013	0,001	0,002	0,039
Lepiej gdy mężczyzna zarabia, a kobieta w domu	7d/93	0,227**	-0,001	0,052**	0,024*	0,001	0,016	0,053
		0,227**	-0,008	0,052**	0,024**	0,0009	0,016	0,053
Jak ważna religia i Kościół	39f/240	0,383**	0,007	-0,121**	-0,024	-0,002	-0,121**	0,107
		0,383**	0,007	-0,121**	-0,024	-0,003	-0,121**	0,107
Jak ważna polityka i życie publiczne	39g/241	-0,330*	0,008	0,080**	0,002	0,001	-0,066*	-0,186
		-0,330*	0,008	0,080**	0,002	0,001	-0,066*	-0,186
Za/przeciw karze śmierci za morderstwo	40/243	-0,010	0,001	0,014	0,005	-0,0002	0,003	0,014
		-0,010	-0,0008	0,014	0,005	-0,002	0,003	0,014
Boi się chodzić samotnie nocą w okolicy	41/244	-0,236**	-0,001	-0,024**	0,005	0,0001	-0,060**	-0,018
		-0,236**	-0,001	-0,024**	0,005	0,0001	-0,061**	-0,018
Zaufanie do Kościoła katolickiego	42c/247	-0,097*	-0,007**	0,030**	0,010	0,0001	0,047**	-0,013
		-0,097*	-0,007**	0,030**	0,10	0,0001	0,047**	-0,013

cd. tabeli 10

Zaufanie do zw. zaw. „Solidarność”	42f/250	0,021	-0,001	0,033**	0,0003	0,0001	-0,004	-0,006
		0,021	-0,001	0,033**	0,0004	0,0001	-0,004	0,006
Czy rząd powinien zmniejszać różnice dochodów	43/262	-0,057	-0,005	0,081*	0,056	0,009**	0,041	-0,188
		-0,057	-0,005	0,81**	0,056	0,009**	0,041	-0,188
Zadowolenie z własnej sytuacji finansowej	47/275	-0,002	-0,004**	-0,006	0,004	-0,006**	-0,013	0,055
		-0,002	-0,004*	-0,006	0,004	0,006**	-0,013	0,055
Zmiana sytuacji finansowej w ostatnich latach	48/276	-0,004	0,0005	0,005	0,003	-0,007**	0,005	0,028
		-0,004	0,0005	0,005	0,003	-0,007**	0,005	0,028
Dochody na tle innych rodzin w Polsce	49/277	0,036	0,004	0,043**	-0,010	0,011**	0,037**	-0,081
		0,036	0,004	0,043**	-0,010	0,011**	0,037*	-0,081
Różnice dochodów są w Polsce zbyt duże	50Aa/2044	-0,037	-0,004	-0,002	0,005	0,003*	0,016	-0,017
		-0,037	-0,004	-0,002	0,005	0,003*	0,016	-0,017
Rząd powinien zmniejszać różnice dochodów	50Ab/2045	-0,032	-0,002	0,041*	0,029	0,004**	0,025	-0,108
		-0,032	-0,002	0,041*	0,029	0,004**	0,025	-0,108
Rząd powinien zapewnić każdemu pracę	50Ac/2046	-0,151*	0,00002	0,071**	0,015	0,003**	0,028*	-0,021
		-0,151*	-0,00001	0,071**	0,015	0,003**	0,028*	-0,021
Zadowolenie z własnego wykształcenia	51i/287	0,025	-0,013**	-0,152**	-0,004	0,002	0,003	0,047
		0,025	-0,013**	-0,152**	-0,004	0,002	0,003	0,047
Pochodzenie ze wsi/miasta czynnikiem sukcesu	55Zk/2010	0,074	-0,004	0,030	-0,005	0,001	0,049**	-0,084
		0,075	-0,004	0,030	-0,005	0,0008	0,049**	-0,084
Płeć czynnikiem sukcesu	55Zl/2011	0,064	-0,009**	-0,004	-0,014	-0,001	0,026	-0,088
		0,064	-0,009**	-0,004	-0,004	-0,001	0,026	-0,088
Poczucie szczęścia z obecnego życia	58/298	0,063	0,005**	-0,017	-0,023*	-0,0001*	0,009	0,021
		0,063	0,004	-0,018	-0,023*	-0,003**	0,009	0,018
Samoocena stanu zdrowia	61/301	0,155**	0,017**	-0,013	-0,017	-0,0001*	-0,004	-0,024
		0,156**	0,016**	-0,018	-0,020	-0,002*	-0,002	-0,029
Idealna liczba dzieci w rodzinie	62/302	2,874	0,179**	-0,035	-0,068	0,000004	-0,834*	1,316
		2,9	0,149*	-0,118	-0,122	0,004	-0,783*	1,17
Edukacja seksualna w szkole podstawowej	63/303	0,005	0,006**	-0,024**	0,004	-0,0000002	-0,018**	0,023
		-0,002	0,006**	-0,024**	0,004	0,0003	-0,016**	0,021

Aborcja: dziecko urodzi się z poważnymi wadami	65a/305	0,001 0,0006	0,002* 0,002*	0,001 0,0007	0,005 0,005	-0,0000007 0,0001	-0,022** -0,021**	0,038 0,038
Aborcja: mężatka nie chce więcej dzieci	65b/306	-0,005 -0,006	0,003* 0,003*	0,001 0,0006	-0,005 -0,006	-0,000002 0,0002	-0,050** -0,050**	0,031 0,031
Aborcja: ciąża zagraża zdrowiu kobiety	65c/307	0,023 0,021	0,003** 0,003**	0,003** -0,003	0,005 0,005	0,000001 0,00004	-0,010* -0,009	0,012 0,010
Aborcja: bardzo niskie dochody w rodzinie	65d/308	-0,005 -0,006	0,003 0,003*	0,001 0,0005	-0,002 -0,003	0,0000006 0,0002	-0,036** -0,035**	0,055 0,052
Aborcja: ciąża wynikiem gwałtu	65e/309	0,046 0,044	0,004** 0,004**	-0,004 -0,004	-0,002 -0,002	0,000003 0,0001	-0,022** -0,021**	0,029 0,026
Aborcja: panna nie chce małżeństwa	65f/310	0,004 0,002	0,003* 0,003*	-0,001 -0,001	-0,009 -0,009	0,0000007 0,0003	-0,047** -0,047**	0,030 0,032
Aborcja: kobieta tak chce	65g/311	0,016 0,016	0,002 0,002	-0,007 -0,008	-0,001 -0,001	-0,000003 0,0002	-0,041** -0,041**	0,018 0,019
Pozwolić na eutanazję, jeśli żąda pacjent	66/312	0,055 0,053	0,005** 0,005**	0,009 0,009	0,003 0,003	-0,000003 -0,0008	-0,022** -0,022**	0,010 0,008
Stosunki seksualne przed ślubem	67/313	-0,264** -0,259**	-0,018** -0,016**	0,034* 0,036*	-0,022 -0,020	0,000006 0,001	0,040** 0,037*	-0,098 -0,85
Seks z innym partnerem niż współmałżonek	68/314	-0,093 -0,095	0,00004 -0,00004	0,040** 0,042**	-0,018 -0,017	0,000003 0,0002	0,034* 0,035*	-0,056 -0,061
Porządne lanie dziecka czasem konieczne	70/316	-0,015 -0,018	0,006* 0,006*	0,029 0,028	0,029* 0,028*	-0,000002 -0,0004	0,024 0,025	0,139* 0,137*
Samooceńca pozycji społecznej (skala 1-10)	71Z/2058	0,026 -0,007	0,001 0,0007	0,054** 0,026**	0,016 0,007	0,00003** 0,002**	0,0001 0,003	-0,057 -0,014
Zadowolenie z demokracji w Polsce	72/321	-0,080 -0,073	-0,001 -0,001	0,012 0,01	-0,027 -0,027	-0,00005** -0,005**	0,038* 0,035	0,055 0,062
Jak obecnie działa system polityczny w Polsce	73/322	-0,065 -0,062	-0,004 -0,004	-0,014 -0,015	0,005 0,006	-0,00001 -0,001	0,014 0,013	0,006 0,010
Stopień zainteresowania polityką	74/323	0,365** 0,367**	-0,008** -0,008**	-0,101** -0,099**	-0,025 -0,24	-0,000004 -0,0005	0,001 0,002	0,167** 0,168**

cd. tabeli 10

Skala poglądów lewicowych–prawicowych	76/328	-0,054	0,006*	0,008	0,014	-0,00002*	0,0005	0,041
		-0,058	0,005	0,008	0,012	0,002	0,004	0,027
Za czy przeciw socjalizmowi	77/329	-0,026	0,001	0,041**	0,022	0,00001	0,007	0,040
		-0,028	0,001	0,041*	0,022	0,002	0,008	0,042
Czy głosował I tura wyborów prezyd. 1990	78/330	0,023	-0,005**	-0,017*	0,001	-0,000006	0,009	0,001
		0,023	-0,005**	-0,015*	0,002	-0,001	0,008	0,003
Na kogo głosował w II turze 1990	79A/333	0,104	0,003	0,021	0,022	-0,00001	-0,004	0,049
		0,105	0,003	0,021	-0,022	-0,002	-0,004	0,045
Czy głosował w wyborach parlament. 1991	80/398	0,103	-0,009**	-0,044**	-0,004	-0,00001*	0,008	0,004
		0,101**	-0,008**	-0,040**	-0,001	-0,002**	0,006	-0,008
Wiara w życie po śmierci	84/341	-0,152**	-0,001	-0,003	0,009	-0,000008	0,015	-0,029
		-0,151**	-0,001	-0,003	0,009	-0,001	0,014	-0,029
Czy Kościół w Polsce ma za dużo władzy?	85/342	0,075	0,006*	-0,003	-0,023	0,0000006	-0,028*	0,037
		0,078	0,006*	-0,006	-0,025	0,001	-0,027*	0,043
Posiadanie samochodu	91A/353	0,052	0,002	-0,039**	0,001	-0,00003**	0,016*	0,037
		0,054	0,002	-0,040**	0,002	-0,003**	0,014*	0,042
Różnice w dochodach w Polsce za duże/za małe	94/357	-0,074	-0,004	-0,022	0,014	0,00003**	0,017	-0,064
		-0,082	-0,003	-0,017	0,016	0,003**	0,018	-0,073
Brak pieniędzy na żywność, ubranie	95a/358	-0,052	0,003**	0,016*	0,001	0,00003**	0,004	-0,021
		-0,054	0,003*	0,015	0,0001	0,005**	0,007	-0,026
Brak pieniędzy na świadczenia mieszkaniowe	95d/361	0,005	0,006**	0,015	-0,007	0,00003**	-0,002	0,001
		0,002	0,005**	0,014	-0,008	0,003**	0,0005	-0,007
Pija napoje alkoholowe	96/362	0,276**	0,009**	-0,013*	0,009	-0,000008	-0,012*	-0,002
		0,276**	0,009**	-0,016*	0,007	0,0008	-0,011	-0,004
Wypija więcej niż powinien	96A/363	0,259**	0,004**	0,020*	-0,008	-0,00002**	-0,003	0,019
		0,264**	0,004**	0,017*	-0,09	-0,002**	-0,005	0,027

p < 0,01 **p < 0,001

* W główce tabeli podano nazwy uwzględnionych w analizach zmiennych wyjaśniających, zaś w boczku – numery pytań i nazwy zmiennych wyjaśnianych (według PGSS). Dla każdej zmiennej wyjaśniającej w pierwszym wierszu zamieszczono wartość współczynnika regresji obliczoną dla wszystkich respondentów uczestniczących w badaniu PGSS, w drugim zaś – obliczoną dla respondentów, którzy odsełali wypełnioną ankietę pocztową w badaniu „Co myślimy o ankieterach?”.

ANEKS D

Założone schematy interrogacji, które należało zastosować przy wypełnianiu kwestionariusza ankiety i wywiadu (badanie A)

Uwaga: Symbol „+” oznacza, że na dane pytanie respondent winien udzielić odpowiedzi. Natomiast symbol „-” oznacza, że na mocy reguł przejść winno ono zostać pominięte.

Blok I: pytania 1–5

Schemat	1	1a	1b	1c	2	3	3a	4	5
A 1	+	-	+	+	+	+	+	+	+
A 2	+	-	+	+	+	+	-	+	+
A 3	+	-	+	-	+	+	-	+	+
A 4	+	-	-	+	+	+	+	+	+
A 5	+	-	-	+	+	+	-	+	+
A 6	+	-	-	-	+	+	+	+	+
A 7	+	-	-	-	+	+	-	+	+
A 8	+	+	+	+	+	+	+	+	+
A 9	+	+	+	+	+	+	-	+	+
A 10	+	+	+	-	+	+	+	+	+
A 11	+	+	+	-	+	+	-	+	+
A 12	+	+	-	+	+	+	+	+	+
A 13	+	+	-	+	+	+	-	+	+
A 14	+	+	-	-	+	+	+	+	+
A 15	+	+	-	-	+	+	-	+	+
A 16	+	-	-	-	-	-	-	-	-

Blok II: pytania 6–9

Schemat	6	7	7a	7b	8	8a	9
B 1	+	+	+	+	+	+	+
B 2	+	+	+	+	+	-	+
B 3	+	+	-	-	+	+	+
B 4	+	+	-	-	+	-	+
B 5	-	-	-	-	-	-	-

Blok III: pytania 10–19

Schemat	10	11	12	12a	12b	13	14	15	16	17	18	19
C 1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
C 2	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
C 3	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
C 4	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+
C 5	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+

Blok IV: pytania 20–27

Schemat	20	21	22	22a	22b	23	24	24a	24b	24c	25	26	26a	26b	27	27a	27b
D 1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
D 2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+
D 3	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-
D 4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-
D 5	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+
D 6	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-
D 7	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	-	+
D 8	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	-	-
D 9	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	-	-
D 10	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	-	+
D 11	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	-	-
D 12	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+
D 13	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
D 14	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
D 15	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+
D 16	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	+
D 17	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-
D 18	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-
D 19	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+
D 20	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-
D 21	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-
D 22	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+
D 23	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	-	+
D 24	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	-	-

ANEKS E

Zniekształcenia (I i II typu) procesu interrogacji w poszczególnych jego fragmentach w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym.

Zniekształcenia procesu interrogacji w ankiecie i wywiadzie		Blokii pytań				Blokii I-IV (ogółem)
		I – źródła informacji	II – wiedza	III – stosunek	IV – metryczka	
Liczba zniekształceń ogółem	ANK	45/6,5%	40/5,8%	159/22,9%	3449/64,8%	3693/100,0%
	WYW	15/7,7%	14/7,2%	24/12,3%	3142/72,8%	3195/100,0%
Liczba zniekształceń I typu (utrata informacji)	ANK	30/5,5%	38/7,1%	85/15,5%	395/71,9%	548/100,0%
	WYW	13/9,3%	7/4,9%	19/13,5%	101/72,3%	140/100,0%
Liczba zniekształceń II typu (nadmiar informacji)	ANK	15/10,4%	2/1,4%	74/51,0%	54/37,2%	145/100,0%
	WYW	2/3,6%	7/12,8%	5/9,1%	41/74,5%	55/100,0%
Liczba aktów interrogacji (założona)	ANK	1551	1402	2568	3030	8551
	WYW	652	488	978	1176	3294
Względna liczba zniekształceń ogółem	ANK	0,03	0,03	0,06	0,15	0,08
	WYW	0,02	0,03	0,02	0,12	0,06
Względna liczba zniekształceń I typu	ANK	0,02	0,03	0,03	0,13	0,06
	WYW	0,02	0,01	0,02	0,09	0,04
Względna liczba zniekształceń II typu	ANK	0,01	0,00	0,03	0,02	0,02
	WYW	0,00	0,01	0,01	0,03	0,02

SUMMARY

Mail Questionnaire or Face-to-Face Interview?

Choice of research strategy

This book is to serve two purposes: methodological and practical, and therefore it seems that it might be addressed to both a researcher-methodologist and a researcher-practitioner.

The first – methodological purpose – is to describe a communication processes that are to be found in a mail questionnaire and in a face-to-face interview, as well as to estimate their progression and the value of the results obtained. It does not try to rule which method is “better” or “worse”, but it rather attempts to point out limitations both of them, and thus shows a necessity of a conscious choice of one. There is no “universal” research method – claims one of the “dogmas” of empirical sociology. In other words, each technique, due to its inherent qualities, possesses some limitations. Therefore a sociologist pursuing empirical research must choose, out of quite an array of techniques, the one that would be most adequate from the point of view of the research problems, subject of research, group being searched, etc. The choice should be logical and intentional, and the researcher should be aware of its consequences, i.e. he should know what kind of limitations will accompany the choice of this or that procedure. Despite this view being generally accepted, particular procedures are often described as more or less valuable. Moreover, practice seems to show that interview is the prevailing method. The social and political changes that began in Poland in 1989 introduced significant changes in this area. Until recently we talked about “hypertrophic effect” in research applying this technique. Now, with a rapid growth of research centres, the proper term would be, I guess, “superhypertrophy”.

In practice, mail questionnaire is applied very seldom and it is treated as “poor substitute” for face-to-face interview. They are said to bring low percentage of returns (in random samples approximately 10–20%) which brings about lack of representativeness, finally leading to bias in results; the data gathered are of poor quality (high percentage of questions without any

answers, the answers are incomplete, unclear, etc.) As a result, a vast number of researchers express the view that this procedure offers little value. Perhaps it is “acceptable” in marketing and commercial research, yet it cannot be employed in research of scientific nature. Mail questionnaire is commonly used, however, in the United States and in Western Europe. For example, in Germany in the late 1980’s about 15% of all opinion and market research, and as much as 53% of academic research was carried out by means of mail questionnaire. Naturally, what is significant here is the rich methodological background related to this issue that these countries possess, whereas in Poland it is a brand new concept. Unlike in the case of face-to-face interview, not a single independent work has been devoted to a complete review of mail questionnaire problems.

It is forgotten much too often that face-to-face interview is not the only survey method available. There is a number of other standardised research methods based on mutual communication and the scope of their applicability is practically the same, for example a telephone interview or various types of questionnaires: press, mail, completed under control, etc. All these procedures allow to carry research on a large scale, where the information on the same topic comes from a number of individuals, which, with hypothesis verification, makes it possible to apply statistical analyses. Therefore, taking into account certain aspects of face-to-face interview that might endanger the value of data, as well as current social context of this kind of research, it seems that the notion of “universality” of face-to-face interview and limited usefulness of questionnaire (particularly the mail one) should be once more re-examined. Are questionnaires really so “bad”, and face-to-face interviews so “good”? Is it really so that a questionnaire will bring more “losses” than “gains”?

This does not mean, however, that the aim of my work is to prove that it is a mail questionnaire which is the perfect, or almost perfect, and universal research method. In comparing a mail questionnaire with a face-to-face interview, my starting point is the analysis of model processes of gathering the informations, when these two techniques are understood as communication processes. Then I analyse particular results of application of the two procedures – the real processes and the results obtained. Only by means of the conclusions that follow do I show “strong” and “weak” points of the two techniques and suggest how to “improve” mail questionnaires. And this is the second aim of the book – the practical one. I attempt to resolve dilemmas related to mail questionnaires basing on available literature and on my own research experiences. But this does not mean, however, that reading this part alone will be enough to prepare and conduct a mail survey properly. The success will come through understanding of specific properties of a dialogue carried “over a distance”.

The first part of the book is devoted to theoretical divagations of a descriptive nature. Assuming that the processes of gathering information through mail questionnaire and face-to-face interview can be perceived as communication processes, I try to show how different they are and what consequences this brings about. I predominantly concentrate on the following qualities that differentiate between mail questionnaire and face-to-face interview: form and character of the information exchanged, form of contact, and roles that the participants of the interaction take. I come to the conclusion that in both cases the information is obtained through interrogation processes, the basis of which is formed by standardised messages – with the difference that in the case of a mail questionnaire it is a written and “indirect” message, without a face-to-face contact. Then I proceed to the analysis of the communication process in a mail questionnaire and prove it to be a very specific dialogue – carried over a distance and delayed in time (I call it the “delayed interaction”).

In the second part of the book I try to answer the question whether and to what extent a given form of communication, i.e. mail questionnaire or face-to-face interview, affects the research process and results obtained. The analyses that I present constitute an empirical illustration of theoretical divagations from the previous part of my work. At first, I evaluate the real communication processes found in mailed questionnaires and face-to-face interviews. For that reason I distinguish two levels that are parallel and interacting with each other in these processes: a level of contact and that of interrogation (the latter is distinguished due to researcher’s own questions). The analyses allowed me to formulate conclusions relating to the extent and representativeness of samples covered by the mailed questionnaires and face-to-face interviews, as well as to the correctness of filling them in and their internal completeness. It turned out that the communication process planned by the researcher in the mail questionnaire and face-to-face interview was distracted (both in the sphere of contact and interrogation) practically to the same degree. Moreover, the character of the distractions was identical. What needs to be stressed here, however, is the fact that the distractions did not cause any social or demographic biases in the samples covered in the survey. This means that procedural differences did not affect the communication process in a significant way.

When analysing the influence of the communication form on the results obtained, I compared the mail questionnaire and face-to-face interview answers from the point of view of their relevance (whether they were relevant to the questions asked) and reliability (estimated by comparison of tendencies in distributions of answers for the same questions asked in the mailed questionnaires and face-to-face interviews).

As far as the percentage of relevant and irrelevant answers is concerned, it turned out that it is very similar in both kinds of the surveys. Therefore it can be

said that procedural differences did not, similarly to the previous case, affect the result significantly. Thus, the tendencies observed should not be attributed to the form of the communication process.

As for the reliability of the answers, the results obtained were more diverse, and they depended first of all on the subject matter of the questions (questions concerning knowledge, facts and opinions). In case of the questions concerning knowledge, mailed questionnaires contained more “correct” answers than face-to-face interviews. This results from a specific character of mail questionnaire: no possibility to control the process of gathering information – the respondents could consult their knowledge, check it or find it in some other sources. For that reason the mail questionnaire answers could be deemed as “biased”, giving an untrue image of the respondents’ knowledge, as compared to the interview answers. In case of the questions about “the facts” (regardless of their structure and character), the answers obtained through the mailed questionnaires and face-to-face interviews were analogous and displayed no statistically significant differences. On these grounds I conclude that the difference in communication form did not influence the reliability of the information gathered. This means that both results, i.e. arising from the mail questionnaire and face-to-face interview, are equally reliable or equally “biased”. In case of the questions about “opinions”, however, regardless of their structure and character, the answers given in the mailed questionnaires were statistically quite different from one another. These differences, it seems, are connected with the different form of communication, and in particular with the difference in situation and type of interaction. Yet, what do these differences mean? One of the possible interpretations links them to the subject matter of the survey, the difference in the “realities” being searched or in aspects of the individual’s consciousness. In the case of a mail questionnaire, the answers would take the form of weighed, well thought over or “consulted” opinions (fixed convictions?). In the case of a face-to-face interview, they would take the form of quick, spontaneous and much more emotional reactions, largely conditioned by the interviewer’s existence and individual ideas of his/her role. Should this interpretation be true, it would be just about safe to conclude that the results obtained in both cases (despite the differences) are equally reliable. Another interpretation, assuming that the phenomena being searched are the same, would suggest that the differences in distributions of answers prove their levels of reliability to be different, and some of the answers more “biased” than the other. It is not possible, however, to say which answers are more reliable. To do this, one would have to recreate the thinking and reasoning patterns of the respondents, all psychological processes that accompanied them while answering the questions. If this could be theoretically possible in case of a face-to-face interview, the same would be extremely difficult in a mail questionnaire.

Therefore it can be assumed that a mail questionnaire is as valuable as other procedures (which does not mean it has no drawbacks) and when applied in a proper way, it can bring good results – in the sense of representative as well as relevant and reliable data. However, this technique could do with some improvements – hence the third and the last part of the book.

This part is devoted to the problems of proper preparation and carrying out of a research applying mail questionnaire. Referring to the conclusions drawn in the previous parts of the book concerning the “weak links” of this “communication chain”, I will try to suggest what should be done to “improve” mail questionnaire and how to overcome their limitations, particularly those related to the form of contact between the researcher and the respondent. Thus, this part of my work, to a large extent, has the form of a handbook.

As has been mentioned earlier, I understand a mail questionnaire as a certain communication act that can be consciously adapted. This “adaptation”, however, cannot be accidental. All alterations must be founded on a particular concept. In this case it is Don A. Dillman’s idea of a “total” approach to the mail questionnaire (from the point of view of the theory of social exchange), and also Z. Gostkowski’s postulate of “humanisation” of the research process (for it seems necessary to take into account the specific character of this exchange, namely that this is a linguistic exchange). Therefore if we want to adapt the communication act, we have to prepare our research tool according to the aims of the research and according to respondents. This would give us a reasonable chance – not a certainty, unfortunately – to carry out the research successfully.

As I said before, the aim of the book is not to “defend” mail questionnaire nor it is to criticise interview. Instead, I attempted to overcome certain “prejudices” against the former and to sustain “faith” in the latter. As a result, researchers who have so far routinely counted on the information gathered only through face-to-face interview may modify their approach and start to use mail questionnaire on a larger scale, granting this procedure a status equal, yet different in character, to that of face-to-face interview.

Nevertheless, it seems that within a short period of time the recognition of mail questionnaire, as well as other procedures (with awareness of their limitations) may be forced by social and economic factors. These would include a decline of social acceptance of a face-to-face encounter as a means of gathering information. Another one, arising from the demand for up-to-date information, the rising costs of interviews, etc., would be the need to carry out the research and to process the data quickly. The very plausibility of such a situation makes it the duty of the researchers to take measures and try not only to develop new procedures, but also to improve the existing ones, and the mail questionnaire in particular. This can be achieved only through further research, not only empirical, on these procedures.

Translated by Robert Foltyn

Spis treści

Od autora 7

Wstęp 9

Część 1. Ankieta pocztowa i wywiad kwestionariuszowy jako sytuacje komunikacyjne

Rozdział 1. Charakterystyka ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego 19

Funkcjonujące w literaturze pojęcia ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego 19
Pojęcie ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego 20

Rozdział 2. Proces komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym 23

Schemat procesu komunikowania się w ankiecie pocztowej 25
Schemat procesu komunikowania się w wywiadzie kwestionariuszowym 34

Rozdział 3. Ankieta pocztowa i wywiad kwestionariuszowy: możliwości i potencjalne ograniczenia 48

Część 2. Przebieg procesów komunikowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym. Analizy empiryczne

Rozdział 1. Rodzaje i zakres analiz porównawczych. Badania empiryczne 55

Rodzaje i zakres empirycznych analiz porównawczych 56
Opis badań 65

Rozdział 2. Empiryczna analiza porównawcza przebiegu procesu komunikowania w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym 70

Przebieg procesu kontaktowania się w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym 70
Przebieg procesu interwencji w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym 104

Rozdział 3. Empiryczna analiza porównawcza rezultatów informacyjnych procesu komunikowania w ankiecie pocztowej i wywiadzie kwestionariuszowym 114

Istotność odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie 114 Wiarygodność odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie 118 Obszerność odpowiedzi w ankiecie i wywiadzie 130

Część 3. Zbieranie informacji za pomocą ankiety pocztowej jako proces komunikowania. Konsekwencje dla praktyki badawczej

Rozdział 1. Badania empiryczne nad ankietą pocztową 137

Rozdział 2. Ankieta pocztowa w perspektywie komunikacyjnej. Ustalenia praktyczne 143

Przygotowanie narzędzia badawczego do ankiety pocztowej 146 Realizacja badań ankietowych 192

Zakończenie 199

Bibliografia 205

Aneksy 227

Summary 242



101-

Wydanie publikacji dofinansowane przez
Komitet Badań Naukowych

Projekt okładki
Andrzej Łubniewski

Redaktor
Elżbieta Morawska

Opracowanie komputerowe
Andrzej Ofierski

Copyright © by Franciszek Sztabiński
and Wydawnictwo IFiS PAN, 1997

ISBN 83-86166-43-6

Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN
00-330 Warszawa, ul. Nowy Świat 72, tel. 6572-897
Wydanie I. Obj. 17,5 ark. wyd., 15,75 ark. druk.

Druk: Ośrodek Wydawniczo-Poligraficzny
00-669 Warszawa, ul. Emilii Plater 9/11

<http://rcin.org.pl/ifis>

ISBN 83-86166-43-6
<http://rcin.org.pl/ifis>