

FRANCISZEK SZTABIŃSKI  
ORBS IFiS PAN

## JAK DOTRZEĆ DO RESPONDENTA I SKŁONIĆ GO DO WZIĘCIA UDZIAŁU W BADANIU?\*

### 1. UWAGI WSTĘPNE

Aby odpowiedzieć na postawione w tytule pytanie należy przede wszystkim zastanowić się nad tym, czym właściwie jest badanie? Najogólniej ujmując można powiedzieć, że badanie to interakcja trzech podmiotów: badacza, ankietera i respondenta. Istotą owej interakcji jest komunikacja werbalna, a ściślej mówiąc interogacja, a więc ukierunkowana komunikacja za pośrednictwem pytań i odpowiedzi [Lutyńska 1984, 1993; Lutyński 1968: 15–39; 1972: 13–125; Sztabiński F. 1997]. Należy jednak zdawać sobie sprawę z tego, że interakcja ta nie zachodzi w próżni, lecz w określonych warunkach: „tu i teraz”, a więc w danym miejscu i czasie, danej sytuacji społecznej, politycznej i gospodarczej. Warunki te mogą mieć bardzo duży wpływ na przebieg tej interakcji, a tym samym na realizację całego badania i wartość uzyskiwanych danych. Za Krystyną Lutyńską [1984: 44–54] rozróżnić można warunki sytuacyjne (mikrospołeczne lub psycho-społeczne) oraz ogólnospołeczne. O ile te pierwsze związane są z konkretnym wywiadem i oddziałują one tylko na ankietera, oraz respondenta (i w tym sensie są zmienne w danym okresie czasu), o tyle warunki ogólne (historyczne, kulturowe, ekonomiczne itd.) nie zmieniają się w danym okresie i tworzą ogólny kontekst badania [por. także: Paśniak 1972: 128–145].

Ze względu na postawiony problem skoncentruję się przede wszystkim na wpływie warunków ogólnych na realizację badań, w szczególności na wysokość odsetka realizacji próby. Określona sytuacja ogólnospołeczna może bo-

---

\* Niniejszy tekst stanowi zmodyfikowaną wersję referatu zatytułowanego „Jak dotrzeć do respondenta i skłonić go do wzięcia udziału w badaniu?”, który został przedstawiony na Sesji Plenarnej IV Ogólnopolskiego Kongresu Badaczy Rynku i Opinii, zorganizowanego przez Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii przy współpracy Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku, Warszawa, 16–17 października 2003 r.

wiem rodzić różnorodne reakcje, począwszy od obaw i lęku, poprzez nieufność, zamykanie się, rozczarowanie i obojętność lub apatię aż do euforii. Rzeczą oczywistą jest, że nie pozostaje to bez wpływu na stosunek społeczeństwa do badań. Powojenna historia polskich badań ilościowych stanowi bardzo dobrą ilustrację tej tezy [por.: Lutyńska 1984, 1993; Wódkowski 2002].

Okres do roku 1980 był okresem dominacji jednego – oficjalnego systemu ogłądów. Badania realizowane przez powstały w 1958 r. Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych lub instytuty naukowe, miały charakter „urzędowy”. Były one postrzegane jako działania „władzy” i stąd odmowy były zjawiskiem marginalnym. W owym czasie udział w badaniu postrzegany był jako przymus zewnętrzny, u podstaw którego leżała obawa przed odmową.

Okres lat 1980–1981 to okres „Solidarności” i „pluralizmu”. Zaobserwowano wówczas niewielki wzrost odsetka odmów, który był wyrazem pewnej nieufności, ale nadal istniały obawy przed odmową. W owym okresie można właściwie mówić o dwóch sprzecznych tendencjach: przymusie wewnętrznym, związanym z potrzebą manifestacji własnych przekonań (którego efektem była decyzja o udziale w badaniu lub odmowa udziału) oraz przymusie zewnętrznym (obawa wyniesiona z poprzedniego okresu), której efektem była zgoda na uczestnictwo w badaniu. Z kolei lata 1982–1989 to okres realnego socjalizmu. W 1982 roku powstało Centrum Badania Opinii Społecznej, które początkowo postrzegane było jako „agentura władzy”. Stosunek do badań nie uległ większym zmianom: nieliczne odmowy były przejawem odrzucenia i kontestacji istniejącej sytuacji, zasadniczo jednak, postawy wobec badań były określane przez przymus zewnętrzny (obawa przed odmową). Z jednej strony, udział w badaniu przestał być traktowany jako „obywatelski obowiązek”, a z drugiej, nadal silne były obawy przed odmową uczestnictwa w nim [por.: Lutyńska 1985, 1989].

Lata '90 to okres „początkującej demokracji”. W okresie tym powstaje wiele nowych instytutów badania opinii i rynku. W ciągu pierwszych kilku lat zaobserwować można było spadek odsetka odmów, co było wynikiem pewnej euforii związanej z poczuciem bezpośredniego wpływu na to co się dzieje. Udział w badaniu traktowany był jako przymus wewnętrzny. W kolejnych latach ('93–'96) zaobserwować można było narastające rozczarowanie sytuacją istniejącą w kraju („brak wpływu na to co się dzieje”), co wraz z rosnącym poczuciem podmiotowości respondentów, a także zagrożenia bezpieczeństwa osobistego, owocuje wzrostem odsetka odmów udziału w badaniach [Sztabiński, Sztabiński 1994]. I wreszcie okres kształtowania się demokracji. Przełomowym był tutaj rok 1997, w którym zaczęła obowiązywać Ustawa o ochro-

nie danych osobowych. Ustawa ta zrodziła „przerost poczucia prywatności”, co w połączeniu z rosnącą apatią, rozczarowaniem i poczuciem podmiotowości oraz zagrożenia bezpieczeństwa osobistego, powoduje kolejny wzrost odsetka odmów. Wydaje się, że obecnie, w okresie rozwoju demokracji, sytuacja nie ulega polepszeniu.

Powyżej przedstawiona krótka „historia” badań ilościowych w Polsce dobrze ukazuje, jak się wydaje, związki między nastawieniem respondentów do badań a określonymi wydarzeniami i ogólnymi warunkami historycznymi, społeczno-politycznymi i ekonomicznymi<sup>1</sup>.

## 2. NIEDOSTĘPNOŚĆ RESPONDENTÓW – ZAKRES ZJAWISKA

Generalnie można powiedzieć, że warunki realizacji badań w Polsce, w porównaniu z wcześniejszymi latami, są coraz gorsze. Dobrą ilustracją tego stwierdzenia jest projekt Polski Generalny Sondaż Społeczny prowadzony w Instytucie Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. Badania te zostały przeprowadzone po raz pierwszy w roku 1992 i osiągnięto wtedy odsetek realizacji na poziomie 82% (próba adresowa gospodarstw domowych „do wyczerpania”). W kolejnych latach (1993, 1994 i 1995) odsetek realizacji próby utrzymywał się na tym samym poziomie (odpowiednio: 83%, 81% i 80%). Od roku 1997 (od kiedy zaczęła obowiązywać Ustawa o ochronie danych osobowych) odsetek ten zaczął się obniżać i w roku 2002 osiągnął 62% (odpowiednio: 1997 – 75%, 1999 – 67%). A zatem, w ciągu 10 lat nastąpił spadek odsetka realizacji o 20 punktów procentowych: z 82% w 1992 r. do 62% w 2002 r. Oznacza to, że w roku 2002 nie zostało zrealizowanych 38% wywiadów z wylosowanej próby [Cichomski et al. 2002].

Wskazać można trzy zasadnicze przyczyny niedostępności respondentów i w rezultacie nie zrealizowania z nimi wywiadu:

1) brak możliwości nawiązania kontaktu z wylosowaną osobą / gospodarstwem domowym w ogóle (wylosowana osoba / gospodarstwo domowe przeprowadziła się) lub przez cały okres realizacji badania,

<sup>1</sup> Należy jednak pamiętać, iż na ową sytuację ogólną „nakładają się” niejako nie tylko, jak wspomniałem, warunki mikrospołeczne, ale także określone cechy społeczne i demograficzne badanych osób, uprzednie ich doświadczenia, przekonania itp. [Lynn et al. 2002, Nederhof 1987]. Nie sposób zatem przewidzieć jakie reakcje badanych mogą wywoływać określone warunki, w jaki sposób będą one wpływać na decyzje dotyczące udziału w badaniach różnych kategorii respondentów. Niemniej jednak związki takie istnieją i mają one wpływ na sposób postrzegania badań przez respondentów (pozytywny lub negatywny), a tym samym mówić można o czymś takim jak społeczny kontekst badań, czy też ogólne nastawienie do badań, które w konsekwencji wpływają na odsetek realizacji próby i wartość uzyskanych informacji.

2) odmowa udziału w badaniu wyrażona przez wylosowane osoby / członków gospodarstwa domowego, z którymi udało się skontaktować oraz

3) inne względy, w tym przede wszystkim przypadki, w których skontaktowano się z wylosowaną osobą / osobą z gospodarstwa domowego i ustalono, iż osoba ta nie może wziąć udziału w badaniu ze względu na przewlekłą chorobę, bariery komunikacyjne itp.

Zasadniczą przyczyną niepełnej realizacji próby są odmowy. Przy czym, co oczywiste, odmowy uczestnictwa w badaniu występują z różnym nasileniem wśród różnych kategorii respondentów. Istotnym czynnikiem różnicującym jest przynależność do określonych grup społeczno-zawodowych (mówi się o tzw. trudnych respondentach), wielkość miejscowości zamieszkiwania badanych (mówi się o tzw. trudnych miastach) itd. Przykładowo, w okresie ostatnich 3 lat w całej populacji nastąpił spadek udziału w badaniach wyższej kadry, tzn. dyrektorów, top-managenet'u, reprezentantów wolnych zawodów i specjalistów z wyższym wykształceniem średnio o 2 punkty procentowe, natomiast w samej Warszawie o 8 punktów [Sawiński 2001]. Podobnie, odsetek realizacji próby jest odwrotnie proporcjonalny do wielkości miejscowości zamieszkania badanych. O ile na wsi odsetek ten sięga 85%, o tyle w mniejszych miastach (10–50 tys. mieszkańców) wynosi on około 70%, w średnich miastach (50–99 tys. mieszkańców) – około 65%, a w dużych miastach (100 tys. mieszkańców i powyżej) spada do 55% .

Przedstawione powyżej przykłady potwierdzają tezę, że warunki realizacji badań w Polsce są coraz gorsze. Ale nie tylko w Polsce. Co więcej, można powiedzieć, że w porównaniu z innymi krajami, w Polsce warunki te są nawet całkiem dobre. Przykładowo, w Holandii w badaniach czytelnictwa prasy, w 1998 roku odsetek realizacji wywiadów wyniósł poniżej 50%, a w roku 2000 udało się zrealizować jedynie 38% próby. W ciągu 10 lat nastąpił tam spadek odsetka realizacji o ponad 20 punktów procentowych: z 59% w 1990 do 38 % w 2000 roku [Bassler, Tchaoussoglou 2001]<sup>2</sup>.

Dlaczego jednak sprawa wysokiego odsetka realizacji próby jest zagadnieniem aż tak ważnym, istotnym? Otóż, niepełna realizacja próby powoduje, iż pomiar w badaniu obarczony jest tzw. błędem "braku odpowiedzi" [Sztabiński P., 1997: 29–31]. Błąd ten powoduje, że zrealizowana próba może być tendencyjna ze względu na cechy społeczno-demograficzne oraz ze względu na opinie, co

---

<sup>2</sup> Tempo spadku odsetka realizacji jest tutaj identyczne jak w przypadku projektu PGSS (20 punktów procentowych w ciągu 10 lat). Warto jednak podkreślić, iż w Holandii w roku 2000 odsetek realizacji próby był taki sam jak odsetek wywiadów niezrealizowanych w PGSS w roku 2002 (38%). W obu badaniach nie przewidziano próby rezerwowej (były to tzw. próby „do wyczerpania”).

w rezultacie prowadzić może do wypaczenia wniosków z badania. Wynika to z tego, że charakterystyki osób, do których nie udaje się dotrzeć są z reguły istotnie odmienne od charakterystyk osób, z którymi udaje się zrealizować badanie [Loosveldt 1995; Rosenthal, Rosnow 1969: 59–112]. Niedostępność jednostek w próbie nie ma jednak charakteru losowego i powoduje błąd systematyczny. Ważenie próby zrealizowanej pozwala tylko częściowo zniwelować błąd związany z niedostępnością respondentów [Fuller 1974; Hansen, Hurwitz 1946]. Z kolei tzw. próba rezerwowa zapewnia jedynie uzyskanie zakładanej liczebności próby. Mechanizm „wypadania” przypadków w próbie zasadniczej i rezerwowej jest bowiem taki sam, a zatem realizacja wywiadów z próby rezerwowej nie zapewnia uzupełnienia próby zrealizowanej o jednostki, które były „nieosiągalne” w próbie zasadniczej. Innymi słowy, niski odsetek realizacji próby zaburza jej reprezentatywność. Przykładowo, jeśli z próby liczącej 384 osoby „wypadnie” podczas realizacji 15 osób (co stanowi 4%), to aby zachować założoną dokładność oszacowań wyników ( $d = 5\%$ , na poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ) należałoby zbadać pięciokrotnie większą próbę, tzn. 2000 osób, przy założeniu, że żadna z nich nie „wypadnie” podczas realizacji [Lissowski 1968].

A zatem, jak ograniczyć błąd „non-response”, a więc jak dotrzeć do respondenta i skłonić go do wzięcia udziału w badaniu? Czy mamy, jako badacze, jakieś szanse? Wydaje się, że tak. Musimy po prostu na etapie przygotowania badania uwzględniać aktualne warunki realizacji badań, ich aktualny kontekst społeczny. Ale co to w praktyce oznacza? Na pytanie to postaram się opowiedzieć na przykładzie badania „Europejski Sondaż Społeczny”.

### 3. OPIS BADANIA

Projekt „Europejski Sondaż Społeczny” (European Social Survey – ESS) jest badaniem zainicjowanym przez Komitet Ekspertów Europejskiej Fundacji Nauki (European Science Foundation)<sup>3</sup>. W pierwszej rundzie badania, która została zrealizowana na przełomie roku 2002–2003 wzięły udział 22 kraje<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> W Komitecie Ekspertów Polskę reprezentuje prof. dr hab. Henryk Domański z Instytutu Filozofii i Socjologii PAN.

<sup>4</sup> Były to następujące kraje: Austria, Belgia, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Izrael, Luksemburg, Niemcy, Norwegia, Polska, Portugalia, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy. Bezpośredni nadzór nad realizacją projektu sprawuje Roger Jowell z Centre for Comparative Social Surveys, School of Social Science, City University, London. W skład polskiego Zespołu badawczego I edycji ESS wchodził: doc. dr Paweł Sztabiński (Koordynator Narodowy Projektu), prof. dr hab. Henryk Domański, doc. dr Wojciech Zaborowski, dr Franciszek Sztabiński, Teresa Żmijewska-Jędrzejczyk, mgr Anna Dyjas-Pokorska, mgr Dariusz Przybysz. Grant ESS był umiejscowiony w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN. Za-

Zebrane dane umożliwiają nie tylko bieżące porównania międzykrajowe w zakresie najważniejszych, z europejskiego punktu widzenia, zjawisk społecznych, lecz także pozwolą w przyszłości na analizy porównawcze trendów. Badanie to realizuje dwa podstawowe cele: monitorowanie i interpretacja postaw oraz wartości społeczeństw europejskich w powiązaniu ze zmianami zachodzącymi w poszczególnych krajach (cel „substancywny”) oraz upowszechnienie standardów realizacji badań międzykrajowych, umożliwiających ścisłą porównywalność uzyskiwanych wyników (cel metodologiczny). Podstawowym źródłem danych jest przeprowadzone badanie kwestionariuszowe, które będzie powtarzane co dwa lata. Wyniki ESS są uzupełnione o tzw. dane kontekstowe, dotyczące najważniejszych wydarzeń społecznych i politycznych w każdym z krajów uczestniczących w projekcie. Dane te mogą być pomocne w interpretacji wyników uzyskanych w ramach surveyu<sup>5</sup>.

W Polsce projekt ESS był realizowany przez Ośrodek Realizacji Badań Socjologicznych Instytutu Filozofii i Socjologii PAN w okresie od 30 września do 19 grudnia 2002. Badanie przeprowadzone zostało techniką wywiadu kwestionariuszowego (PAPI). Faza terenowa badania została poprzedzona centralnym szkoleniem koordynatorów regionalnych. Podczas szkolenia omówiono szczegółowo kwestionariusz oraz zasady pracy ankierów w badaniu i wyjaśniono wszelkie wątpliwości. W badaniu wzięło ogółem 189 ankierów z 23 regionów koordynatorskich. Po zakończeniu realizacji badania przeprowadzona została kontrola pracy ankierów. Kontroli podlegały zarówno wywiady zrealizowane, jak i przypadki niezrealizowane (odmowy i brak kontaktu). Zastosowano taki właśnie schemat kontroli, ponieważ jest on zorientowany nie tylko na kontrolę poprawności i rzetelności prowadzenia wywiadu przez ankiera, ale także na kontrolę realizacji próby.

Badanie było realizowane na ogólnopolskiej próbie osób (tzw. próba imienna) w wieku 15 i więcej lat (2978 jednostek). Wylosowana próba nie obejmowała próby rezerwowej (była to tzw. próba „do wyczerpania”). W miastach powyżej 100 tys. mieszkańców zastosowano losowanie proste, natomiast w pozostałych miejscowościach próba była warstwowa (ze względu na: płeć, wiek oraz kategorię wielkości miejscowości) i „clustrowana”. Wielkość „wiązek” uzgodniono na 12 jednostek (osób)<sup>6</sup>.

---

sadniczą część środków na realizację tej edycji badania przyznał Komitet Badań Naukowych (grant nr 2 H02E 023 22). Pozostała ich część pochodziła z Fundacji Instytutu Filozofii i Socjologii PAN.

<sup>5</sup> Szczegółowy opis projektu badawczego znaleźć można w czasopiśmie ASK. [Sztabiński 2001].

<sup>6</sup> Pełna dokumentacja projektu dla wszystkich krajów uczestniczących w ESS oraz zbiory danych są ogólnie dostępne na stronie internetowej: [www.europeansocialsurvey.org](http://www.europeansocialsurvey.org).

W projekcie ESS założono, że minimalna realizowalność próby winna wynosić 70% (a więc powyżej odsetka osiąganego w aktualnie realizowanych badaniach w Polsce). Niższy odsetek może bowiem powodować znaczące wypaczenie jej struktury próby zrealizowanej ze względu na trudne do kontroli, a tym samym niemożliwe do ważenia, jej charakterystyki i w efekcie prowadzić do zachwiania reprezentatywności próby.

#### 4. UZYSKANY REZULTAT

Uzyskany w Polsce odsetek realizacji próby (response rate) przekroczył 70%. Z wylosowanych 2978 jednostek udało się bowiem zrealizować 2110 wywiadów, co stanowi 70,9%. Jest to tzw. bezwzględny odsetek zwrotów, ponieważ nie uwzględnia żadnych korekt związanych z przebiegiem realizacji badania i wylosowaną próbą [Daniłowicz, Sztabiński 1992]. W projekcie ESS zastosowane zostały natomiast dwa inne współczynniki charakteryzujące poziom realizacji badania: „prawdziwy” współczynnik realizacji (true response rate) i „terenowy” (field response rate). W przypadku pierwszego z nich („prawdziwy” współczynnik realizacji) liczebność wylosowanej próby pomniejsza się o te przypadki, które nie powinny zostać wylosowane, a więc: respondent zmarł, pod wskazanym adresem znajduje się budynek zdemolowany, opuszczony, niezamieszany lub budynek niemieszkalny (zajmowany wyłącznie przez instytucje), bądź jest to dom letniskowy, respondent wyprowadził się na stałe do innego kraju lub mieszka w gospodarstwie zbiorowym (wojsko, Dom Pomocy Społecznej) itp. „Terenowy” współczynnik realizacji oblicza się analogicznie jak „prawdziwy”, z tym jednak, że liczebność wylosowanej próby pomniejsza się dodatkowo o następujące przypadki: respondent jest chory przez cały okres realizacji badania, błędny lub niekompletny adres, respondent niedostępny z innych przyczyn (np. wyjazd), z wykluczeniem przypadków nieobecności w domu.

W polskiej edycji badania ESS „prawdziwy” współczynnik realizacji wyniósł 73,2%, natomiast „terenowy” – 76,2%. Wysokość tych współczynników przekracza, jak wspominałem, analogiczne uzyskiwane w standardowych badaniach prowadzonych w Polsce na próbach „imiennych”, ale także osiągnięte w innych krajach w projekcie ESS<sup>7</sup>. Warto też nadmienić, iż struktura próby zrealizowanej nie różni się (ze względu na kryteria warstwowania: płeć, wiek, wielkość miejscowości zamieszkania) od struktury całej populacji. Generalnie,

---

<sup>7</sup> Pod względem wysokości „prawdziwego” i „terenowego” współczynnika realizowalności Polska znalazła się na drugim miejscu: po Grecji (razem z Finlandią).

struktura próby zrealizowanej nie jest więc źródłem błędu we wnioskach formułowanych na podstawie badania.

Jak łatwo się domyśleć, o czym zresztą wspomniałem wcześniej, odsetek realizacji był różny w poszczególnych klasach wielkości miejscowości: im mniejsza miejscowość, tym wyższy odsetek realizacji. Tendencję tę przedstawia poniższe zestawienie (zob. Zestawienie 1).

Z e s t a w i e n i e 1. Odsetek realizacji próby według kategorii miejscowości (w %)

Odsetek realizacji	Wieś	Miasta do 20 tys. mieszk.	Miasta 20–99 tys. mieszk.	Miasta 100–499 tys. mieszk.	Miasta 500 tys. i więcej mieszk. (bez Warszawy)	Warszawa
„Prawdziwy”	87,93	72,75	72,53	58,62	60,15	56,82
„Terenowy”	90,92	79,45	74,91	61,98	64,26	62,89

Główną przyczyną niezrealizowania wywiadów były oczywiście odmowy. Stanowiły one blisko 20% (19,1%). W dalszej kolejności przyczyny niezrealizowania wywiadów były następujące: nieosiągalność respondenta z innych względów (3,9%), respondent nie mieszka pod wskazanym adresem (2,1%), niemożność nawiązania kontaktu z respondentem (2,0%), choroba respondenta (0,9%), respondent zmarł (0,6%), wskazany adres jest adresem niemieszkalnym (0,5%).

## 5. JAK UZYSKANO TAKI REZULTAT?

Powróćmy jednak do zasadniczego problemu: jak osiągnąć odsetek realizacji zapewniający reprezentatywność próby, a tym samym wynik w niewielkim stopniu obciążony błędem „braku odpowiedzi”? Należy w tym miejscu powrócić do początku naszych rozważań. Powiedziałem, że badanie to interakcja 3 osób: badacza i ankietera, ankietera i respondenta oraz badacza i respondenta (przy czym, ten ostatni rodzaj interakcji dokonuje się za pośrednictwem ankietera, a tym samym relację tę można zasadniczo sprowadzić do relacji: badacz – ankieter). Badacz może zatem oddziaływać na respondenta jedynie poprzez:

- kształt przygotowanych przez siebie komunikatów, a więc narzędzia badawczego oraz
- ankietera i procedurę realizacji badania.

Obecnie bliżej scharakteryzuję możliwe drogi wpływu badacza na respondenta celem skłonienia go do udziału w badaniu. Przedtem jednak poczynić należy jedną, jak się wydaje, istotną uwagę. Otóż, narzędzie badawcze, pro-



cedura badania i sam ankieter oraz respondent są przedmiotem refleksji metodologicznej od wielu lat. W polskiej metodologii nurt ten jest obecny praktycznie od początku lat 60. W jego ramach wskazać można dwie odmienne perspektywy. W uproszczeniu, jedna z nich traktuje proces badawczy jako proces komunikowania, a przedmiotem zainteresowania są czynniki określające jego przebieg i ich wpływ na wartość uzyskiwanych rezultatów<sup>8</sup>. Zgodnie z drugą, proces badawczy to pomiar. Ankieter, respondent, a także narzędzie i procedura badania są analizowane jako potencjalne źródła błędu pomiaru [Sztabiński P. 1997]. Należy podkreślić, że te dwie perspektywy nie wykluczają się, a są wobec siebie komplementarne. Nie chodzi bowiem o to, aby uzyskać jakiegokolwiek informacje, lecz informacje wartościowe. Błąd pomiaru można bowiem zminimalizować jedynie poprzez podniesienie jakości realizowanych badań.

### 5.1. Narzędzie badawcze

Mówiąc o narzędziu badawczym mam na myśli następujące jego elementy: list zapowiedni oraz karty zgody/odmowy, Raport z pracy ankietera, instrukcję dla ankietera (także dotyczącą aranżacji), Karty respondenta oraz kwestionariusz wywiadu.

Przygotowując każdy z powyższych elementów narzędzia należy odwoływać się do „zaadoptowanej” przez Dillmana teorii wymiany społecznej [Dillman 1978] oraz zasady „do ut des” [Malinowski 1958: 331–337]. W praktyce oznacza to, że proces badawczy traktować należy jako specyficzny przypadek „wymiany społecznej” i dążyć do minimalizacji kosztów ponoszonych przez respondenta w związku z jego udziałem w badaniu, a jednocze-

<sup>8</sup> Podejście to najpełniej znalazło odzwierciedlenie w pracach Jana Lutyńskiego i Krystyny Lutyńskiej. Poza wcześniej przywołanymi wymienić należy także inne prace Lutyńskiego, m.in.: *Koncepcje pytania kwestionariuszowego, ich zastosowanie w badaniach, konsekwencje i możliwości* [1978], *Pytanie jako narzędzie w surveyowych badaniach socjologicznych* [1979], *Koncepcja badawcza. Pojęcie, główne składniki i problemy* [1981], Lutyńskiej: *Osoby trzecie w wywiadzie socjologicznym i ich wpływ na odpowiedzi respondentów* [1970], *Ogólne zasady przeprowadzania wywiadów w pilotażu pogłębianym* [1974], *Pilotaż pogłębiany. Koncepcja, realizacja i analiza materiałów pilotażowych* [1975], *Ankieterzy i badacze. Z badań nad wpływem ankierskim* [1978], *Osoby trzecie i miejsce wywiadu* [1983], *Zygmunta Gostkowskiego: Podręcznik Ankietera* [1972], *O poprawę jakości badań surveyowych* [1976], *Respondent jako »pełny człowiek« w badaniach surveyowych* [1992] oraz serie wydawnicze: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii* [Gostkowski 1966, Gostkowski, Lutyński 1968–1975, Lutyński, Lutyńska 1986, Gostkowski 1989–1992] i *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych* [Gostkowski 1972–1982 i 1989, Lutyńska 1985]. Pewnego rodzaju „przeglądem” tego nurtu refleksji jest praca zbiorowa pod redakcją K. Lutyńskiej i A. P. Wejlana [1983]: *Wywiad kwestionariuszowy. Analizy teoretyczne i badania empiryczne*.

śnie maksymalizować nagrody (szeroko rozumiane – nie tylko materialne). Oznacza to między innymi:

- zerwanie z bezosobowością respondenta (np. wersyjność listu zapowiedniego: dla kobiet i mężczyzn),
- zerwanie z anonimowością badacza (to nie instytucja, a konkretna osoba prowadzi badanie i należy o tym respondenta poinformować),
- dowartościowanie respondenta poprzez podkreślenie zarówno w liście zapowiednim, jak i w aranżacji, wagi oraz znaczenia jego udziału w badaniu,
- symetryczność ról: „badacz – badany” i dyspozycyjność badacza, a więc wskazanie możliwości bezpośredniego z nim kontaktu: telefonicznego lub mailowego,
- minimalizację wysiłku respondenta związanego z wywiadem (chodzi tutaj o uwzględnienie dynamiki wywiadu).

Poniżej skrótkowo scharakteryzuję każdy z wymienionych elementów narzędzia badawczego i możliwe sposoby oddziaływania na respondentów za ich pośrednictwem<sup>9</sup>.

#### **a. List zapowiedni**

Celem listu zapowiedniego jest poinformowanie respondenta o badaniach, ich tematyce i celu, instytucji je realizującej oraz terminie ich rozpoczęcia. List zapowiedni musi zatem zawierać bardzo wiele informacji, a tym samym jest dość długi i w rezultacie, przez znaczną część respondentów nie jest czytany. Aby tego uniknąć, w badaniu ESS zastosowano inne rozwiązanie: list składał się z dwóch części. Pierwsza jego strona zawierała krótką informację o badaniu i zaproszenie do udziału w nim, druga zaś - bardziej szczegółowe dane o projekcie oraz wszystkie niezbędne informacje wymagane przez Ustawę o ochronie danych osobowych. Część ta była przeznaczona dla osób zainteresowanych tymi sprawami.

Forma listu została zindywidualizowana, tzn. przygotowany został on w dwóch równoważnych wersjach dla kobiet i dla mężczyzn. Oczywiście list

---

<sup>9</sup> Pamiętać jednak należy, że ze względu na pośrednictwo ankietera (dwoigniowość procesu komunikacji) przekaz, który dociera do respondenta (pytanie kwestionariuszowe zadane respondentowi przez ankietera) nigdy nie jest tożsamy z przekazem badacza (pytanie w kwestionariuszu przeznaczone do odczytania respondentowi przez ankietera), a ten, który dociera do badacza (zapis ankietera odpowiedzi respondenta) – nigdy nie jest tożsamy z przekazem respondenta (odpowiedź respondenta). Ankieter nie jest bowiem neutralnym przekazywaczem [Sztabiński F. 1997: 23–47]. Tym samym oddziaływanie na respondenta poprzez narzędzie badawcze zawsze jest „pośredniczone” przez ankietera i zasadniczo nigdy nie wiemy, czy jest zgodne z naszymi założeniami.

zapowiedni miał personalny charakter i motywował respondenta do udziału w badaniach.

Do listu dołączana została karta zgody/odmowy, której właściwą część respondent odsyłał do instytutu badawczego, w zależności od swojej decyzji (jeśli była ona negatywna – ankieter nie odwiedzał już wylosowanej osoby). Karta ta jest zatem jednocześnie potwierdzeniem pełnej dobrowolności uczestnictwa w badaniu, o czym zapewnia się respondenta w liście zapowiednim.

Istotną sprawą jest termin wysyłki listów zapowiednich. Nie mogą być one wysyłane wszystkie razem – przed rozpoczęciem badania: jeśli bowiem minie zbyt długi okres czasu między otrzymaniem przez respondenta listu a wizytą ankietera, respondent może zmienić swoją decyzję lub zapomnieć o badaniu. Należy też przygotować dla ankieterów dodatkowe kopie listów, które mogłyby pozostawić respondentowi, w przypadku gdyby przesyłka do niego nie dotarła. Jest to szczególnie ważne, ponieważ respondent może chcieć skontaktować się z ośrodkiem badawczym odpowiedzialnym za realizację projektu nawet już po wizycie ankietera i przeprowadzonym wywiadzie [por. także: Koch, Bryson 2002; Lyberg, Dean 1992].

#### **b. Raport z pracy ankietera**

Raport z pracy ankietera służył do udokumentowania każdej próby kontaktu ankietera (także telefonicznego) z wylosowaną osobą. Zawierał on szczegółowe informacje na temat terminu kontaktu, jego formy (kontakt osobisty z respondentem, z kimś z jego gospodarstwa lub spoza niego, kontakt telefoniczny lub przez domofon), a także jego rezultatu (wywiad zrealizowano, umówiono się na wywiad, wywiad przerwany, nie udało się z nikim skontaktować, adres nie istnieje). W dalszej części ankieter był zobligowany do szczegółowego opisu sytuacji, w której np. doszło do przerwania wywiadu lub przyczyny odmowy udzielenia wywiadu. Niezależnie od ostatecznego rezultatu kontaktu z respondentem (wywiad zrealizowany lub nie), ankieter musiał opisać i scharakteryzować najbliższe otoczenie budynku, w którym mieszkała wylosowana osoba.

Generalnie, Raport z pracy ankietera pełnił kilka funkcji:

- umożliwiał zapis wszystkich informacji związanych z kolejnymi próbami dotarcia do wylosowanej osoby i ich rezultatów,
- był wykorzystywany do zapisania szczegółów związanych z przebiegiem wywiadu,
- pełnił funkcje kontrolne – w szczególności do sprawdzania próby pod kątem przyczyn niezrealizowania wywiadu,
- był wykorzystywany do zebrania podstawowych informacji na temat

wylosowanego adresu i jego otoczenia przestrzennego (opisu i charakterystyki sąsiedztwa).

Poboczną, ale nie najmniej ważną funkcją Raportu było monitorowanie pracy ankietera.

### **c. Kwestionariusz wywiadu**

Kwestionariusz wywiadu był wielotematyczny i dotyczył problemów związanych ze zmianami zachodzącymi we współczesnej Europie. Zawierał on 14 modułów, w tym: zaufanie do władz i polityków, zainteresowanie polityką i orientacje społeczno-polityczne, integracja i wykluczenie społeczne, tożsamość narodowa, stan zdrowia i poczucie bezpieczeństwa, imigracja oraz zaangażowanie obywatelskie oraz oczywiście informacje społeczno-demograficzne dotyczące respondenta i jego gospodarstwa domowego. Kolejną część kwestionariusza dotyczyła systemu wartości społeczeństw europejskich<sup>10</sup>. Edycja ta zawierała także dodatkowy moduł, którego celem było zebranie materiałów do analiz o charakterze metodologicznym (ich przedmiotem była ocena trafności i rzetelności uzyskanych danych oraz przekładalność różnych rodzajów skal słownych i liczbowych o różnej długości). W polskiej wersji kwestionariusza zamieszczony został także dodatkowy moduł, dotyczący stylów życia.

Ze względu na wielość poruszanych problemów wywiad mógł być dla respondentów interesujący. Jednocześnie nie był on dla nich nużący ze względu na długość: liczba pytań atomicznych nie przekraczała 500, a średni czas trwania wywiadu wynosił 80 min<sup>11</sup>.

### **d. Instrukcja dla ankietera**

Instrukcja dla ankietera jest zespołem wskazówek, dyrektyw i objaśnień skierowanych do ankietera, określających w jaki sposób winien on prowadzić wywiad i wypełnić kwestionariusz. Jej celem jest zatem ukierunkowanie procesu interrogacji w różnych fazach, aby jego przebieg był prawidłowy. Zgod-

---

<sup>10</sup> Część ta została przygotowana przez Shaloma Schwartza, psychologa z Hebrew University of Jerusalem.

<sup>11</sup> Prace nad przygotowaniem ostatecznej narodowej wersji kwestionariusza obejmowały: (i) tłumaczenie przez dwóch niezależnych tłumaczy wersji źródłowej kwestionariusza, (ii) porównanie dwóch wersji tłumaczeń i przygotowaniu wersji kwestionariusza przez dwóch niezależnych „adjustatorów”, (iii) porównanie kwestionariusza przygotowanego przez „adjustatorów” z wersją źródłową i przygotowanie propozycji ostatecznej wersji narodowej (iv) sprawdzenie kwestionariusza w badaniu pilotażowym. W projekcie ESS nie zastosowano metody back translation, ani też weryfikacji tłumaczenia przez osobę dwujęzyczną [por. Sztabiński 2004].

nie z tym, instrukcja do badania ESS była bardzo szczegółowa i zawierała: ogólne informacje o badaniu (przedmiot, badana zbiorowość, termin realizacji), konieczne elementy aranżacji wywiadu, tematyczna struktura kwestionariusza, uwagi ogólne, odnoszące się do całego kwestionariusza (ogólna ocena trudności i drażliwości wywiadu, zalecenia dotyczące atmosfery wywiadu, odtwarzania procedur badania, sposobu odczytywania pytań i zapisu odpowiedzi itp.) oraz uwagi szczegółowe, odnoszące się do poszczególnych pytań lub ich bloków (zakres i sposób udzielania respondentowi koniecznych wyjaśnień, określenie celu pytania i poszukiwanej informacji, sposobu zadawania konkretnych pytań i kwalifikacji odpowiedzi respondenta, kierunki sondażu itp.). Wyjaśniała ona wszelkie wątpliwości ankietera dotyczące kwestionariusza i prowadzenia wywiadu, co pozwalało na sprawną jego realizację. Tym samym była ona elementem „minimalizującym” wysiłek respondenta i ankietera.

Wcześniej wspominałem o tym, że możliwość oddziaływania na respondenta poprzez narzędzie badawcze jest, w skutek pośrednictwa ankietera, ograniczone, a przynajmniej nie zawsze do końca zgodne z naszymi założeniami. Rzeczywiście tak jest, niemniej należy pamiętać, że jeśli całość narzędzia badawczego – nie tylko kwestionariusz – jest „dobrze” przygotowana, to ankieterzy „dobrze” pracują.

## **5.2. Ankieter i procedura badania**

W jaki sposób badacz bezpośrednio może wpływać na ankietera i jego pracę, aby ten zmobilizował respondenta do udziału w badaniu? Może to robić w różny sposób i na różnych etapach procesu badawczego, a więc przygotowania i organizacji badania, jego realizacji oraz kontroli. Zaczniemy od etapu przygotowania i organizacji badania

### **5.2.1. Przygotowanie i organizacja badania**

#### **a. Selekcja i właściwy dobór ankieterów do badania**

Wiadomo, że różni ankieterzy osiągają zupełnie odmienne wyniki jeśli chodzi o „realizowalność”, aczkolwiek zależy to oczywiście od „rejonu”, w którym pracują (obszary miejskie vs wiejskie). Niemniej można ogólnie powiedzieć, że bardziej doświadczeni ankieterzy osiągają w tym względzie lepsze wyniki niż ankieterzy mniej doświadczeni. Nie bez znaczenia jest też motywacja, czy nastawienie ankieterów: ankieterzy przeświadczeni o możliwości zapewnienia sobie kooperacji ze strony respondentów, osiągają lepsze wyniki. Podobnie, cechy społeczne i demograficzne ankieterów mogą wpływać na kooperatywność respondentów, przy czym jest to głównie uzależnione

od problematyki badania (przykładowo, młoda ankieterka nie będzie dobrym partnerem do rozmowy ze starszą kobietą na temat kosmetyków „liftujących”). Oznacza to, że dobierając ankieterów do badania musimy kierować się ich doświadczeniem, motywacją i nastawieniem, ale także cechami jawnymi, takimi jak płeć i wiek [Koch, Bryson 2002, Lyberg, Dean 1992, Sztabiński P. B. 1997]. W projekcie ESS ograniczono się do dwóch kryteriów selekcyjnych: doświadczenia ankieterskiego w realizacji badań akademickich oraz wyników kontroli uprzednio realizowanych badań (braku zastrzeżeń co do rzetelności pracy).

b. Szkolenie koordynatorów / ankieterów do badania (tzw. briefing)

Szkolenie jest podstawowym elementem przygotowania do realizacji badania. Pełni ono nie tylko funkcje informacyjne, ale także motywuje koordynatorów i ankieterów do rzetelnej pracy [Sztabiński 2000: 113–118]. Niezwykle ważne jest, aby szkolenie takie nie ogniskowało się wyłącznie na kwestionariuszu. W trakcie szkolenia omówiona winna zostać zawartość kwestionariusza „pytanie po pytaniu” (w oparciu o instrukcję), ale także: problem realizacji próby, sposoby i możliwości podwyższenia odsetka zwrotów (w tym przede wszystkim postępowania w przypadku odmów), sprawy atmosfery wywiadu itd. [Nederhof 1987; Koch, Bryson 2002; Lyberg, Dean 1992]. Szczególne znaczenie ma tutaj problem modelowania relacji: ankieter – respondent na etapie aranżacji wywiadu, ale także „partnerskiego” układu ról w trakcie wywiadu. W przypadku sieci ankieterskiej zdecentralizowanej (dwustopniowej) niezwykle istotną sprawą jest to, aby szkolenia regionalne (ankieterskie) prowadzone były ściśle wg schematu szkolenia centralnego. Istotne jest także, aby przebieg poszczególnych szkoleń regionalnych był kontrolowany przez przedstawiciela centrali (lub niezależnego obserwatora).

W przypadku szkoleń do badania ESS wymagania te zostały spełnione: wszystkie szkolenia regionalne były prowadzone wg tego samego schematu (co zapewniało, iż wszystkie ważne informacje zostały ankieterom przekazane), a dodatkowo przebieg każdego szkolenia oraz uczestnictwo ankieterów w szkoleniu było kontrolowane.

c. Określenie maksymalnej liczby wywiadów realizowanych przez ankietera

Określenie maksymalnej liczby realizowanych wywiadów oraz uczestnictwo ankietera w realizacji tylko jednego badania ma na celu ograniczenie jego obciążenia pracą. Wiadomo bowiem, że odsetek realizacji wywiadów przez poszczególnych ankieterów może zależeć od ilości przydzielonej im pracy

(liczby wywiadów) i ich preferencji dotyczących realizowanych badań [Koch, Bryson 2002, Lyberg, Dean 1992]. Zbytne obciążenie pracą ogranicza liczbę podejmowanych kontaktów z wylosowaną osobą, a także wysiłek w celu skłonienia jej do współpracy. Dodatkowo, określenie maksymalnej liczby wywiadów realizowanych przez jednego ankietera jest o tyle uzasadnione, że niektórzy z nich mogą pracować dla więcej niż jednego instytutu badawczego. W projekcie ESS przyjęto, iż jeden ankieter nie może zrealizować więcej niż 48 wywiadów (maksymalnie 4 wiązki liczące 12 jednostek losowania).

d. Określenie liczby i terminów wymaganych kontaktów z respondentem i obowiązek zapisywania ich w Raporcie z pracy ankietera

W projekcie ESS przyjęto, iż każdy ankieter miał obowiązek co najmniej 4-krotnej wizyty w wylosowanym adresie w różne dni tygodnia i o różnych porach dnia, przy czym przynajmniej dwie wizyty musiały odbyć się w różnych tygodniach (wiązało się to z określeniem maksymalnego odsetka przypadków nie skontaktowania się z wylosowaną osobą na poziomie 3%). Pierwszy kontakt mógł być telefoniczny, niemniej nie można było zrezygnować z wywiadu bez uprzedniego kontaktu osobistego (nawet w przypadku odmowy przez telefon).

Określenie liczby wymaganych kontaktów z respondentem oraz ich terminów okazało się bardzo ważne, ponieważ ponad 17% spośród wszystkich wywiadów zrealizowanych zostało w trakcie trzeciej i kolejnych wizyt (odpowiednio: pierwsza wizyta – 56,2%, druga – 26,5%, trzecia – 10,9%, czwarta – 4,4%, piąta – 1,1%, szósta – 0,5%, siódma – 0,4%). Innym elementem „wymuszającym” na ankieterach kilkakrotne wizyty była wielkość „wiązki”. Jak wspomniałem, jej wielkość ustalono na 12 osób. Zmuszało to ankieterów do przynajmniej trzykrotnej wizyty w danej miejscowości i tym samym zwiększało szanse realizacji wywiadu z osobami, z którymi wcześniej nie udało się nawiązać kontaktu (np. respondent był nieobecny podczas pierwszej wizyty). Każda próba kontaktu z respondentem lub z inną osobą (także kontakt telefoniczny, przez domofon itp.) i jej rezultat ankieter notował w formularzu Raportu z pracy ankietera (stwarzało to wśród ankieterów poczucie monitorowania ich pracy w terenie).

e. Optymalizacja okresu realizacji badania

Okres realizacji badania musi być realistyczny, biorąc pod uwagę wymaganą liczbę wizyt. Zbyt krótki czas realizacji badania powoduje spadek odsetka realizacji (wzrost liczby przypadków braku kontaktu z wylosowaną osobą).

Z kolei zbyt długi okres pociąga za sobą niebezpieczeństwo niehomogeniczności wyników. Stąd też w projekcie ESS przyjęto, iż okres realizacji badania winien być nie krótszy niż 30 dni, maksymalny zaś nie powinien przekraczać 4 miesięcy (tak długi okres realizacji związany jest z ewentualnymi przypadkami przekazania wywiadu do realizacji innemu ankieterowi – w sytuacji „miękkiej odmowy/ niezdecydowania” respondenta lub zmiany miejsca zamieszkania respondenta – poza obszar regionu ankieterskiego). Realizacja polskiej edycji badania ESS trwała, jak wspomniałem, dwa i pół miesiąca (od października do połowy grudnia 2002 r.)

#### f. Wysokość wynagrodzenia ankieterów

Wysokość wynagrodzenia ankieterów także musi być realistyczna. Z jednej strony winno ono uwzględniać uciążliwość dotarcia do respondenta (odległość/wielokrotne powroty), przewidywane trudności w zapewnieniu kooperacji respondenta, stopień trudności i długość wywiadu. Z drugiej strony, wysokość wynagrodzenia winna motywować i mobilizować ankieterów do uzyskania wysokiego odsetka realizacji, ale jednocześnie nie odbiegać zbyt od wysokości stawek w innych badaniach. Powyższy dylemat można sprowadzić do pytania o zasadę wynagradzania ankieterów: czy winno płacić się za zrealizowany wywiad (zasada ta nie uwzględnia potencjalnych trudności związanych z realizacją wywiadu), czy też ankietera winno opłacać się wg stawki „godzinowej” (to ostatnie rozwiązanie stwarza wiele możliwości nadużyć ze strony ankieterów i w Polsce zasadniczo nie jest praktykowane poza badaniami CATI).

Przyjęty system wynagrodzenia ankieterów nie wyklucza jednak możliwości ewentualnych „bonusów” (dodatkowego wynagrodzenia – premii) za wysoki odsetek realizacji, ustalenie aktualnego adresu respondenta itp. Mają one bardzo pozytywny efekt. Niemniej system „bonusów” musi być transparentny: ankieterzy muszą wiedzieć za co mogą otrzymać dodatkowe wynagrodzenie, jakie ich działania są premiowane.

### 5.2.2. Realizacja badania

#### a. Monitorowanie pracy ankietera

Monitorowanie pracy ankietera sprowadza się zasadniczo do raportowania do Instytutu badawczego postępów pracy każdego z nich (indywidualnie) i sukcesywny wpływ materiałów z badania. Umożliwia ono wczesną identyfikację problemów realizacyjnych (odsetka realizacji) poszczególnych ankieterów, regionów i całego badania. Dzięki temu można podjąć działania zarad-



cze. W projekcie ESS raportowanie, w ramach każdego regionu koordynatorskiego obejmowało:

- cotygodniowe relacjonowanie (telefonicznie, faxem lub e-mailem) liczby wywiadów zrealizowanych przez poszczególnych ankierów, przyczyn niezrealizowania wywiadów oraz „miękkich odmów”, które mogły zostać przekazane innemu ankierowi<sup>12</sup>. Współczynniki realizowalności dla poszczególnych ankierów stanowiły podstawę oceny ich pracy oraz pracy koordynatorów regionalnych.
- co 2 tygodnie przesyłanie kwestionariuszy zrealizowanych wywiadów (uwagi do zrealizowanych wywiadów były na bieżąco przekazywane koordynatorom)
- co 2 tygodnie przesyłanie „Raportów z pracy ankiera” (jeśli zbyt pochopnie zrezygnowano z wywiadu, Raport zwracano z zaleceniem powrotu ankiera pod dany adres).

Monitorowanie pracy poszczególnych ankierów umożliwia szybką identyfikację ewentualnych problemów związanych z niskim odsetkiem realizacji, systematyczną pracą, liczbą odmów lub braku kontaktów. Wczesna diagnoza tych problemów pozwala im zaradzić.

Instytut badawczy winien także na bieżąco kontrolować (w ramach regionów oraz poszczególnych ankierów) cechy demograficzne respondentów, z którymi zrealizowano wywiady (chodzi o kontrolę próby zrealizowanej ze względu na kryteria warstwowania). W przypadku stwierdzenia niskiego odsetka realizacji w danej grupie w danym regionie, należy bezzwłocznie interweniować. W przypadku badania ESS bieżące monitorowanie pracy ankierów możliwe było dzięki wykorzystaniu specjalnie przygotowanego oprogramowania bazodanowego.

#### b. Przekazywanie adresów do realizacji innemu ankierowi

W przypadku „miękkich” odmów (por. przypis 12) lub niezdecydowania (wahania) respondenta co do uczestnictwa w badaniu i trudności ankiera w przekonaniu go do udzielenia wywiadu, wywiad był przekazywany innemu ankierowi / koordynatorowi (uwzględniając jego doświadczenie oraz cechy społeczno-demograficzne oraz osobowościowe). W przypadku tzw. „twardych” odmów (z wyjątkiem przypadków, gdy respondenci dzwonili / mailowali / faxowali do instytutu) podejmowano niekiedy próbę ponownego kontaktu z re-

---

<sup>12</sup> Posługuję się tutaj terminem „miękkie odmowy” dla określenia sytuacji, w której respondent nie odmawia uczestnictwa w badaniu w sposób zdecydowany, ale waha się, zastanawia.

spondentem i skłonienia go do udziału w badaniu<sup>13</sup>. Z kolei, jeśli respondent zmienił miejsce zamieszkania ankieter zobowiązany był ustalić aktualny jego adres i zrealizować wywiad w nowym miejscu. Jeśli z racji odległości było to niemożliwe (np. nowy adres znajdował się w innym województwie), wywiad przesyłano do realizacji właściwemu koordynatorowi regionalnemu. Za ustalenie aktualnego adresu respondenta ankieter otrzymywał gratyfikację finansową.

### c. Gratyfikacje dla respondentów

Gratyfikacje dla respondentów (rzeczowe lub pieniężne) pozwalają na podniesienie odsetka realizacji. Można je wręczać wszystkim osobom, które zostały wylosowane do badania (niezależnie od tego czy wyraziły zgodę na udział w badaniu czy nie), wręczać je osobom, które wyraziły zgodę na udział w badaniu lub wręczać je osobom, które wstępnie nie wyraziły zgody na udział w badaniu (dla zachęcenia). To pierwsze rozwiązanie wydaje się bardziej efektywne niż pozostałe, aczkolwiek z pewnością najdroższe. Ostatnie rozwiązanie rodzi z kolei dylemat, na ile jest etyczne wręczenie gratyfikacji „opornym” respondentom, a pozbawianie ich (gratyfikacji) osób, które od razu wyraziły zgodę.

Nagrody pieniężne są dla większości respondentów bardziej atrakcyjne niż nagrody rzeczowe, przy czym dotyczy to przede wszystkim osób o niższych dochodach. Dążąc do maksymalizacji efektu gratyfikacji należy zatem brać pod uwagę grupę w stosunku do której bodziec ten zostanie zastosowany.

Jednocześnie należy mieć świadomość, iż zastosowanie gratyfikacji może zmniejszać motywację ankieterów do nakłonienia wylosowanej osoby do uczestnictwa w badaniu [Koch, Bryson 2002].

W polskiej edycji badania ESS nie była przewidziana żadna materialna forma gratyfikacji respondentów.

## 5.2.3. Kontrola badania

### a. Schemat badania kontrolnego

Niezależnie od monitoringu pracy ankieterów, realizacja terenowa badania musi być oceniona ex post na podstawie danych z badania kontrolnego. Przygotowując badanie kontrolne należy podjąć decyzje dotyczące [Sztabiński 1995]:

<sup>13</sup> Należy jednak pamiętać, iż powtórny kontakt z wylosowaną osobą może być czasami odebrany jako naruszenie jej praw. Podobnie zresztą może być interpretowany przypadek realizacji wywiadu z osobą niepełnoletnią (na wywiad wymagana jest bowiem zgoda rodzica lub opiekuna).

(1) przedmiotu kontroli (czy kontrola winna być ograniczona do oceny pracy ankietera, czy też na jej podstawie chcemy formułować również wnioski dotyczące oceny wartości danych – poprzez ocenę rzetelności pomiaru?)

(2) zakresu kontroli (czy kontrolować tylko wywiady zrealizowane, czy całość pracy ankieterów, a więc zarówno przypadki zrealizowane jak i niezrealizowane oraz w jakim odsetku?)

(3) metody kontroli (czy kontrolę należy prowadzić metodą powtórnego wywiadu osobistego, telefonicznego, czy też metodą ankiety pocztowej?)

Optymalną wydaje się kontrola, która pozwala sformułować ocenę pracy ankietera, a jednocześnie wnioski dotyczące oceny wartości zebranych danych (szacunkowej rzetelności pomiaru). Ze względu na maksymalizację odsetka realizacji winno się kontrolować całość pracy ankietera. Chodzi tutaj o kontrolę, która obejmuje zarówno przypadki zrealizowane jak i niezrealizowane (np. 5% wywiadów zrealizowanych; 10% odmów; 10% braku kontaktu) i prowadzona jest metodą powtórnego wywiadu osobistego lub telefonicznego. W polskiej edycji badania ESS zastosowany został schemat kontroli opisany powyżej. Został on przedstawiony koordynatorom i ankieterom na szkoleniach, co stanowić mogło dodatkowy element motywujący do rzetelnej pracy.

## 6. UWAGI KOŃCOWE

Przedstawione powyżej zabiegi podejmowane na etapie przygotowania narzędzia i procedury badania mają na celu minimalizację błędu pomiaru związanego z niedostępnością respondentów, a więc niepełną realizacją próby. Staralem się wskazać, iż błąd ten jest pochodną stosunku respondentów do badań, który jest określany przez warunki ogólnospołeczne. Warunki te należy uwzględniać na etapie przygotowania narzędzia badawczego i realizacji badań, o ile chcemy osiągnąć satysfakcjonujący rezultat. Przygotowany przez nas kwestionariusz staje się bowiem narzędziem badawczym dopiero w terenie, a to, jakie uzyskamy rezultaty, zależy przede wszystkim od ankieterów.

Prezentując działania zmierzające do ograniczenia w badaniu błędu „non – response” (podniesienia odsetka realizacji próby), przedstawiłem wyłącznie te, które zostały wykorzystane w projekcie ESS. Oczywiście jest, że nie zawsze w każdym badaniu można wykorzystać wszystkie z nich. Przy czym, jeśli decydujemy się podjąć tylko niektóre z przedstawionych powyżej działań, to muszą być to te, które ze względu na: cele, przedmiot, populację i procedurę są adekwatne. Przykładowo, w zależności od rodzaju próby na której jest re-

alizowane badanie, czy zastosowanej techniki, innej niż wywiad kwestionariuszowy (np. ankiety wypełnianej samodzielnie przez respondenta), sens i zakres stosowalności wskazanych działań ulega zmianie. I tak, zmiana samej techniki badawczej – z wywiadu kwestionariuszowego na CATI – powoduje wzrost udziału w badaniach kategorii dyrektorów, reprezentantów wolnych zawodów i specjalistów z wyższym wykształceniem: dla ogółu o 2 pkt.%, w Warszawie o 8 pkt.% [Sawiński, 2001]<sup>14</sup>. Niezależnie od zakresu podejmowanych działań należy jednak mieć świadomość, że nie są to tylko zabiegi czysto techniczne: muszą one tworzyć spójny zespół działań nakierowanych na respondenta, od którego zależy ostateczny wynik „wymiany komunikatów językowych”.

Na zakończenie chciałbym postawić pytanie: „Jak będzie w przyszłości, na ile realne będzie dotarcie do respondenta i skłonienie go do udziału w badaniu?”. Oczywiście nikt tego nie wie.

Chciałbym jednak przytoczyć słowa Kazimierza M. Słomczyńskiego [2004:22], który stwierdza, że obecna i przyszła sytuacja badań skłania do powrotu do problemu moralnej odpowiedzialności badacza przed badanymi. Podkreśla on jednak, że nie tylko badacze, ale również potencjalni badani podlegają – i powinni podlegać – ocenom moralnym. Każdy „...członek demokratycznego społeczeństwa ma moralne powinności jako potencjalny lub faktyczny respondent, gdyż tworzona przy jego udziale wiedza jest dobrem publicznym. Socjologowie w krajach o dobrze ugruntowanej demokracji zdają sobie z tego sprawę i odwołują się do powinności obywatelskiej respondentów”. Do tych doświadczeń zagranicznych warto chyba odwoływać się w okresie rozwoju demokracji w Polsce.

#### BIBLIOGRAFIA

Bassler A., Tchaoussoglou C. [2001], *Searching for best CASI practices: Experiments for a new data collection method.*, Worldwide Readership Research Symposium, Venice, October.

Cichomski B., Jerzyński T., Zieliński M. [2002] *Polskie Generalne Sondaże Społeczne: struktura skumulowanych wyników badań 1992–1999*. Instytut Studiów Społecznych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.

<sup>14</sup> Praktycznym wnioskiem wypływającym z realizacji projektu ESS i możliwościom zastosowania standardów metodologicznych ESS w badaniach opinii i rynku poświęcona była dyskusja panelowa na temat: „Standardy ESS w badaniach rynku i opinii”, zamykająca ogólnopolską konferencję „Europejski Sondaż Społeczny. Integracja w dziedzinie badań” (konferencja ta finansowana była ze środków KBN: grant nr 2 H02E 039 25). Niektóre z wystąpień przedstawionych na tej konferencji oraz głosy w dyskusji panelowej można znaleźć w 13/2004 numerze czasopisma ASK Warszawa, IFiS PAN.

Daniłowicz P., Sztabiński F. [1992], *Nowe spojrzenie na ankietę pocztową. Jak uzyskano 70 % zwrotów*, [w:] *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Z. Gostkowski (red.), Warszawa, t. 9.

Dillman D. A. [1978], *Mail and Telephone Surveys. The Total Design Method*, New York.

Fuller C. H. [1974], *Weighting to Adjust for Survey Nonresponse*, *Public Opinion Quarterly*, 38.

Gostkowski Z. (red.) [1966], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 1, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1968], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 2, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1970], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 3, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1972], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 4, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z. (red.) [1972], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 1, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z. (red.) [1972], *Podręcznik Ankietera*, Warszawa, Łódź.

Gostkowski Z. (red.) [1973], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 2, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z. (red.) [1974], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 3, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1975], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 5, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z. [1976], *O poprawę jakości badań surveyowych*, *Studia Socjologiczne*, 3.

Gostkowski Z. (red.) [1976], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 4, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z. (red.) [1978], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 5, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z. (red.) [1981], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 6, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1989], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 7, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z. (red.) [1982], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 7, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z. (red.) [1989], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 9, Warszawa, IFiS PAN.

Gostkowski Z. (red.) [1990], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 8, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z. [1992], *Respondent jako »pełny człowiek« w badaniach surveyowych*, Gostkowski Z., *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 9, Wrocław, Ossolineum.

Gostkowski Z. (red.) [1992], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 9, Wrocław, Ossolineum.

Hansen M.H., Hurwitz W. N. [1946], *The Problem of Non-Response in Samples Surveys*, *Journal of the American Statistical Association*, 41.

Koch A., Bryson C. [2002], *Field Procedures in the European Social Survey: Enhancing Response Rates*, <http://www.europeansocialsurvey.org>

L i s s o w s k i G. [1968], *Z zagadnień doboru próby*, w: *Metody statystyczne w socjologii*, K. Szaniawski (red.), Warszawa.

L o o s v e l d t G. [1995], *The profile of the difficult-to-interview respondent*. *Bulletin de Méthodologie sociologique*, 48 (September).

L u t y ń s k a K. [1970], *Osoby trzecie w wywiadzie socjologicznym i ich wpływ na odpowiedzi respondentów*, Gostkowski Z., *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 3, Wrocław, Ossolineum.

L u t y ń s k a K. [1974], *Ogólne zasady przeprowadzania wywiadów w pilotażu pogłębionym*, Łódź.

L u t y ń s k a K. [1975], *Pilotaż pogłębiony. Koncepcja, realizacja i analiza materiałów pilotażowych*, Gostkowski Z., *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 5, Wrocław, Ossolineum.

L u t y ń s k a K. [1978], *Ankieterzy i badacze. Z badań nad wpływem ankieterskim*, *Przeгляд Socjologiczny*, 30.

L u t y ń s k a K. [1983], *Osoby trzecie i miejsce wywiadu*, Lutyńska K., Wejland A.P. (red.), *Wywiad kwestionariuszowy. Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Wrocław, Ossolineum.

L u t y ń s k a K., W e j l a n d A. P. (red.) [1983], *Wywiad kwestionariuszowy. Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Ossolineum, Wrocław.

L u t y ń s k a K. [1984], *Wywiad kwestionariuszowy. Przygotowanie i sprawdzenie narzędzia badawczego*, Ossolineum, Wrocław.

L u t y ń s k a K. [1985], *Z problematyki współczesnych badań kwestionariuszowych*, [w:] *Spółczesność a socjologia*, J. Kulpińska (red.), Wrocław.

L u t y ń s k a K. (red.) [1985], *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 8, Warszawa, IFiS PAN.

L u t y ń s k a K. [1989], *Analiza odmów w polskich badaniach kwestionariuszowych w latach 1982-1985*, *Przeгляд Socjologiczny*, 37.

L u t y ń s k a K. [1993], *Surveye w Polsce. Spojrzenie socjologiczno-antropologiczne*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

L u t y ń s k i J. [1968], *Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów*, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), t. 2, Ossolineum, Wrocław.

L u t y ń s k i J. [1972], *Analiza procesu otrzymywania informacji w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego*, [w:], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), t. 4, Ossolineum, Wrocław.

L u t y ń s k i J. [1978], *Koncepcje pytania kwestionariuszowego, ich zastosowanie w badaniach, konsekwencje i możliwości*, *Przeгляд Socjologiczny*, 30.

L u t y ń s k i J. [1979], *Pytanie jako narzędzie w surveyowych badaniach socjologicznych*, *Studia Socjologiczne*, 2.

L u t y ń s k i J. [1981], *Koncepcja badawcza. Pojęcie, główne składniki i problemy*, Gostkowski Z. (red.), *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, zeszyt 6, Warszawa, IFiS PAN.

L u t y ń s k i J., L u t y ń s k a K. (red.) [1986], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 6, Ossolineum, Wrocław.

L y b e r g L., D e a n P. [1992], *Methods for Reducing Nonresponse Rates: A Review*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Association for Public Opinion Research, St. Petersburg, FL, May 16–19, 1992.

Lynn P., Clarke P., Martin J. i Sturgis P. [2002], *The Effect of Extended Interviewer Effords on Nonresponse Bias*, [w:] *Survey Nonresponse*, R. M. Groves, D. A. Dillman, J.L. Eltinge, R. J. A. Little (red.), Wiley and Sons, New York.

Malinowski B. [1958], *Zwyczaj i zbrodnia w społeczeństwie dzikich*, [w:] *Szkice z teorii kultury*, Warszawa KiW.

Nederhof A. J. [1987], *When Neutrality is Negative. Pleasantness of Most Recent Survey Experience and Nonresponse*, *Quality and Quantity*, 21.

Paśiak J. [1972], *Metodologiczne problemy wywiadów socjologicznych (Niektóre problemy empirycznego badania socjologicznego)*, [w:] *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), Ossolineum, Wrocław. t. 4.

Rosenthal R., Rosnow R. L. [1969], *Artifacts in Behavioral Research*, New York.

Sawiński Z. [2001], *Społeczne przyzwolenie dla realizacji badań*. Sesja plenarna: II Ogólnopolski Kongres Badaczy Rynku i Opinii. Warszawa, 18–19 października 2001.

Słomczyński K. M. [2004], *Polska metodologia socjologicznych badań empirycznych na tle międzynarodowym*, [w:] *Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych*, P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, Z. Sawiński (red.), Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Sztabiński F. [1995], *Kontrola w badaniach surveyowych: pytania i odpowiedzi*, ASK, 1, Warszawa, IFiS PAN.

Sztabiński F. [1997], *Ankieta pocztowa i wywiad kwestionariuszowy*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Sztabiński F. [2000], *Szkolenie poprzedzające badanie i przygotowanie ankietera do wywiadu*, [w:] *Podręcznik ankietera*, Z. Sawiński, P. B. Sztabiński, F. Sztabiński (red.), Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Sztabiński P. B. [1997], *Ankieterzy i ich respondenci*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Sztabiński P.B. [2001], *Europejski Sondaż Społeczny. Opis projektu*, ASK, 10, Warszawa, IFiS PAN.

Sztabiński P. B. [2004], *Metodologia badania „Europejski Sondaż Społeczny”*, ASK, 13, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Sztabiński P.B., Sztabiński F. [1994], *Respondenci początku lat '90. Stosunek do badań i jego uwarunkowanie*, *Studia Socjologiczne*, 2.

Wódkowski A. [2002], *Badania rynku i opinii w Polsce*, Katalog PTBRiO (7), Brief. Magazyn Komunikacji Marketingowej, nr 34 (lipiec).

*Franciszek Sztabiński*  
Sociological Research Centre  
Institute of Philosophy and Sociology  
Polish Academy of Sciences

#### HOW TO REACH A RESPONDENT AND PERSUADE HIM/HER TO TAKE PART IN RESEARCH?

##### Summary

Measurement errors due to failure to obtain the required data from the selected sample (non-response errors) are a matter of great methodological concern to current survey researchers. The author assumes that respondents' attitude to the questionnaire is largely

determined by social conditions and maintains that in order to minimise this error (and achieve a satisfactory response rate) these conditions should be taken into account in the course of survey design, during the preparatory stage (interviewer selection and training; when specifying the timeline and number of contacts with individual respondents), implementation stage (interviewer monitoring) and control stage (back-checks). Although there are many ways to enhance response rates, the paper focuses on response-maximisation techniques applied in the European Social Survey that achieved a response rate of more than 70%.