

Paweł Daniłowicz  
Franciszek Sztabiński

## NOWE SPOJRZENIE NA ANKIETĘ POCZTOWĄ. JAK UZYSKANO 70% ZWROTÓW\*

Analizując opisy procesów badawczych można dostrzec pewną prawidłowość. Ich autorzy koncentrują się przede wszystkim na problemie realizacji założonej próby, jej charakterystyki, a co za tym idzie – możliwości rozszerzenia wniosków poza zbadaną populację. Zakres możliwości uogólnień staje się wielokrotnie problemem, który w zasadzie wyczerpuje opis takiego zjawiska, jakim jest samo badanie. Niekiedy jeszcze, w ramach rekonstrukcji procesu badawczego, pewien margines pozostawiony jest ocenie wartości zebranych materiałów prowadzonej z punktu widzenia prawidłowości jego przebiegu<sup>1</sup>. Tylko w jednostkowych przypadkach badanie oceniane jest w aspekcie adekwatności zastosowanej procedury do badanej problematyki. Rezygnacja z refleksji nad prawidłowością doboru techniki do konkretnego problemu, jaki zamierza się za jej pomocą rozwikłać, czy choćby do niego przybliżyć, równoznaczne jest z ograniczeniem możliwości wpływu, jaki ma badacz na wartość uzyskiwanych rezultatów. Jeśli bowiem przyjąć, że każda technika badawcza opiera się na odmiennych założeniach, to bez zbytniego ryzyka można stwierdzić, że zastosowanie każdej z nich (przy danej problematyce) przynosi pewne „zyski” i pewne „straty”. Szacunek owych „zysków” i „strat” prowadzony w powiązaniu z konkretnym celem, jaki zamierza się osiągnąć, powinien być ostatecznym kryterium wyboru techniki badawczej.

\* Autorzy pragną podziękować doc. dr hab. K. M. Słomczyńskiemu oraz członkom jego Zespołu Badawczego za udostępnienie materiałów z badań ankietowych „Aktualne sprawy kraju”

<sup>1</sup> Szczegółową analizę operacyjno-warsztatowej strony badań z lat 1965–75 przeprowadzili Z. Gostkowski i A. P. Wejland w artykule: *Poziom poprawności metodologicznej w polskich publikacjach socjologicznych opartych na badaniach surveyowych w latach 1965–1975*, „Studia Socjologiczne” 1977 nr 4, s. 33–46. Ich wnioski potwierdzają słuszność powyższych stwierdzeń.

Efektom tych konstatacji jest następujące twierdzenie: nie można mówić, że pewne techniki są obiektywnie (tzn. niezależnie od tego do rozstrzygnięcia jakich problemów są stosowane) „lepsze” lub „gorsze”. Można natomiast mówić, iż jedne techniki są „lepsze”, inne „gorsze”, a ściślej, iż jedne są lepiej, inne zaś gorzej dostosowane do badania konkretnych zjawisk społecznych. Naturalną konsekwencją tych ustaleń staje się teza o nie istnieniu uniwersalnej techniki badawczej, tzn. takiej której każdorazowe zastosowanie, niezależnie od problematyki, czy choćby od badanej zbiorowości, prowadziłyby zawsze do uzyskania najbardziej wartościowych rezultatów.

Praktyka badawcza wskazuje tymczasem, iż teza o uniwersalności niektórych technik jest mniej lub bardziej otwarcie akceptowana. Dotyczy to przede wszystkim wywiadu kwestionariuszowego. Od wielu bowiem lat w Polsce i nie tylko, techniką stosowaną bez mała przez wszystkich badaczy, jest właśnie wywiad kwestionariuszowy. Świadczy to o tym, że jakieś względy decydują o jego „wyższości” nad innymi technikami. Dlaczego tak się dzieje, co decyduje o tym, że wywiad jest tym sposobem zbierania danych, który zdominował socjologię empiryczną? Wydaje nam się, że można wskazać dwie przyczyny tego stanu rzeczy. Pierwsza jest wątpliwą zasługą samych metodologów. Otóż niektórzy z nich, pisząc o różnych sposobach gromadzenia informacji dokonywali wartościowania technik, przypisując jednym cechy stawiające je wyżej nad innymi. Taki sposób myślenia przyjęli też niektórzy badacze, stając się wyznawcami przekonania, że jedne techniki zapewniają standard naukowy każdemu badaniu, inne zaś nie. Za jeden z bardziej jaskrawych przykładów takiego podejścia służyć mogą rezultaty badania poświęconego ocenie wartości informacji uzyskiwanych przy zastosowaniu różnych technik. Objęci nimi zostali socjologowie praktycy zatrudnieni w zakładach przemysłowych. Mieli oni dokonać oceny wartości informacji uzyskiwanych za pomocą następujących technik badawczych: wywiadu swobodnego, wywiadu kwestionariuszowego, ankiety rozdawanej, ankiety pocztowej, ankiety audytoryjnej i ankiety indywidualnej pod kontrolą. Okazało się, iż niezależnie od problematyki badań, procedurą najbardziej przez nich „cenioną” był, obok wywiadu swobodnego, właśnie wywiad kwestionariuszowy. Na następnych miejscach znalazły się: ankieta indywidualna pod kontrolą, ankieta audytoryjna, ankieta rozdawana, a dopiero na końcu ankieta pocztowa (wszyscy, z wyjątkiem 2 badanych, przypisali jej najniższą ocenę). Symptomatycznym jest fakt, iż tylko nieliczni – bo jedynie dwóch socjologów –

<sup>2</sup> Powyższe stwierdzenie nie oznacza oczywiście, iż nie można mówić o pewnych immanentnych cechach poszczególnych technik. Cechach, które w jednej sytuacji mogą być ich „wadami”, w innej „zaletami”. Przy czym bilans „wad” i „zalet” nie może stać się podstawą wartościowania technik – nie świadczy o tym, iż jedna z nich jest „lepsza” inna „gorsza”.

wykorzystywali kiedykolwiek tę technikę uzyskiwania informacji. Mimo dość ograniczonego zakresu badań wydaje się, iż bardzo dobrze ilustrują one siłę oddziaływania obiegowych opinii na postawę socjologów-empiryków wobec technik badawczych<sup>3</sup>.

Drugą z przyczyn, bezpośrednio związaną z wyżej wskazaną i właściwie leżącą u jej podstaw, to brak pogłębionej i całościowej refleksji metodologicznej nad niektórymi technikami – w szczególności ankietą pocztową. W przeciwieństwie do wywiadu kwestionariuszowego nie przyciąga ona bowiem (szczególnie na gruncie polskim) większej uwagi metodologów. Zajmowano się nią „przy okazji” lub „na marginesie” wywiadu kwestionariuszowego, koncentrując się przede wszystkim na wszelkich niebezpieczeństwach związanych z jej stosowaniem, jak się wydaje po to, aby tym wyraźniej uwypuklić zalety wywiadu<sup>4</sup>. Takie podejście przyczyniło się siłą rzeczy, do powstania negatywnego obrazu badania prowadzonego za pomocą ankiety. Ukształtował się on nie tyle w oparciu o rzetelne analizy metodologiczne i doświadczenia związane ze stosowaniem tej techniki, ile o pewne obiegowe opinie. W efekcie, w świadomości badaczy pojawiło się wyraźne rozróżnienie między wywiadem i ankietą jako technikami: „dobrą” i „złą”. Ponieważ zaś ta ostatnia (tzn. ankietą) jest „złą” – nie jest, co logiczne, stosowana w praktyce. Nie ma zatem potrzeby zajmowania się nią, jako że rozwijanie refleksji metodologicznej na temat „zjawiska peryferyjnego” jest mało atrakcyjne. W ten sposób powstało „błędne koło”, polegające na tym, że ukształtowana przez metodologów opinia o ankiecie sprawiła, iż technika ta jest rzadko stosowana, a to z kolei spowodowało brak zainteresowania nią.

Chcielibyśmy teraz sięgnąć do źródła niechęci, jaką większość badaczy darzy ankietę pocztową. Podstawowy zarzut wysuwany najczęściej pod jej adresem to brak możliwości realizacji założonej wielkości, a bardzo często i struktury próby. W ankiecie odsetek zwrotów jest bowiem stosunkowo niski i waha się w granicach 30-35%. Konsekwencją tego jest zachwianie reprezentatywności próby (tendencyjność próby), a co za tym idzie i reprezentatywności opinii.

<sup>3</sup> Wspomniane badania zrealizowane zostały w 1980 r. na 20-osobowej próbie socjologów zatrudnionych w łódzkich zakładach pracy. Z każdym z respondentów – socjologów przeprowadzony został wywiad swobodny, dotyczący m.in. realizowanych przez nich badań empirycznych. Zob.: F. Sztabiński, Raport z badań: „Ocena wartości informacji uzyskiwanych w socjologicznych badaniach w przemyśle”, maszynopis, s. 27.

<sup>4</sup> Całościowo ujętym problemom ankiety pocztowej nie poświęcono zasadniczo jak dotąd na gruncie polskim, żadnej odrębnej pracy. Wśród nielicznych przyczynków, na szczególną uwagę zasługują artykuły zebrane w: *Analizy i próby techniki badawczych w socjologii* (red. Z. Gostkowski, J. Lutyński), t. II, Wrocław 1968, oraz rozważania zawarte w niektórych zeszytach (1,2,5,7 i 8) *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych* (red. Z. Gostkowski). Warszawa, z. 1 – 1972, z. 2 – 1973, z. 5 – 1977, z. 7 – 1981, z. 8 – 1985.

Natomiast wywiad kwestionariuszowy, „etatowy antagonistą” ankiety, zapewnia praktycznie otrzymanie założonej wielkości próby, a co więcej próba ta uznawana jest (z założenia) za próbą reprezentacyjną<sup>5</sup>.

Zarzut ten jest rzeczywiście poważny, ale należałoby zastanowić się, czy aby zasadny. Wydaje się, że nie. Zarzut ten bierze się z nieporozumienia wynikającego z bezpośredniego porównania liczby materiałów uzyskiwanych przy zastosowanie wywiadu i ankiety, czyli – porównywania wielkości, których nie powinno się ze sobą zestawiać. Postępowanie takie prowadzi bowiem do dezinformacji. Zilustrujemy to przykładem. Załóżmy, iż wielkość próby w badaniach ankietowych została ustalona na 100 osób. Do osób tych wysłano ankiety i w rezultacie uzyskano 30 wypełnionych kwestionariuszy. Podobną próbę (ze względu na liczebność) ustalono w badaniach, w których jako technikę zbierania materiałów wykorzystano wywiad kwestionariuszowy. W badaniach tych zgromadzono w sumie 97 kwestionariuszy. Gdy chcemy ustalić odsetek uzyskanych materiałów ( $R_r$ ) posługujemy się w obydwóch przypadkach następującym wzorem<sup>6</sup>:

$$R_r = \frac{\text{liczba uzyskanych kwestionariuszy}}{\text{liczebność próby}} \times 100\%$$

W przypadku ankiety pocztowej odsetek ten wyniesie:

$$R_{r_a} = \frac{30}{100} \times 100\% = 30\%$$

W wywiadzie natomiast:

$$R_{r_w} = \frac{97}{100} \times 100\% = 97\%$$

W tym momencie dochodzimy do sedna nieporozumienia, wynikającego z nieostrości pojęcia „liczebność próby”. Otóż w wywiadzie, aby uzyskać 97 kwestionariuszy badacz w miejsce każdego respondenta „wypadającego” z próby (np. na skutek odmowy, czasowej nieobecności, nieaktualnego adresu itp.) wprowadził tzw. „zastępcę” z próby rezerwowej. Tę dodatkową próbę wykorzy-

<sup>5</sup> Zob.: m. in. Z. Gostkowski, *Rozmiary i kierunek tendencji w ankiecie prasowej*, w: *Analizy i próby...*, op. cit., t. II, s. 57–60; M. Parten, *Surveys Polls and Samples: Practical Procedures*, New York, 1950, s. 72–82 oraz C. Selltiz, L.S. Wrightsman, S.W. Cook, *Les Méthodes de Recherche en Sciences Sociales*, Montréal 1977, s. 292–293.

<sup>6</sup> Wskazany sposób obliczania odsetka uzyskanych kwestionariuszy jest najprostszym i najczęściej stosowanym. O innych, możliwych sposobach mówić będziemy w dalszej części artykułu

stał on w około 100%<sup>7</sup>. A zatem, jak widzimy w wywiadzie faktycznym liczebność próby wynosiła nie 100 osób, lecz 200. Urealniając sytuację, w naszym przykładzie odsetek uzyskanych materiałów przy zastosowaniu wywiadu nie jest równy 97%, lecz:

$$Rr_w = \frac{97}{100 + 100} \times 100\% = 48,5\%$$

Jeżeli zatem chcemy porównać odsetki uzyskanych kwestionariuszy w ankiecie i wywiadzie musimy brać pod uwagę liczebność próby faktycznie wykorzystanej<sup>8</sup>. W podanym tu przykładzie możemy więc porównywać następujące odsetki: 30% (dla ankiety) i 48,5% (dla wywiadu), nie zaś 30% i 97%.

W związku z wykorzystywaniem w badaniach próby rezerwowej pojawia się jeszcze jeden problem niedostrzegany, bądź ignorowany przez badaczy. Otóż, gdy w próbie występuje znaczna liczba jednostek, z którymi nie udaje się przeprowadzić wywiadów, próba ta przestaje być reprezentacyjną. Proste zastępowanie tych jednostek innymi – z próby rezerwowej – nie „przywraca” jej reprezentatywności. W związku z tym, jeżeli „wypada” nam np. 25% respondentów z próby zasadniczej i owe 25% „uzupełniamy” jednostkami z próby rezerwowej, to i tak próba ta przestaje być reprezentacyjną – jest tendencyjna<sup>9</sup>.

Podsumowując można stwierdzić, iż z pewnością jest tak, że stosując technikę wywiadu można uzyskać docelowo wyższą liczbę materiałów niż wówczas, gdy wykorzystujemy ankietę pocztową. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że różnica ta nie jest aż taka duża. Jej wielkość, na co staraliśmy się wskazać, może być po prostu efektem porównań niewłaściwych wielkości.

Jeżeli chodzi o drugi z „grzechów” ankiety, związany ze zmianą struktury próby, to obciąża on jak się wydaje, w jednakowym stopniu obydwie techniki. Posądzenie tylko ankiety pocztowej o tendencyjność (przede wszystkim, jeśli chodzi o poziom wykształcenia) nie jest sprawiedliwe. Selekcja respondentów

<sup>7</sup> Wskazana tutaj wielkość wykorzystanej „rezerwy” (100%) nie jest przypadkowa. Jest ona wynikiem analizowanych przez nas, na przestrzeni ostatnich dwóch lat, badań prowadzonych techniką wywiadu kwestionariuszowego. Por. także K. Lutyńska, „Polskie badania kwestionariuszowe w latach 1982–1985. Odmowy i stosunek respondentów do wywiadów”, maszynopis s. 50.

<sup>8</sup> Należy tutaj podkreślić, że w przeciwieństwie do wywiadu, w ankiecie pocztowej liczebność faktycznie wykorzystanej próby równa jest zawsze liczebności próby założonej. Wynika to z tego, iż w badaniach z zastosowaniem ankiety pocztowej z reguły nie przygotowuje się próby rezerwowej.

<sup>9</sup> Zob. G. Lissowski, *Z zagadnień doboru próby*, w: *Metody statystyczne w socjologii*, (red. K. Szaniawski), Warszawa PWN 1968, s. 66 – 67. Autor ten stwierdza, iż przy znacznym odsetku jednostek niedostępnych prawie niemożliwe jest osiągnięcie większej dokładności przez wzrost rozmiaru próby.

łamiąca reprezentatywność prób występować może w tych dwu sytuacjach badawczych z jednakową, bądź zbliżoną intensywnością<sup>10</sup>.

Dotychczasowe rozważania byłyby mało przekonujące, gdy nie wspomóc ich argumentami o charakterze empirycznym. W tym celu posłużymy się rezultatami dwóch badań przeprowadzanych przy zastosowaniu ankiety pocztowej i wywiadu kwestionariuszowego. Pierwsze z nich dotyczyło opinii mieszkańców Łodzi o strajku studenckim w 1981 r.<sup>11</sup>. Do badań tych wylosowano 652 osobową próbę mieszkańców Łodzi, którą podzielono następnie na dwie podpróby. Do pierwszej z nich (551 osób) wysłano ankietę pocztową, do drugiej (101 osób) skierowano natomiast ankietę. W rezultacie udało się zgromadzić 94 kwestionariusze wywiadu (przy wykorzystaniu 100% „rezerwy” – a więc faktyczna liczebność próby wynosiła 202 osoby) oraz 246 kwestionariuszy ankiet. Stanowi to odpowiednio:

$$Rr_w = \frac{94}{202} \times 100\% = 46,6\% \quad \text{i} \quad Rr_a = \frac{246}{551} \times 100\% = 44,7\%$$

Widzimy zatem, iż w tym przypadku faktyczne różnice odsetka uzyskanych kwestionariuszy są niewielkie – sięgają zaledwie 2 punktów procentowych. Podobnie rzecz się ma z „tendencyjnością” próby (chodzi oczywiście o podpróbę realizowaną techniką ankiety). Otóż okazało się, iż ze względu na 6 podstawowych cech społeczno-demograficznych (płeć, wiek, wykształcenie, zawód, dochód w gospodarstwie domowym na 1 osobę oraz przynależność organizacyjna) brak jest istotnych statystycznie różnic między próbami zrealizowanymi przy zastosowaniu wywiadu i ankiety. Można zatem przyjąć, iż ze względu na wyżej wskazane cechy, obydwie próby albo nie zostały w ogóle zniekształcone, albo też zostały zniekształcone w podobnym stopniu<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Zob. J. Alevizos, *Marketing Research*, Princehall 1959, s. 109 – 113. Autor ten omawiając badania, których przedmiotem była ocena reprezentatywności próby (zrealizowanej w ankiecie pocztowej), ze względu na 76 cech społeczno-demograficznych, wysuwa ogólny wniosek, iż w przypadku starannie przygotowanych badań otrzymanie „dobrej” próby jest możliwe. Podobny wniosek sformułować można na podstawie ankiety pocztowej „Aktualne sprawy kraju”, stanowiącej kanwę dalszych naszych rozważań. W badaniach tych, struktura próby zrealizowanej nie różni się bowiem w sposób istotny statystycznie od struktury próby założonej, i to nie tylko w przypadku takich cech jak: płeć, wiek, ale także i wykształcenie.

<sup>11</sup> Badanie to od strony koncepcyjnej przygotowane zostało przez K. Lutyńską. W ich realizacji, a także późniejszym opracowaniu uczestniczył jeden ze współautorów niniejszego artykułu – F. Sztabiński.

<sup>12</sup> Zob.: F. Sztabiński, *Wywiad kwestionariuszowy i ankietę pocztową. Analiza przebiegu procesów uzyskiwania informacji i ich rezultatów*, „Przegląd Socjologiczny”, T. XXXVII, 1990.

Drugie z badań dotyczyło opinii mieszkańców Łodzi o ludności wiejskiej i przeprowadzone zostało w 1982 r. na 200-osobowej próbie<sup>13</sup>. Do osób tych wysłano kwestionariusze ankiet, a następnie po upływie dwóch miesięcy do wszystkich z nich (niezależnie od tego czy odesłali ankietę czy nie), skierowani zostali ankieterzy. W rezultacie uzyskano 80 ankiet i przeprowadzono 92 wywiady. Stanowi to odpowiednio:

$$Rr_a = \frac{80}{200} \times 100\% = 40,0\% \text{ i } Rr_w = \frac{92}{200} \times 100\% = 46,0\%$$

Również i w tym przypadku różnice odsetek uzyskanych kwestionariuszy nie są aż tak duże, jak byliby skłonni oczekiwać „przeciwnicy” ankiety pocztowej, a i próby zrealizowane (w wywiadzie i ankiecie) nie różnią się między sobą, ze względu na podstawowe cechy społeczno-demograficzne, w sposób istotny statystycznie.

Wyniki tych dwóch badań nie są wcale przypadkowe. W literaturze metodologicznej poświęconej tej problematyce można znaleźć wiele podobnych przykładów. I tak np. Don A. Dillman, powołując się na materiały Amerykańskiego Stowarzyszenia Statystycznego stwierdza, iż w badaniach prowadzonych w Stanach Zjednoczonych w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych na próbach ogólnych odsetek zrealizowanych wywiadów wahał się przeciętnie w granicach 70-75%<sup>14</sup>. Natomiast w prowadzonych przez niego w tym samym okresie badaniach przy zastosowaniu ankiety pocztowej, odsetek zwrotów wahał się w granicach 50-94% (średni odsetek zwrotów dla 50 badań wynosił 74%)<sup>15</sup>. Podobne tendencje stwierdzili E. D. de Leeuw i J. Van der Zouwen na podstawie analizy 22 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 75% ( $\pm 11\%$ ), podczas gdy dla ankiety – 70% ( $\pm 7\%$ )<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> Badanie to przygotowane i realizowane zostało przez F. Sztabińskiego. Zob.: F. Sztabiński, *Opinie Łożdzian o rolnikach*, „Więś Współczesna” 1983, nr. 10.

<sup>14</sup> Zob. *Raport on the ASA Conference on Surveys of Human Populations*, American Statistical Association. *Conference on Surveys of Human Population*, „American Statistician” 28 February 1974, s. 31, za: Don A. Dillman, *Mail and Telephone Surveys. The Total Design Method*, New York 1978, s. 3. Na istnienie podobnej tendencji w Polsce wskazuje K. Lutyńska. Zob.: K. Lutyńska, *Polskie badania kwestionariuszowe...*, op.cit.; K. Lutyńska, *Z problematyki współczesnych badań kwestionariuszowych*, w: *Spółczesność i socjologia* (red. J. Kulpińska), Wrocław Ossolineum 1985, s. 573 i n.

<sup>15</sup> Zob.: Don A. Dillman, *Mail...*, op. cit., s. 21

<sup>16</sup> Za: E. D. de Leeuw, J. Van der Zouwen, „Data Quality in Mail Surveys as Compared to Face to Face and Telephone Interviews: a Meta-Analysis of the Research Literature”, Inter-

Przedstawione tu przykłady przemawiają za słusnością tezy, że „nie jest aż tak dobrze z wywiadem i aż tak źle z ankietą”. Mogą one zatem stać się podstawą do sformułowania twierdzenia o zbliżonej efektywności tych dwu technik. Zdajemy sobie sprawę, że przytoczone wyniki badań pochodzą z opracowań obcych, niemniej jednak powyższy sąd ma naszym zdaniem, walor ogólniejszy. O tym, że tak jest, przekonują analizy badań prowadzonych w warunkach polskich. Wskazują one na pojawienie się w ostatnich latach dość wyraźnej tendencji wzrostu odsetek niezrealizowanych wywiadów<sup>17</sup>. Argumentem przemawiającym za słusnością powyższej tezy są również nasze ostatnie doświadczenia badawcze związane ze stosowaniem ankiety pocztowej. Przekonują one o tym, że również w warunkach polskich istnieje możliwość uzyskiwania takiego odsetka materiałów, który jest konkurencyjny wobec wywiadu kwestionariuszowego. Zilustrujemy to przykładem badań „Aktualne sprawy kraju”, podjętych z inicjatywy grupy badaczy z Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, kierowanej przez K. M. Słomczyńskiego i H. Domańskiego. Zostały one przygotowane i zrealizowane w Zakładzie Metodologii Badań Socjologicznych tegoż Instytutu, w miesiącach IV-VI 1988 r.<sup>18</sup>. Badania te miały charakter wyłącznie metodologiczny i pełniły m.in. funkcję kontrolno-sprawdzającą wobec badań wcześniejszych – realizowanych na sześciotysięcznej próbie ogólnopolskiej przy zastosowaniu wywiadu kwestionariuszowego<sup>19</sup>. Ankietą objęto ogólnopolską próbę ludności miejskiej (stanowiącą podpróbę z wcześniej wspomnianej próby). Ogółem kwestionariusze ankiet wysłano do 2043 osób.

Zanim przedstawimy wyniki analizy prezentującej kolejność splotu kwestionariuszy (tzw. „fale”), chcielibyśmy uczynić jedną, wcześniej zapowiedzianą dygresję o charakterze metodologicznym. Dotyczy ona sposobu obliczania odsetka uzyskiwanych kwestionariuszy. Jak już wspominaliśmy o tym, najczęściej liczony jest on według wzoru:

national Conference on Social Science Methodology, Dubrovnik, Yugoslavia, 30 May – 3 June 1988, s. 3.

<sup>17</sup> Por. przypis 14.

<sup>18</sup> Bezpośrednio nad realizacją tych badań czuwali autorzy niniejszego artykułu: P. Daniłowicz i F. Sztabiński oraz P.B. Sztabiński. Przy ich współudziale dokonana została także konkretyzacja problematyki badawczej oraz konceptualizacja całości badań – zarówno od strony merytorycznej, jak i metodologicznej.

<sup>19</sup> Charakter i problematyka badań szczegółowo omówione zostaną w dalszej części artykułu. Należy tutaj jednak wspomnieć, iż pod pewnymi względami były one podobne do badań realizowanych przez K.M. Słomczyńskiego w 1965 i 1966 r. Por. K. M. Słomczyński, *Zastosowanie ankiety pocztowej w powtórnych kontaktach badawczym*, w: *Analizy i próby...*, op. cit., t. II, s. 239 i n.

<sup>20</sup> Wskazane powyżej dwa sposoby obliczania odsetka uzyskanych kwestionariuszy i ich konsekwencje omawia Don A. Dillman, *Mail...*, op. cit., s. 49 i n.

$$Rr_1 = \frac{\text{liczba uzyskanych kwestionariuszy}}{\text{liczebność próby}} \times 100\%$$

Innym możliwym sposobem jest obliczanie według następującego wzoru:

$$Rr_2 = \frac{\text{liczba uzyskanych kwestionariuszy}}{\text{liczebność próby} - \text{liczba respondentów „nieosiągalnych”}} \times 100\%$$

(jako respondentów „nieosiągalnych” traktuje się wszystkie te przypadki, w których ustalono, iż: respondent pod wskazanym adresem nie mieszka; czasowo przebywa poza miejscem zamieszkania, itp., czyli, jak określa je G.Lissowski – jednostki „nieosiągalne”)<sup>20</sup>.

Obydwa wyżej wskazane sposoby obliczania odsetek uzyskanych kwestionariuszy budzą jednak poważne zastrzeżenia. Wiązą się one bezpośrednio z wieloznacznością określenia „liczba uzyskanych kwestionariuszy”. Rodzi się bowiem niejasność, czy chodzi tutaj o liczbę uzyskanych w ogóle kwestionariuszy, a więc zarówno wypełnionych, częściowo wypełnionych, jak i w przypadku ankiety – niewypełnionych, czy też chodzi jedynie o liczbę kwestionariuszy, które zostały przez badacza zakwalifikowane do opracowania. Ponieważ jesteśmy zdania, iż nie należy dążyć do sztucznego zawyżania (ani zaniżania) odsetka uzyskanych kwestionariuszy, proponujemy jego obliczanie według następującego wzoru:

$$Rr_3 = \frac{\text{liczba kwestionariuszy zakwalifikowanych do opracowania}}{\text{liczebność próby} - \text{liczba respondentów „nieosiągalnych”}} \times 100\%$$

Przejdźmy obecnie do omówienia wyników badania „Aktualne sprawy kraju”. Odsetki uzyskanych kwestionariuszy w poszczególnych etapach badania przedstawimy w formie zestawienia. Uwzględni ono wszystkie trzy sposoby ich obliczania (por. zestawienie 1, s. 131).

Na podstawie danych z tego zestawienia można wysnuć wniosek, że sposób obliczania odsetek zwrotów kwestionariuszy w niewielkim tylko stopniu różnicuje ostateczny wynik. Jest to jednak wniosek, który odnosi się jedynie do sytuacji tego badania. (Ta relatywizacja dotyczy również wszelkich porównań, które można prowadzić w oparciu o rozkłady zawarte w powyższym zestawieniu). Wyjaśniamy wszakże, że niewielkie zróżnicowanie wyników, w przypadku naszego badania, wiąże się z faktem zrównoważenia liczby niezakwalifikowanych ankiet (liczba 58 w liczniku – kolumna 3) liczbą respondentów nieosiągalnych

<sup>20</sup> Wskazane powyżej dwa sposoby obliczania odsetka uzyskanych kwestionariuszy i ich konsekwencje omawia Don A. Dillman, *Mail op. cit.*, s. 49 i n.

**Zestawienie 1.**  
Wysokości odsetek uzyskiwanych materiałów w zależności od przyjętego sposobu ich obliczania

Termin zwrotu (fale)	Rr <sub>1</sub>	Rr <sub>2</sub> <sup>a</sup>	Rr <sub>3</sub> <sup>ab</sup>
I fala (przed monitem)	$\frac{858}{2043} \times 100\% = 42,0\%$	$\frac{858}{2043-81} \times 100\% = 43,7\%$	$\frac{858-28}{2043-81} \times 100\% = 42,3\%$
II fala (po I monicie)	$\frac{431}{2043} \times 100\% = 21,1\%$	$\frac{431}{2043-81} \times 100\% = 22,0\%$	$\frac{431-19}{2043-81} \times 100\% = 21,0\%$
III fala (po II monicie)	$\frac{164}{2043} \times 100\% = 8,0\%$	$\frac{164}{2043-81} \times 100\% = 8,4\%$	$\frac{164-11}{2043-81} \times 100\% = 7,8\%$
Ogółem	$\frac{1453}{2043} \times 100\% = 71,1\%$	$\frac{1453}{2043-81} \times 100\% = 74,1\%$	$\frac{1453-58}{2043-81} \times 100\% = 71,1\%$

<sup>a</sup> Cyfra: 81 oznacza liczebność grupy respondentów „nieosiągalnych” tzn. „pod wskazanym adresem nieznanymi” (31 przypadków) oraz „przebywających (czasowo) poza miejscem zamieszkania” (50 przypadków).

<sup>b</sup> Cyfra: 28, 19, 11, oraz 58 oznaczają liczbę uzyskanych kwestionariuszy niezakwalifikowanych do opracowania (tzn. „pustych” lub niekompletnie wypełnionych).

(liczba 81 w mianowniku – kolumna 3). Nie trudno jednak wyobrazić sobie przypadki, gdy ten stosunek będzie zgoła odmienny. Gdy wystąpi znaczna przewaga liczby niezakwalifikowanych ankiet nad liczbą respondentów „nieosiągalnych”, wówczas odsetek uzyskanych ankiet będzie niższy. W sytuacjach zaś, gdy stosunek ten będzie odwrotny, uzyskany wynik będzie wyższy. Należy więc wyraźnie podkreślić, że to, wedle jakiego sposobu oblicza się odsetek zwrotów, może w przypadku innych badań mieć istotne znaczenie. Ponieważ celem naszym było tylko wskazanie różnych możliwości obliczania tych odsetek, a nie ich szczegółowa analiza poprzestaniemy na tych ogólnych stwierdzeniach. W badaniu, którego rezultaty tu omawiamy, wykorzystaliśmy trzeci z przedstawionych sposobów obliczania. Uwzględnia on bowiem naszym zdaniem w największym stopniu realia badania. W oparciu o ten wzór obliczyliśmy, że w sumie uzyskano 71,1% zwrotów wypełnionych kwestionariuszy (w poszczególnych „falach” 32,3%, 21,0%, 7,8%)<sup>21</sup>. Tak więc jak widać, również w warunkach polskich można osiągnąć odsetek zwrotów dorównujący „średniej amerykańskiej”. Przy czym, podkreślić tutaj należy, iż odsetek ten byłby z pewnością jeszcze wyższy, gdyby – zgodnie z zaleceniami niektórych badaczy – wysłano nie dwa, a trzy monity<sup>22</sup>.

Niemniej jednak, uzyskanie 71% zwrotów kwestionariuszy ankiet jest nawet dla nas samych dość zaskakujące. Zastanówmy się zatem, dlaczego tak się stało, co wpłynęło na uzyskanie tak znacznego odsetka zwrotów? Jeżeli sięgniemy do literatury metodologicznej, znajdziemy bardzo wiele opracowań, których autorzy wskazują na różnorodne czynniki wpływające (zarówno pozytywnie jak i negatywnie) na liczbę zwrotów. Czynniki te są – ogólnie rzecz biorąc – dwóch rodzajów. Pierwsze, to środki techniczne i organizacyjne stosowane w badaniach, a więc np. długość kwestionariusza i jego układ graficzny, zastosowanie listu zapowiedniego, rodzaj przesyłki itd. Są to więc te czynniki, których efektywność oddziaływania jest zależna od samego badacza. Druga grupa czynników to pewne cechy osobowe badanych, do których wysyła się kwestionariusze ankiet. Chodzi tutaj nie tylko o ich określone cechy społeczno-demograficzne, takie jak płeć, wiek, wykształcenie, itd., ale również i o pewne charakterystyki

<sup>21</sup> Na marginesie warto tutaj, jak się wydaje, zwrócić uwagę na dość interesujący fakt. Otóż, jak wykazały analizy przeprowadzone przez jednego ze współautorów artykułu – F. Sztabińskiego – praktycznie nie występuje regionalne zróżnicowanie wysokości odsetka uzyskanych zwrotów (przy przyjęciu podziału na 8 regionów różnice odsetek zwrotów wahają się od 0 do 6 punktów procentowych). Podobnie jest jeśli chodzi o liczbę zwrotów w zależności od wielkości miejscowości zamieszkania respondentów – różnice sięgają bowiem 8 punktów procentowych. Podkreślić jednak warto, iż stosunkowo najwyższy odsetek uzyskano z małych miast (do 25 tys. mieszkańców – 74%), najmniejszy natomiast z dużych – ponad 500 tys. – 66% zwrotów.

<sup>22</sup> Zob. Don A. Dillman, *Mail...*, *op. cit.*, s. 180 i n.

psychologiczne – poglądy, postawy, opinie, podatność na oddziaływanie danej grupy bodźców, określone normy i wzory kulturowe, moralne, itd. Jeśli chodzi o tę drugą grupę czynników, badacz nie ma oczywiście możliwości ich kształtowania, są one „zastane” i działają w sposób od niego niezależny. Stąd też, rozważać będziemy jedynie ewentualny wpływ czynników zależnych od badacza, tzn. możliwych do stosowania środków techniczno-warsztatowych i organizacyjnych<sup>23</sup>. Do najczęściej wskazywanych w tej grupie zaliczyć można następujące: 1) charakter badań; 2) atrakcyjność problematyki badawczej; 3) długość kwestionariusza ankiety; 4) stopień jego formalnej trudności i drażliwości pytań; oraz 5) zastosowanie nagród dla osób, które wypełniają kwestionariusz ankiety<sup>24</sup>. Jeżeli więc badacz potrafi wykorzystać pozytywny wpływ tych czynników na wysokość odsetka zwrotów, a więc podjąć w swych badaniach aktualne i interesujące respondentów problemy, przygotować niezbyt długi kwestionariusz, zawierający pytania łatwe i niedrażliwe itd., wtedy sądzić można, że prawdopodobieństwo powodzenia badań będzie stosunkowo duże. W badaniu, którego rezultaty tu omawiamy, nie wystąpił w zasadzie żaden z teoretycznych warunków sukcesu. Krótka charakterystyka oraz zwięzły opis zawartości ankiety będzie, jak nam się wydaje, dostatecznym uzasadnieniem tej tezy.

Zacznijmy od pierwszego z czynników. Badanie „Aktualne sprawy kraju” miało charakter metodologiczny z wyraźnie określonymi funkcjami: kontrolą i weryfikacją<sup>25</sup>. Jego głównym celem była ocena prawidłowości przebiegu procesu badawczego w badaniu zasadniczym, a więc tym, które prowadzone było techniką wywiadu kwestionariuszowego, oraz ocena wiarygodności jego rezultatów. W całym przedsięwzięciu badawczym ankietą miała zatem: po pierwsze, dostarczyć informacji o pracy ankietów; po drugie, stanowić podstawę do orzekania o wartości danych zgromadzonych w badaniu zasadniczym.

Wskazane wyżej funkcje określały w jednoznaczny sposób metodologiczny charakter ankiety. Konsekwencją tego mogła być, czego się obawiano, niewielka liczba zwrotów. Warto tu bowiem wspomnieć, iż w badaniach metodologicz-

<sup>23</sup> Jest to uzasadnione przynajmniej dwoma względami. Po pierwsze, ustalenie wpływu czynników niezależnych od badacza – leżących po stronie respondenta – na liczbę zwrotów wymagałoby dodatkowych informacji, a więc dodatkowych badań. Po drugie – ze względu na rozmiar i charakter próby (ponad 2000 osób – próba ogólnopolska) przyjęć można, iż poszczególne cechy rozłożyły się wśród badanych równomiernie, w sposób losowy.

<sup>24</sup> Zob. m.in.: J. A. Black, D. J. Champion, *Methods and Issues in Social Research*. London, 1976, s. 396 – 397; Don A. Dillman, *Mail...*, *op. cit.*, s. 6; P. H. Mann, *Methods of Sociological Enquiry*, Oxford, 1968, s. 137 i n. M. Parten, *Surveys...*, *op. cit.*, s. 39 – 396.

<sup>25</sup> Powyżej wskazane funkcje służą ogólnie pojętej ocenie wartości uzyskanych materiałów. Słuszne i uzasadnione wydaje się jednak oddzielenie pojęć: kontrola i weryfikacja. O ich wzajemnych związkach pisze P. B. Sztabiński w artykule: *Metody kontroli pracy ankietów w kwestionariuszowym wywiadzie socjologicznym*, w: *Z metodologii i metodyki ...*, *op. cit.*, s. 14 i n.

nych odsetek zwrotów ankiet jest z reguły stosunkowo niski. Przykładem mogą tu być choćby badania K. Lutyńskiej nad wpływem ankieterskim z 1976 r. Stosując technikę ankiety pocztowej autorka otrzymała od grupy ankietników warszawskich jedynie 5% zwrotów. Wyższy odsetek zwrotów odpowiedzi, bo w granicach 30%, uzyskał P. Daniłowicz w badaniach prowadzonych wśród socjologów zakładowych w 1979 r.<sup>26</sup> (ich tematem była ocena wiarygodności niektórych źródeł informacji dotyczących danych społeczno-demograficznych). Widzimy zatem, iż metodologiczny charakter badań raczej nie sprzyja osiągnięciu sukcesu w ankiecie.

Przejdźmy do drugiego „warunku powodzenia” badań – atrakcyjności problematyki badawczej. Oprócz kilku pytań wstępnych, kontrolujących (z założenia) pracę ankietników oraz krótkiej „metryczki” cały kwestionariusz poświęcony był w zasadzie problemom trwałości (vs. zmienności) opinii wypowiedzianych przez respondentów w badaniu zasadniczym. Dlatego też z kwestionariusza wywiadu wytypowano 7 pytań o opinie, które zamieszczono w ankiecie. W stosunku do jednego z nich zastosowano szczegółowy blok pytań sondujących. Miały one na celu, m.in., ustalenie czy: w okresie między pierwszym a drugim kontaktem badawczym (tzn. między wywiadem a ankietą) respondent rozmawiał z kimś na tematy poruszane w tym pytaniu; jakie opinie w tych sprawach miały te osoby, itp. W stosunku do trzech innych pytań zastosowana została „skrócona wersja” sondażu, zaś w przypadku pozostałych ograniczono się wyłącznie do przytoczenia ich w takim samym sformułowaniu, jak miało to miejsce w kwestionariuszu wywiadu. Ponadto, w ankiecie znajdowały się trzy pytania dotyczące postrzegania różnych grup społecznych.

Przedstawiając problematykę badania chcieliśmy zwrócić uwagę na to, że tematy poruszone w ankiecie były dla respondentów mało ciekawe, dość trudne i prawdopodobnie irytujące. W trakcie wypełniania ankiety musieli oni bowiem szczegółowo odtwarzać przebieg wywiadu, a nawet przypominać sobie fakty i wypowiedzi sprzed kilku miesięcy.

Jedyną, ewentualnie „sprzyjającą” okolicznością była obszerność kwestionariusza. Był on stosunkowo krótki, liczył bowiem (wraz z instrukcją) tylko 8 stron i zawierał w sumie 29 „numerowanych” pytań. Było to jednak pozorne, gdyż faktycznie pytań tych było 42. Co więcej, należy podkreślić, że kwestionariusz ten od strony formalnej był dość trudny – znajdowała się w nim bowiem znaczna liczba skomplikowanych reguł przejść. Trudno zatem w sposób jedno-

<sup>26</sup> Informacje dotyczące odsetka zwrotów w badaniach K. Lutyńskiej pochodzą od samej autorki. Jeżeli chodzi o wyniki drugich badań, zob.: P. Daniłowicz *Wiarygodność źródeł informacji. Ocena ekspertów*, w: *Analizy i próby...*, op. cit., t. VIII.

znaczny określić kierunek oddziaływania tego czynnika na odsetek uzyskanych zwrotów w tym badaniu.

Rozważając „teoretyczne szanse powodzenia” badań wspomnieć jeszcze należy o dwóch niesprzyjających okolicznościach.

Pierwsza z nich to charakter próby. Jak wspominaliśmy była to próba ogólnopolska, a więc obejmująca wszelkie możliwe kategorie zawodowe respondentów (z pominięciem kategorii rolników – chociaż faktycznie wśród respondentów, znaleźli się również i oni). Fakt ten ma bardzo duże znaczenie, ponieważ jak wynika z praktyki badawczej, odsetki zwrotów ankiet są zawsze wyższe w badaniach prowadzonych na zbiorowościach jednorodnych zawodowo (np. lekarze, nauczyciele itp.) niż na zbiorowości generalnej<sup>27</sup>.

Druga wiąże się z poprzedzającymi ankietę, wspomnianymi badaniami zasadniczymi, przeprowadzonymi przy zastosowaniu wywiadu kwestionariuszowego. Otóż, kwestionariusz tamten zawierał bardzo wiele szczegółowych pytań dotyczących pracy zawodowej respondenta, członków jego rodziny (ojca, a nawet dziadka), jego najbliższych znajomych, warunków bytowych (w tym mieszkaniowych), a także spraw politycznych i społecznych. Sama rozmowa trwała dość długo i była z pewnością męcząca. Respondenci po doświadczeniach związanych z takim wywiadem mogli nie być, jak się wydaje, nastawieni entuzjastycznie do ankiety. Tym bardziej, iż w liście wprowadzającym jej cel określony został jako: „pogłębienie problemów” poruszanych w wywiadzie.

Biorąc pod uwagę wszystko to, co powiedzieliśmy na temat problematyki badań, samego kwestionariusza, a także próby, „teoretyczne szanse powodzenia” badań wydawały się niewielkie. Malały jeszcze, jeżeli weźmiemy pod uwagę to, iż w badaniach tych nie przewidywano żadnego rodzaju nagród, a badacze w swoich apelach do respondentów nie mogli być wspierani argumentem „społecznej użyteczności badań” i „możliwości praktycznego ich wykorzystania”<sup>28</sup>. Co więcej, niektóre okoliczności badań, na przykład uprzednie doświadczenie respondentów, mogły mieć raczej wpływ negatywny niż pozytywny, obniżając w ten sposób szanse powodzenia całego przedsięwzięcia.

Co zatem spowodowało, iż mimo „teoretycznie” niewielkich szans osiągnięto aż 71% zwrotów? Jakże inne czynniki zneutralizowały negatywny wpływ omówionych warunków, i przesądziły o ostatecznym sukcesie badań?

Przyczynę przełamania bariery niechęci, nieufności czy nawet bojaźni w stosunku do badań, a więc pośrednio i przyczyn naszego sukcesu upatrujemy

<sup>27</sup>Zob. m.in. Don A. Dillman, *Mail...*, op. cit., s. 21; H. Shostek, W. R. Fairweather, *Physician Response Rates to Mail and Personal Interview Surveys*, „Public Opinion Quarterly”, Summer 1979, s. 207 i n.

<sup>28</sup>Na uwagę tego typu argumentacji wskazuje K. Staszyńska w artykule: *Społeczny kontekst badań ankietowych*, w: *Z metodologii i metodyki*, op. cit., z. 8, s. 58 – 59.

w odmiennym niż zazwyczaj podejściu do respondentów. W praktyce badawczej, ale również i w refleksji metodologicznej, respondent traktowany jest bowiem na ogół jako jeden z elementów procesu badawczego i lokowany w tym procesie na równi z innymi elementami. Oczywiście fakt, że to głównie od niego zależy nie tylko wartość informacji, ale w ogóle możliwość ich uzyskania jest ignorowany przez badaczy i nie uwzględniany przy konstruowaniu sytuacji komunikacyjnej. Koniecznym warunkiem zaistnienia planowanej interakcji badacz – respondent jest jej akceptacja przez badanego. Z całego arsenału środków mających na celu zapewnienie jej przebiegu wykorzystywane są praktycznie nieliczne. Do nich można zaliczyć np. zapewnienie respondentów o anonimowości, czy choćby podkreślenie naukowych celów badania. Często jednak te kruche argumenty bywają użyte niewłaściwie i wówczas obracają się przeciw tym, którzy je stosują. Budzi wszakże uzasadnione podejrzenie respondentów mówienie o anonimowości, wtedy gdy znamy ich z imienia i nazwiska oraz ich adresu. Podobnie, niezamierzone efekty może przynieść argument o naukowych celach badania<sup>29</sup>.

Zdając sobie sprawę z wagi, jaką ma dla badacza charakter kontaktu z respondentem i konsekwencji, jakie z tego płyną, dla powodzenia całości przedsięwzięcia, chcielibyśmy przedstawić inną perspektywę widzenia relacji badany – badający. Podejście to powinno naszym zdaniem stanowić inspirację dla badaczy, niezależnie od tego jaką technikę gromadzenia danych stosują. Jego korzenie sięgają bezpośrednio do tego, co Z. Gostkowski nazwał humanizacją badań surveyowych. W artykułach *O potrzebie humanizacji masowych badań typu surveyowego* i *O poprawę jakości badań surveyowych* autor ten sformułował nie tylko podstawowe zastrzeżenia wobec tego typu badań, ale także wskazał możliwości ich ulepszenia<sup>30</sup>. Tę ogólną ideę humanizacji staraliśmy się zastosować w konkretnym badaniu, w którym wykorzystano technikę ankiety pocztowej. Próba ta sprowadzała się w zasadzie do tego, co można by określić jako upodmiotowienie kontaktu badawczego. W myśli koncepcji Z. Gostkowskiego znaczy to mniej więcej tyle, co stworzenie warunków, w których wymiana przekazów między badaczem i respondentem byłaby dialogiem dwu równoprawnych partnerów. Chodziło więc po pierwsze, o zerwanie z tradycyjnym przedmiotowym podejściem do badanych i traktowaniem ich jako anonimowych jednostek, czy mówiąc dosadniej „mechanicznych odpowiadaczy”. Po drugie zaś, o wywołanie u osób objętych badaniem takiego obrazu relacji badacz-respondent, w którym ten ostatni traktowany jest jako centralna jego postać.

<sup>29</sup> Por. *ibidem*.

<sup>30</sup> Zob. Z. Gostkowski, *O potrzebie humanizacji masowych badań typu surveyowego*, „Studia Socjologiczne” 1974 nr 1, s. 99 – 113 oraz Z. Gostkowski, *O poprawę jakości badań surveyowych*, „Studia Socjologiczne” 1976 nr 3, s. 257 – 287.

Nim przejdziemy do szczegółowego omówienia zabiegów, jakie zastosowaliśmy dla uzyskania tego celu, słów kilka poświęcimy kwestiom bardziej ogólnym. Chcemy zwrócić uwagę na to, że już sama technika ankiety pocztowej w dużym stopniu zakłada podmiotowe podejście do respondentów. W porównaniu np. z wywiadem, procedura ta zapewnia respondentowi nieporównanie większą swobodę zachowań wobec badacza: może on przyjąć bądź odrzucić proponowaną mu rolę bez konieczności uzasadnienia motywów swej decyzji. W wywiadzie natomiast odmowa wiąże się z koniecznością wypraszenia ankietera. Sprawia to, jak się wydaje, że respondenci często zgadzają się na rozmowę tylko dlatego, aby uniknąć takiej stresującej sytuacji (znajduje to swoje psychologiczne uzasadnienie wówczas, gdy spojrzymy na to z perspektywy podejmującego decyzję w sytuacji wyboru mniejszego zła). Zdarza się również, że ankieterzy „wymuszają” zgodę na wywiad na wahających się respondentach. Stosują wówczas rozmaite strategie oparte czy to na przekonywaniu, wyjaśnianiu, czy choćby na przypodobaniu się, tylko po to, aby nie tracić czasu na poszukiwanie kolejnej osoby. Co istotne, działają oni w tym momencie zgodnie z intencjami badacza, gdyż również w jego interesie leży realizacja maksymalnie wysokiego odsetka podstawowej próby. Podobnie jest w przypadku nakłaniania respondenta do udzielenia odpowiedzi na pytania, mimo że nie ma on na ten temat żadnych przemyśleń, wyboru jednej z alternatyw, że żadna z umieszczonych w kwestionariuszu nie oddaje w całej złożoności jego opinii itd. Tego rodzaju zadaniowe nastawienie zarówno ankietera, jak i badacza usuwa z pola widzenia problem podmiotowości respondenta. Badany staje się obiektem manipulacji, środkiem do osiągnięcia celu, którym jest uzyskiwanie informacji niezależnie, czy nawet kosztem ich wartości.

Ankieta w znacznym stopniu wolna jest od tego rodzaju deformacji. Odpowiada na nią ten kto chce, a co więcej, może odpowiadać tylko na wybrane przez siebie pytania (tzn. te, które np. nie naruszają jego prywatności, czy też nie sprawiają mu zbyt trudności). Poza tym, w ankiecie respondent nie traci „kontroli” nad swoimi wypowiedziami – to co napisał jest tożsame z tym, co zamierzał pokazać badaczom. W wywiadzie natomiast badany nie wie, czy i na ile zapis dokonany przez ankietera jest zgodny z jego wypowiedzią. Ogólnie można powiedzieć, że zastosowanie ankiety daje respondentom poczucie dobrowolności i niewymuszonego uczestnictwa w procesie badawczym, sprawia też, że w większym stopniu mogą oni zachować poczucie własnej indywidualności.

To co powiedzieliśmy na temat ankiety pocztowej nie znaczy, że jej zastosowanie daje automatycznie pełen efekt podmiotowości. Oznacza jedynie, że przy odpowiednim ujęciu łatwiej jest ten efekt osiągnąć. Wydaje nam się, że takie podejście udało się nam zastosować w prowadzonym badaniu, a jego rezultatem był stosunkowo wysoki procent uzyskanych zwrotów. Próba nadania

podmiotowości respondentom przyjęła w tym badaniu kształt konkretnych zabiegów metodycznych. Objęto nimi wszystkie przekazy kierowane do respondentów, a więc: list wprowadzający, kwestionariusz ankiety, pierwszy i drugi monit oraz podziękowanie. Omówimy teraz pokrótce te zabiegi, uzasadniając celowość ich wprowadzenia ze względu na pełnione przez nie funkcje.

Wszystkie przekazy, będące częściami składowymi zastosowanej przez nas procedury badawczej, odznaczały się pewnymi określonymi cechami formalnymi i treściowymi. Można do nich zaliczyć: wersyjność (w zależności od płci badanych); „graficzną” przejrzystość; „nieanonimowość” badacza; „dowartościowanie” respondenta oraz, dyspozycyjność badacza.

Zacznijmy od pierwszej z cech. Każdy z przekazów przygotowany został w dwóch równoważnych treściowo wersjach: dla kobiet i dla mężczyzn (zrezygnowaliśmy w tym przypadku z tradycyjnej „łącznej” formy zwracania się do respondentów). Mogliśmy dzięki temu 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 np. na nazwisko: „Pani X” – oczywiście wydaje się, iż w nagłówku listu winniśmy zwracać się do niej „Szanowna Pani”, nie zaś „Szanowny Panie, Szanowna Pani” (warto tutaj na marginesie podkreślić, iż owa podwójna forma zwracania się niesłusznie jest chyba traktowana przez wielu badaczy jako przejaw, a zarazem dowód „anonimowości” badań). Po drugie, „wersyjność” w dużym stopniu ułatwia respondentom nie tylko samą lekturę przekazu, ale i jego zrozumienie. W przypadku ankiety, ze względu na zróżnicowanie poziomów wykształcenia respondentów, „wersyjność” ma ogromne znaczenie. Wystarczy bowiem 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”.

Wspomnieć także należy, iż „wersyjność” pełniła, jak się wydaje, jeszcze jedną, bardzo istotną funkcję metodologiczną. Otóż technika ankiety pocztowej jest jedną z niewielu, której zastosowanie przynieść może efekt uboczny w postaci uzyskiwania odpowiedzi od niewłaściwych respondentów. Z sytuacją taką mamy do czynienia, gdy np. mąż wypełnia kwestionariusz zamiast żony (lub odwrotnie), matka zamiast syna itp. Wydaje się, iż „wersyjność” ankiety w pewnym, choćby i niewielkim stopniu może przeciwdziałać takiemu „przekazywaniu” jej innym osobom – szczególnie osobom płci przeciwnej.

Drugą istotną cechą wszystkich przekazów była ich „graficzna” przejrzystość. Chodziło nam o to, aby każdy z elementów narzędzia badawczego był maksymalnie czytelny i aby poszczególne fragmenty przekazów były graficznie wyodrębnione. Stąd też, oprócz wyraźnego podziału tekstu (w kwestionariuszu ankiety były to np. tytuły bloków tematycznych), zróżnicowano krój i wielkość czcionek, niektóre partie tekstu „wytluszczono”, inne natomiast podkreślono itd. Poszczególne formy graficznego rozróżnienia tekstu związane były z rodzajami przekazywanych respondentom treści. Pytania odróżniały się od reguł przejścia, innej czcionki użyto również dla zamieszczonych pod pytaniami alternatyw odpowiedzi. Wszystko to miało na celu z jednej strony ułatwienie respondentom wypełniania ankiety, z drugiej zaś minimalizowanie ewentualnych przejawów zniechęcenia czy znużenia związanego z wyszukiwaniem tekstów pytań, czy choćby śledzenia reguł przejść. Owej przejrzystości „graficznej” towarzyszyła oczywiście jasność i przejrzystość językowa. Ogólnie zatem, poszczególne przekazy nie tylko sprawiały wrażenie, ale w rzeczywistości były zwarte, jasne i łatwe w lekturze.

Cecha określana przez nas jako „nieanonimowość badacza” wiąże się ze złamaniem reguły jednostronnej bezimienności. W większości badań prowadzonych techniką ankiety pocztowej (ale nie tylko), anonimowość wbrew pozorom respondent łączy zwykle nie ze swoją osobą (jako że badacz dysponuje jego podstawowymi danymi), lecz z osobą badacza. Na ogół bowiem list wprowadzający formułowany jest bezosobowo: to instytucja, której nazwa jest zazwyczaj respondentowi zupełnie obca – nie zaś badacz, zwraca się do określonej osoby. Chcąc przełamać tę tradycję wprowadziliśmy zasadę, iż to nie instytucja, lecz konkretny człowiek, przedstawiający się imieniem i nazwiskiem oraz pełnioną w tym badaniu funkcją, prosi o oddanie mu osobistej przysługi. Dlatego też, poszczególne przekazy sygnowane były jedynie imieniem i nazwiskiem badacza, z pominięciem ich funkcji oraz tytułów naukowych (te ostatnie zamieszczone zostały w nagłówku, pod nazwą instytucji). Ów naturalny i nieurzędowy sposób podpisywania, a także wspomniana wcześniej „wariantowość”, nadawała każdemu przekazowi osobisty charakter.

Kolejną cechą określiliśmy jako „dowartościowanie” respondenta. Zgodnie z wcześniejszymi uwagami przyjęliśmy, iż respondent jest centralną osobą procesu badawczego. Jest to konsekwencja uświadomienia sobie, iż to właśnie on dostarcza niepowtarzalnych (bo własnych) informacji na temat otaczającej go rzeczywistości. To, w jaki sposób ją postrzega i gdzie się w niej lokuje, jest segmentem jego „prywatnej” wiedzy. Jeżeli zatem zamierzamy do niej dotrzeć, musimy przede wszystkim wykazać, jak bardzo nam na niej zależy. Można to, jak się wydaje, uzyskać poprzez akcentowanie m.in. indywidualności, niepowtarzalności danych uzyskiwanych od respondenta. Zgodnie z powyższym, w po-

szczególnych przekazach podkreślano wagę i znaczenie jakie przypisujemy wypowiedziom badanych, zwracając specjalną uwagę na to, że tylko dzięki ich udziałowi zaprojektowane przedsięwzięcie naukowe ma szansę powodzenia. Do tego celu wykorzystane zostało m.in. następujące sformułowanie:

„Ankieta została wysłana do małej, ale losowo dobranej grupy osób. Zwrot wypełnionej przez Panią ankiety jest bardzo ważny, gdyż bez niego rezultaty przez nas uzyskane nie będą trafnie odzwierciedlać opinii wszystkich dorosłych ludzi w kraju”.

Ostatnia z cech charakteryzujących nasze podejście, której wyraz daliśmy w poszczególnych przekazach, to „dyspozycyjność” badacza wobec badanych. W każdym z nich podkreślaliśmy bowiem, że istnieje możliwość nawiązania bezpośredniego kontaktu z nami. Respondenci chcąc uzyskać jakieś dodatkowe informacje, bądź wyjaśnić ewentualne trudności, mogli skontaktować się z nami listownie lub telefonicznie (w tym ostatnim przypadku oczywiście na nasz koszt). Podobnie zresztą w przypadku nie otrzymania lub zagubienia kwestionariusza deklarowaliśmy natychmiastową gotowość jego dostarczenia. Formułę tę zastosowaliśmy świadomie dla sytuacji nieterminowych zwrotów. Chodziło nam o to, aby respondenci, którzy nie odpowiedzieli w terminie na apel wyznaczony w liście mieli wytłumaczenie dla swego opóźnienia. Warto również wspomnieć, iż ostatnią stronicę kwestionariusza ankiety przeznaczono na komentarze i uwagi respondentów związane czy to z badaniami, czy ogólniejszymi problemami, jakie mogły się im nasunąć.

Powyżej scharakteryzowane zabiegi, których celem było „upodmiotowienie” badanych przyniosły określone efekty w postaci dużej liczby uzyskanych materiałów. Ale obok tych wymiernych, przyniosły one również i inne efekty w postaci takich zachowań badanych, które wybiegały poza „postawione im zadanie”, jakim było wypełnienie ankiety. Były to nie tylko komentarze do badań zamieszczone w kwestionariuszu (w przeszło 50% przypadków respondenci skorzystali z takiej możliwości ekspresji własnych poglądów), ale również i listy z prośbą o odpowiedź, personalnie skierowane do badaczy, w których wachlarz poruszanych problemów był bardzo szeroki. Wspomnieć należy także o dużej liczbie rozmów telefonicznych (przeszło 100) i telegramach od badanych, w których prosili oni o przesłanie dodatkowego kwestionariusza, przeprosili za opóźnienie, bądź brak możliwości wypełnienia ankiety.

Nie mniejszym zaskoczeniem był dla nas fakt, iż znaczna część osób (około 2/3) podpisywała wypełnione ankiety swoim imieniem i nazwiskiem, dołączając także swój adres. Było to, jak się wydaje szczególnym efektem tego, co nazwaliśmy „nieanonimowością” badacza. Skoro bowiem był on dla respondentów osobą znaną, przedstawiającą się imieniem i nazwiskiem, to i badani, być może, nie chcieli pozostać „bezimienni”. We wszystkich tych przypadkach wy-

miana przekazów między badaczem i respondentem przybrała postać dialogu między dwoma partnerami. I to właśnie uznać należy za sukces dający nie mniejszą satysfakcję niż uzyskanie ponad 70% zwrotów.

Na zakończenie chcielibyśmy słów kilka poświęcić niezbędnemu wyjaśnieniu. Staraliśmy się w tym artykule wskazać możliwości, jakie daje właściwe podejście do respondentów. Omówiliśmy je na przykładzie konkretnych badań, w których wykorzystano technikę ankiety pocztowej. Technika ta, w tych rozważaniach stała się rodzajem punktu odniesienia. Nie było wszakże naszym zamiarem wykazanie, że ankieta pocztowa jest bardziej efektywnym niż inne sposobem gromadzenia danych. Podkreśliliśmy to niejednokrotnie, że wybór techniki powinien wynikać z rodzaju badanej problematyki, że nie ma obiektywnie lepszych lub gorszych technik, są tylko lepiej lub gorzej stosowane. Zamiarem naszym było wywołanie ogólniejszej refleksji związanej z relacją badacz – respondent. Ta refleksją właśnie spowodowała, że relacji tej nadaliśmy inny kształt. Konsekwencją tego, o czym jesteśmy przekonani, był ostateczny rezultat naszego „eksperymentu”.