

Katarzyna Grzeszkiewicz-Radulska

RESPONDENCI NIEDOSTĘPNI
W BADANIACH SONDAŻOWYCH

INSTYTUT SOCJOLOGII UNIwersYTETU ŁÓDZKIEGO

Analizy i próby technik badawczych w socjologii

TOM XII

Katarzyna Grzeszkiewicz-Radulska

RESPONDENCI NIEDOSTĘPNI
W BADANIACH SONDAŻOWYCH



WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU ŁÓDZKIEGO • ŁÓDŹ 2009

PROJEKT OKŁADKI

Barbara Grzejszczak

Wydrukowano z dostarczonych Wydawnictwu Uniwersytetu Łódzkiego
gotowych materiałów

© Copyright by Katarzyna Grzeszkiewicz-Radulska, 2009

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
2009

Wydanie I. Nakład 150 egz.
Ark. druk. 24,0. Papier kl. III, 80 g, 70×100
Przyjęto do Wydawnictwa UŁ 9.11.2009 r.
Zam. 169/4598/2009. Cena zł 34,–

Drukarnia Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

ISBN 978-83-7525-346-7

Spis treści

Od Redakcji.....	9
Wprowadzenie. Problematyka pracy.....	13
1. Metodologia badań.....	21
1.1. Ustalenia terminologiczne.....	21
1.2. Wykorzystane materiały w badaniach własnych i ich charakterystyka.....	37
1.2.1. Materiały Centrum Badania Opinii Społecznej.....	37
1.2.2. Materiały z badań akademickich.....	40
2. Źródła informacji o respondentach niedostępnych.....	45
2.1. Informacje uzyskane z zagregowanych danych spisowych.....	48
2.2. Jednostkowe informacje zawarte w operacie losowania.....	50
2.3. Jednostkowe informacje pochodzące z innych źródeł zewnętrznych.....	52
2.4. Informacje uzyskane od ankietera.....	53
2.5. Informacje uzyskiwane od respondentów, którzy na pewnym etapie badania zostali zakwalifikowani jako niedostępni.....	55
2.5.1. Badanie losowej próby respondentów niedostępnych.....	56
2.5.2. Informacje o stopniu trudności w pozyskaniu respondenta.....	56
2.5.3. Informacje uzyskane od respondentów, którzy nie wzięli udziału w dalszych falach badania panelowego.....	61
2.5.4. Informacje uzyskane od respondentów niedostępnych o powodach nie wzięcia udziału w badaniu.....	62
2.5.5. Etyczne problemy związane z konwersją odmów.....	63
2.6. Informacje uzyskane od respondentów, którzy na żadnym etapie badania nie byli zakwalifikowani jako niedostępni.....	65
2.6.1. Sondáže na temat sondaży.....	66
3. Cechy sondażu jako czynniki wpływające na poziom kooperacji.....	69
3.1. Technika zbierania materiałów.....	71
3.2. Nawiązanie wstępnego kontaktu.....	93
3.3. Obecność gratyfikacji i ich rodzaj.....	98
3.4. Dostarczenie informacji umożliwiających podjęcie świadomej decyzji odnośnie partycypacji.....	109
3.5. Uciążliwość zadania.....	114
3.6. Ośrodek przeprowadzający sondaż.....	119
3.7. Tematyka badania i jej waga dla respondenta.....	121

Spis treści

Od Redakcji	9
Wprowadzenie. Problematyka pracy.....	13
1. Metodologia badań.....	21
1.1. Ustalenia terminologiczne	21
1.2. Wykorzystane materiały w badaniach własnych i ich charakterystyka	37
1.2.1. Materiały Centrum Badania Opinii Społecznej	37
1.2.2. Materiały z badań akademickich	40
2. Źródła informacji o respondentach niedostępnych.....	45
2.1. Informacje uzyskane z zagregowanych danych spisowych	48
2.2. Jednostkowe informacje zawarte w operacie losowania.....	50
2.3. Jednostkowe informacje pochodzące z innych źródeł zewnętrznych	52
2.4. Informacje uzyskane od ankietera	53
2.5. Informacje uzyskiwane od respondentów, którzy na pewnym etapie badania zostali zakwalifikowani jako niedostępni	55
2.5.1. Badanie losowej próby respondentów niedostępnych	56
2.5.2. Informacje o stopniu trudności w pozyskaniu respondenta	56
2.5.3. Informacje uzyskane od respondentów, którzy nie wzięli udziału w dalszych falach badania panelowego.....	61
2.5.4. Informacje uzyskane od respondentów niedostępnych o powodach nie wzięcia udziału w badaniu.....	62
2.5.5. Etyczne problemy związane z konwersją odmów	63
2.6. Informacje uzyskane od respondentów, którzy na żadnym etapie badania nie byli zakwalifikowani jako niedostępni	65
2.6.1. Sondaże na temat sondaży.....	66
3. Cechy sondażu jako czynniki wpływające na poziom kooperacji.....	69
3.1. Technika zbierania materiałów	71
3.2. Nawiązanie wstępnego kontaktu	94
3.3. Obecność gratyfikacji i ich rodzaj	98
3.4. Dostarczenie informacji umożliwiających podjęcie świadomej decyzji odnośnie partycypacji.....	109
3.5. Uciążliwość zadania	114
3.6. Ośrodek przeprowadzający sondaż.....	119
3.7. Tematyka badania i jej waga dla respondenta	121

4. Cechy ankietera i przebieg interakcji w fazie aranżacyjnej wywiadu jako czynniki wpływające na poziom kooperacji	127
4.1. Cechy demograficzno-społeczne	130
4.2. Doświadczenie	131
4.3. Oczekiwania i stosunek do problemu niedostępności	133
4.4. Osobowość	134
4.5. Przebieg interakcji między ankieterem a potencjalnym respondentem	136
4.5.1. Doświadczenia z badań <i>Przestrzenne zróżnicowanie kapitału społecznego w Łodzi</i>	142
5. Czynniki wpływające na poziom kooperacji związane z otoczeniem społecznym	151
5.1. Odmowy udziału w badaniach – skala zjawiska i trendy	154
5.1.1. Zjawisko odmów w Stanach Zjednoczonych	154
5.1.2. Zjawisko odmów w krajach europejskich	157
5.1.3. <i>International Survey on Nonresponse</i>	158
5.1.4. Doniesienia o odsetkach odmów z badań międzynarodowych	160
5.2. Zjawisko niedostępności respondentów w Polsce na przykładzie badań CBOS	164
5.2.1. Współczynnik odpowiedzi	166
5.2.2. Współczynnik kontaktów	168
5.2.3. Współczynnik odmów	170
5.2.4. Współczynnik kooperacji	172
5.2.5. Rodzaje odmów	175
5.3. Czynniki związane z otoczeniem społecznym w perspektywie wzdłuż czasowej	180
5.3.1. Strukturalne zmiany demograficzne	180
5.3.2. Wzrost poczucia zagrożenia przestępczością	182
5.3.3. Spadek aktywności obywatelskiej	186
5.3.4. Wzrost potrzeby ochrony prywatności	201
5.3.5. Przesycenie sondażami	219
5.3.6. Sprzedaż pod przykrywką sondażu – zwiększanie się skali zjawiska	221
5.4. Czynniki związane z otoczeniem społecznym w perspektywie statycznej	222
6. Cechy potencjalnego respondenta jako czynniki wpływające na decyzję o kooperacji. Teorie partycypacji w sondażach	229
6.1. Wiek	230
6.2. Status socjoekonomiczny	234
6.3. Uczestnictwo polityczne	239
6.4. Koncepcje „ukryte” o respondentach niedostępnych	244
6.5. Stosunek do sondaży	248
6.6. „Jawne” koncepcje partycypacji w sondażach	255
6.6.1. Teoria partycypacji J. Goydera	255
6.6.2. Teoria partycypacji D. Dillmana	261
6.6.3. Teoria partycypacji R. Grovesa	263

7. Typologia odmawiających udziału w badaniach sondażowych	275
7.1. Obserwacje ogólne	278
7.2. „Pokrzywdzony przez użytkowników danych osobowych”	283
7.3. „Często indagowany” (z doświadczeniem respondenckim)	286
7.4. „Obrońca podmiotowości i prywatności”	292
7.5. „Zredukowana egzystencja społeczna”	300
7.6. „Obawiająca się przestępczości”	313
Zakończenie	321
Bibliografia	331
Aneks	351
Załącznik 1. Karta realizacji badania stosowana przez CBOS do maja 2003 r. ...	351
Załącznik 2. Karta realizacji badania stosowana przez CBOS od maja 2003 r. ...	353
Załącznik 3. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>Aktualne Problemy i Wydarzenia</i>	355
Załącznik 4. Karta realizacji badania stosowana w kwestionariuszowych badaniach akademickich	363
Załącznik 5. List zapowiedni skierowany pocztą do osób, które odmówiły uczestnictwa w badaniu kwestionariuszowym	367
Załącznik 6. Karta realizacji badania stosowana podczas rekrutacji I	368
Załącznik 7. Wartości wybranych miar poziomu realizacji w badaniach <i>Aktualne Problemy i Wydarzenia</i>	373
Załącznik 8. Scenariusz wywiadu fokusowego	377
Spis tabel i wykresów	383

OD REDAKCJI

Kolejny XII tom *Analiz i prób technik badawczych w socjologii* zawiera prezentację rozważań Katarzyny Grzeszkiewicz-Radulskiej dotyczących respondentów niedostępnych w badaniach sondażowych.

Problematyka niedostępności respondentów stanowi obecnie jedno z ważniejszych wyzwań dla metodologii badań ilościowych. Jest również bardzo istotna dla badaczy stosujących metody surveyowe jako podstawę formułowanych wniosków, a także dla wszystkich użytkowników badań ilościowych. Materiał zbierany przy pomocy różnorodnych sondaży stanowi bowiem empiryczną podstawę służącą do dalszych wnioskowań i formułowania twierdzeń o wyższym stopniu ogólności, których prawdziwość zależy od wartości danych pierwotnych. Sondaże stosowane są praktycznie we wszystkich dziedzinach socjologii, a także w innych naukach społecznych. Stosuje się je w badaniach akademickich – wówczas mają dostarczyć empirycznego materiału do weryfikacji hipotez, w badaniach zachowań w różnych dziedzinach życia społecznego, których zasadniczym celem jest opis faktograficzny, w badaniach rynkowych koncentrujących się na poznawaniu preferencji, gustów, stanu posiadania rozmaitych dóbr i usług. Sondaże wykorzystuje się również w wieloletnich programach badawczych nastawionych na poznanie zarówno faktów, jak i opinii, postaw, służących do globalnego opisu społeczeństw czy też w międzykrajowych badaniach porównawczych, w których za pomocą jednolitych narzędzi bada się różne społeczeństwa i kultury, formułując wnioski o szerszym zasięgu przestrzennym. Najbardziej popularnym, najszerzej znanym rodzajem badań sondażowych są badania opinii publicznej. Ich głównym celem jest uchwycenie stanów świadomości dotyczących bieżących, często kontrowersyjnych wydarzeń, a także śledzenie zmian w nastawieniach, nastrojach, a niekiedy również przewidywanie na tej podstawie przyszłych zachowań.

We wszystkich rodzajach zastosowań badań sondażowych rzetelność uzyskiwanych danych jest warunkiem koniecznym dla prawomoc-

ności uzyskiwanych rezultatów. Wykorzystywanie zaś tych rezultatów dla celów praktycznych w spektakularny sposób weryfikuje ich rzetelność. Również wzrastająca ilość badań – powstanie wręcz „przemysłu sondażowego” wymaga stałej, pogłębionej refleksji, systematycznych zabiegów i praktycznych wskazówek doskonalących warsztat badawczy.

Zjawisko niedostępności respondentów, przejawiające się spadkiem odsetka realizacji wywiadów obserwujemy w całym świecie. Również w Polsce trudności w realizacji badań sondażowych przybierają niepokojące rozmiary. W wielu badaniach realizowanych na próbach losowych odsetek realizacji oscyluje wokół 50%, co stawia pod znakiem zapytania prawomocność formułowanych wniosków. O ile jednak w wielu krajach zachodnich zjawisku temu towarzyszą różnorodne próby jego analizowania, zarówno w postaci refleksji teoretycznej, jak i wielu badań empirycznych, o tyle w Polsce przedsięwzięć takich jest niewiele (pionierskie badania tego zagadnienia podjął Paweł B. Sztabiński, również CBOS zrealizował badania nad jednostkami niedostępnymi i trudnodostępnymi). Praca Katarzyny Grzeszkiewicz-Radulskiej w znaczący sposób uzupełnia tę lukę, w sposób kompleksowy opisując i wyjaśniając zjawisko niedostępności respondentów. Wskazując, że głównym źródłem trudności w realizacji badań sondażowych jest wzrost ilości odmów, czyni je centralnym przedmiotem swoich rozważań. Szczególnie zwraca uwagę na czynniki determinujące odmowy udziału w badaniach, w tym na postać potencjalnego respondenta.

Decyzja respondenta o odmowie lub kooperacji to wypadkowa szeregu czynników, zarówno będących pod kontrolą badacza (są to cechy sondażu jako techniki badawczej i cechy ankietera – zarówno społeczno-demograficzne jak i osobowościowe czy też wynikające z jego doświadczenia – oddziałujące na przebieg interakcji z respondentem), jak tych poza kontrolą badacza (społeczne otoczenie, potencjalny respondent). W książce znajdziemy obszernie omówienie powiązań pomiędzy tymi elementami-podmiotami. W tej części książki zaprezentowano zarówno różnorodne źródła literaturowe, jak i własne analizy Autorki do których wykorzystała informacje o odsetkach realizacji badań *Aktualne problemy i wydarzenia* prowadzonych przez CBOS na przestrzeni lat 1993–2003.

Niezmiernie interesujące i ważne w książce są bardzo systematyczne i wyczerpujące rozważania wyjaśniające i porządkujące terminologię dotyczącą zjawiska niedostępności respondentów. Mamy więc przedstawione, w różnych niekiedy interpretacjach, takie terminy jak niedo-

stępność i jej pochodne oraz współczynniki: odpowiedzi, kooperacji, odmów, kontaktów.

Dotarcie do jednostek niedostępnych, jak wskazuje sama nazwa, często jest niemożliwe, a zawsze bardzo trudne. Autorce udało się jednak zrealizować własne badania z zastosowaniem techniki zogniskowanego wywiadu grupowego wśród osób, które odmówiły udziału w badaniu sondażowym. Jak napisał w recenzji pracy doktorskiej (na podstawie, której powstała książka) P.B. Sztabiński, badanie to „stanowi przedsięwzięcie pionierskie nie tylko w skali krajowej, ale i światowej”. Wcześniejsze badania dotyczące odmów udzielania wywiadu prowadzone były (w krajach zachodnich) wśród ankierów”. Rezultatem tych badań jest typologia respondentów odmawiających udziału w badaniach sondażowych. Mamy więc, zdaniem Autorki, wśród odmawiających następujące typy osób: „poszkodowany przez użytkowników danych osobowych”, „obrońca podmiotowości i prywatności”, o „zredukowanej egzystencji społecznej”, „często indagowanych”, „obawiających się przestępczości”. Wyniki tych badań pokazały jak ważny dla odmów uczestnictwa w badaniach sondażowych jest ich społeczny wizerunek. W książce znajdziemy zresztą więcej rozważań dotyczących znaczenia szeroko rozumianego otoczenia społecznego skłonności respondentów do kooperacji z badaczami. Duża ilość realizowanych sondaży – „sondażowy przesyt”, podszywanie się sprzedawców i akwizytorów pod ankierów, podkopują zaufanie do sondaży i przyczyniają się do wzrostu odmów uczestnictwa w badaniach. Jeszcze ważniejszym w moim przekonaniu czynnikiem, co potwierdzają również wyniki badań Autorki, jest medializacja sondaży. Wyniki badań sondażowych do szerokiej publiczności docierają bowiem głównie za pośrednictwem stale „głodnych” sensacji mediów. Co więcej, szeroko publikowane wyniki, często w sposób mało profesjonalny, najczęściej dotyczą sfery polityki, dziedziny życia społecznego w Polsce wyjątkowo negatywnie ocenianej. To uwikłanie badań sondażowych w politykę i sensacyjny typ medialnego przekazu kształtuje negatywny wizerunek badań sondażowych i tym samym osłabia poziom kooperacji respondentów. Tym bardziej środowisku badaczy i metodologów potrzebne są systematyczne analizy i studia poświęcone warsztatowi badawczemu. Książka Katarzyny Grzeszkiewicz-Radulskiej *„Respondenci niedostępni w badaniach sondażowych”* jest godnym polecenia przykładem takich przedsięwzięć.

Anna Kubiak

Wprowadzenie

PROBLEMATYKA PRACY

W krajach zachodnich demokracji już od lat '50 XX wieku obserwuje się narastanie trudności w zakresie realizacji badań, szczególnie tych przeprowadzanych na dużych i zróżnicowanych populacjach. W Polsce „złoty okres” badań kwestionariuszowych załamał się w latach '80¹, a od początku III RP trudności te pogłębiają się. Niedostępność respondentów zaczyna przybierać niepokojące rozmiary i staje się poważnym problemem, przed którym stoją teraz także polscy sondażyści, metodologowie i ogólnie wszyscy empirycy realizujący badania za pomocą technik kwestionariuszowych. Postęp zjawiska wzmacnia niepokój o wartość danych uzyskiwanych za pomocą sondażu, ale rodzi także pytanie o przyszłość metody i możliwość kontynuacji badań za jej pomocą.

Niepokój jest tym bardziej zasadny, że głównym źródłem trudności realizacyjnych, jak wskazują różne źródła, jest **wzrost odmów** udziału w badaniach. Trend ten może świadczyć o stopniowej utracie społecznego mandatu na przeprowadzanie tego typu badań. Odmowa jest manifestacją niechęci do uczestnictwa w badaniu. Szczególnego wyrazu nabiera ona w badaniach realizowanych za pomocą techniki wywiadu, oznaczając niepowodzenie w negocjacjach między potencjalnym respondentem a ankierem. Z tej perspektywy, **zjawisko odmów** jest socjologicznie najciekawszym aspektem niedostępności respondentów i dlatego czynię je centralnym przedmiotem rozważań, a pytanie o jego **determinanty** – kluczowym problemem pracy. Warto już teraz zaznaczyć, że w stosunku do zagadnień przedstawionych w przeglądzie literaturowym, zakres problemowy moich badań jest węższy. Spośród wielu czynników, które wpływają na zachowania odmowne w sondażach, skupiłam się na **postaci potencjalnego respondenta**.

¹ Por. K. Lutyńska, *Analiza odmów w polskich badaniach kwestionariuszowych w latach 198–1985*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XXXVII, 1989.

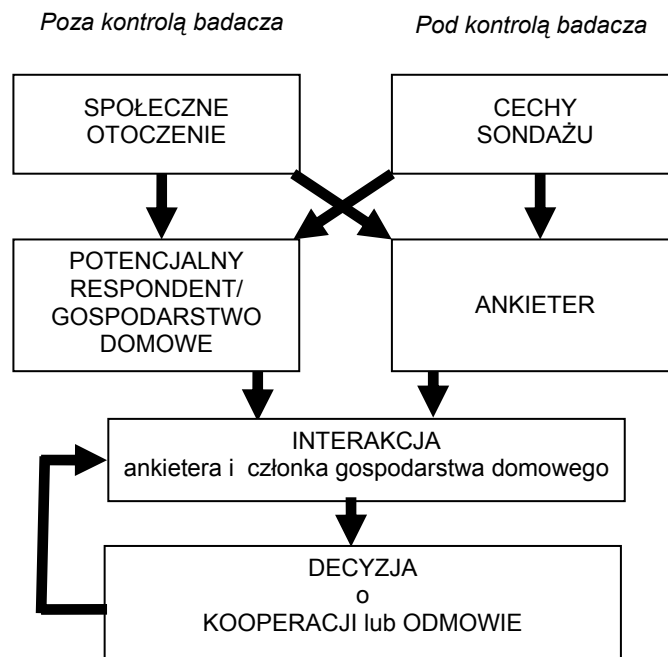
Badanie respondentów niedostępnych, w tym odmawiających, jest zajęciem specyficznym – wyzwaniem wymagającym zmierzenia się z materią, która, jak zapowiada sama nazwa, trudno (o ile w ogóle) poddaje się badaniu. W tych okolicznościach dodatkowo niekorzystny jest fakt, że dorobek zagranicznych badaczy zajmujących się problematyką niedostępności nie doczekał się w polskiej literaturze przedmiotu syntetycznej prezentacji. Przyczyn tego stanu rzeczy należy upatrywać w tym, że w Polsce problem realizowalności badań pojawił się znacznie później niż miało to miejsce w krajach zachodnich demokracji i początkowo przypadał na okres PRL-u – rozważania polskich i zachodnich badaczy nad problemem dostępności respondentów miały wtedy nieporównywalny kontekst społeczno-polityczny.

Na potrzebę rozszerzenia obszaru zainteresowań polskich metodologów zajmujących się problemem niedostępności już w 1994 roku zwrócił uwagę P. Sztabiński. Wskazał, że w obecnych warunkach, które pod wieloma względami upodabniają nasz kraj do zachodnich demokracji, problem uczestnictwa w badaniach sondażowych powinno się lokować w szerszej niż dotychczas perspektywie – oprócz czynników ogólnospołecznych, na których koncentrowały się polskie prace, do rozważań warto włączyć także te czynniki, które od lat są przedmiotem zainteresowań badaczy zachodnich². Inicjatywą zgodą z tą sugestią będzie, w jakimś zakresie, podjęcie wysiłku w kierunku przybliżenia uzyskanych przez zachodnich metodologów rezultatów badań nad czynnikami wpływu na reakcje odmowne i kooperatywne w sondażach. Jednym z podstawowych celów tej pracy jest dokonanie takiego systematycznego opracowania, syntetyzującego zgromadzone dotychczas ustalenia na temat zjawiska niedostępności respondentów.

Przegląd ten rozpoczynam od analizy źródeł informacji o respondentach niedostępnych, omawiam cele i metody badań opartych na tych źródłach. Ukazując niedoskonałości stosowanych metod poznania, sygnalizuję także, że osiągnięte za ich pomocą wyniki, które relacjonuję w dalszej części pracy, należy przyjmować ze świadomością tych ograniczeń. Pokazanie specyfiki badań nad respondentami niedostępnymi pozwala też w pełniejszym kontekście umieścić i ocenić wybory, jakich dokonał badacz rozwiązując postawione przez siebie problemy.

² P.B. Sztabiński, *Dlaczego respondenci zgadzają się na wywiad? Problemy aranżacji wywiadu w badaniach surveyowych*, ASK, nr 2, 1995, s. 22.

Dalej, przegląd literatury organizuję wokół podstawowych grup czynników, bazując dość swobodnie na modelu kooperacji zaproponowanym przez R. Grovesa i M. Coupera (rys. 1). Pierwsza wyróżniona przez nich grupa czynników obejmuje charakterystyki sondażu (*survey design*). Druga grupa związana jest z osobą ankietera i jego cechami. Obydwie grupy czynników znajdują się pod kontrolą badacza – innymi słowy, może on je świadomie kształtować i manipulować nimi w celu zwiększenia odsetka kooperacji. Trzecia grupa czynników dotyczy otoczenia społecznego (*social environment*); natomiast czwarta związana jest z cechami potencjalnego respondenta i gospodarstwa domowego – na te grupy czynników badacz nie ma wpływu. Ostatecznie wszystkie czynniki będą kształtować interakcję między ankieterem i potencjalnym respondentem i wpłyną na jej końcowy efekt³.



Rys. 1. Model kooperacji w badaniu sondażowym

Na podstawie: R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household interview surveys*, John Wiley & Sons, New York, 1998, s. 30.

³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 29–30.

Jakkolwiek w centrum zainteresowania umieszczam te ustalenia empiryczne, które dotyczą techniki wywiadu (w tym przede wszystkim kwestionariuszowego), przedstawiam również rezultaty badawcze odnoszące się do pozostałych technik zbierania materiałów stosowanych w badaniach sondażowych, mając świadomość ograniczonej użyteczności przedstawionego modelu dla technik ankiety (*self-administrated questionnaire*).

Dokonując przeglądu wyników badań nad czynnikami wpływającymi na poziom kooperacji, omawiam wymogi i problemy metodologiczne, jakie wiążą się z badaniem tego wpływu.

Wśród cech sondażu i procedur w nim stosowanych rozpatruję szczegółowo wpływ techniki gromadzenia materiałów, wcześniejszego powiadomienia o badaniu, gratyfikacji, informacji pozwalających podjąć świadomą decyzję o uczestnictwie, uciążliwości zadania, ośrodka badawczego, tematyki badania.

Kolejny rozpatrywany problem dotyczy przebiegu interakcji między ankierem a potencjalnym respondentem, a także wpływu ankiera i jego cech na końcowy efekt tej interakcji. We fragmencie tym przedstawiam także wyniki własnych badań, które pokazują specyfikę zachowania potencjalnych respondentów w fazie aranżacji wywiadu. Wykorzystany materiał badawczy stanowiły oparte na obserwacji relacje ankierów utrwalone w kartach realizacji badania. Dane te zostały zebrane podczas realizacji akademickich badań kwestionariuszowych *Przestrzenne źródłowanie kapitału społecznego w Łodzi*.

Rozważania nad wpływem warunków środowiskowych na poziom kooperacji prowadzę w dwóch perspektywach – wzdłuż czasowej i przekrojowej.

W ramach ujęcia dynamicznego przedstawiam, po pierwsze, trendy niedostępności występujące w innych krajach. Dla zilustrowania zmian, jakie na przestrzeni 1993–2003 zaszły w tym zakresie w Polsce, wykorzystuję opracowane przez siebie materiały Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS)⁴, które pochodzą z badań opinii publicznej *Aktualne problemy i wydarzenia (APIW)*.

O unikatowości tego źródła informacji decydują łącznie następujące cechy: realizacja sondaży na ogólnokrajowych próbach losowych, długofalowość i comiesięczna częstotliwość prowadzenia, stałość stosowanych technik i procedur badawczych. Przeprowadzona analiza stanowi

⁴ Autorka pracy serdecznie dziękuje Centrum Badania Opinii Społecznej za udostępnienie materiałów badawczych.

systematyczną, najpełniejszą dokumentację rozwoju zjawiska niedostępności respondentów w Polsce. Uwzględnia ona typy niedostępności odpowiadając na zasadnicze pytanie o zmiany udziału odmów oraz nieobecności; posiada także cechę, której pozbawione były dotychczas prowadzone w Polsce analizy diachroniczne – pozwala na ogłód zjawiska w różnych klasach miejscowości. Jej wartość zwiększa ta okoliczność, że w literaturze przedmiotu istnieje niesłuchanie mało analiz wzdłuż czasowych, które uwzględniają tę zmienną. Materiał pozwala ocenić czy prawidłowości i kierunki rozwoju zjawiska *nonresponse* charakterystyczne dla wielu krajów zachodnich demokracji występują w Polsce.

Po drugie, pozostając w obszarze badań dynamicznych, prezentuję hipotezy objaśniające spadek współczynnika kooperacji. Wskazuję przy tym, że za większością hipotez tylko pozornie stoją czynniki makrospołeczne – faktycznie bowiem są to przypuszczenia, które dotyczą poziomu jednostkowego, ale nie da ich się przetestować inaczej jak za pomocą analiz ekologicznych. W odniesieniu do tych hipotez relacjonuję ustalenia badaczy zagranicznych, a także podejmuję własną próbę ich przetestowania, wykorzystując w tym celu dane CBOS.

Ogólnym uzasadnieniem poszukiwania wyjaśnień spadku chęci kooperacji w obrębie hipotez, które zostały postawione w krajach zachodnich demokracji, jest zainstalowanie w Polsce systemu liberalno-demokratycznego. Odtworzenie tych „naturalnych” warunków funkcjonowania sondażu niosło ze sobą nie tylko nadzieje ale i zagrożenia. Po stronie zmian pozytywnych znalazło się oczekiwanie, że zniknie podział na opinie „prywatne” i „oficjalne”⁵. Przypuszczalnie oczekiwano także, że wolność wypowiedzi znajdzie przełożenie na chęć do opiniowania i włączania się w te przedsięwzięcia, które zwiększają polityczną partycypację oraz przyczyniają się do realizacji społecznych celów i interesów. Drugą stroną medalu było jednak niebezpieczeństwo rozwoju wolności negatywnej, której przejawem jest rezygnacja z różnych form uczestnictwa, w tym w sondażach.

W nowej sytuacji znaleźli się także sondażyści, którzy musieli dostosować swoją działalność do nowych reguł, co jak się wydaje, nie musi pozostać obojętne dla ich relacji z publicznością. Te nowe reguły, wyznaczone przez rynek, pozwoliły zaistnieć nowym ośrodkom sonda-

⁵ Z. Gostkowski, *Z zagadnień socjologii wywiadu*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (2), 1961, s. 71; A. Sulek, *Sondaż polski*, IFiS PAN, Warszawa, 2001, s. 125–126.

żowym oraz spowodowały konieczność aktywnego poszukiwania źródeł finansowania działalności badawczej, przede wszystkim u prywatnych sponsorów. Takie rozwiązanie, podobnie jak to stosowane w poprzednim systemie (gdzie władza subsydiowała ośrodki z publicznych pieniędzy), nie gwarantuje tego, że realizacji sondażu zawsze przyświeca interes publiczności. Mimo swojego demokratyzującego potencjału, sondaż jako narzędzie władzy, zawsze będzie w mniejszym stopniu należał do obywateli niż wybory, w których wielu badaczy upatruje analogii do sondaży⁶. Konstatacja ta nieco osłabia, ale bynajmniej nie wyklucza możliwości traktowania sondaży, jako jednego z obszarów partycypacji obywatelskiej. Takie podejście wydaje się być szczególnie zasadne wobec badań opinii publicznej, które są jednocześnie prowadzone na użytek społeczny. Ich dobrym przykładem są właśnie badania CBOS *Aktualne problemy i wydarzenia*. Założenie, które mówi o podobieństwie aktów partycypacji sondażowej i wyborczej prowadzi do sformułowania hipotezy, która mówi o tym, że „absencja” w obu tych obszarach współwystępuje i warunkuje ją ten sam mechanizm.

Jednakże, jak głoszą inne hipotezy, o niechęci do uczestnictwa w badaniach mogą decydować także inne względy – te, które związane są z samym sondażem i stąd nie nadają się do objaśnienia niechęci do uczestnictwa w innych obszarach. Te „od-sondażowe” czynniki, typowe przede wszystkim dla wywiadów *f-t-f* (*face-to-face*), to lęk przed prześlępczością (konieczność wpuszczenia ankietera do mieszkania); ochrona prywatności i obawy związane z konfidennością danych (brak anonimowości, zwykle szeroki zakres zbieranych informacji); przesycenie sondażami (wzrost ich ilości przy nieregularnym i nieprzewidywalnym dla respondenta trybie pojawiania się propozycji uczestnictwa); podszywanie się pod działalność sondażową (narzucanie błędnych definicji sondażu jako formy sprzedaży).

Podejmując się próby sprawdzenia tych hipotez, szukałam w polskiej literaturze przedmiotu dodatkowych uzasadnień, które czyniłyby moje przedsięwzięcie sensownym. Innym problemem było znalezienie odpowiednich danych, które pozwoliłyby mi odnieść się do stawianych przypuszczeń. W efekcie, nie udało mi się ustosunkować do wszystkich hipotez, a przeprowadzone przeze mnie testy charakteryzują się różnym stopniem rygoryzmu.

⁶ Por. K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Obywatel jako respondent?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LVI/1, 2007 (w druku).

Ostatni z analizowanych w pracy problemów dotyczy postaci potencjalnego respondenta. Korzystając ze źródeł literaturowych, omawiam charakterystyki społeczno-demograficzne respondentów niedostępnych, z wyróżnieniem nieobecnych i odmawiających. Rozważania zamykam próbą rekonstrukcji teorii partycypacji w badaniach sondażowych. Wywodzą się one z dwóch nurtów – socjologicznego i psychologicznego.

Impuls do dalszych poszukiwań badawczych wziął się między innymi ze świadomości ograniczeń ilościowej analizy wzdłuż czasowej. Jej mankament polegał na tym, że ustalenie zmian zachodzących u potencjalnych respondentów nie opierało się na obserwacjach z poziomu jednostkowego. W tej sytuacji wskazane było, aby empirycznie ugruntować ustalenia analizy ilościowej w zakresie występowania charakterystyk, jakimi powinni się odznaczać odmawiający; rozjaśnić kwestię współwystępowania pewnych cech; stworzyć szansę ustosunkowania się do nieuwzględnionych wcześniej przypuszczeń. Biorąc jednak pod uwagę, że zdecydowałam się na jakościowe podejście w badaniu odmawiających, powyższe cele nie mogły być osiągnięte w restrykcyjny sposób.

Zwrócenie się ku danym jakościowym było pożądane z tego względu, że analizy ilościowe dostarczające charakterystyk społeczno-demograficznych mają ograniczoną moc wyjaśniania uzyskanych wyników, a ograniczenie to pogłębia fakt istnienia sprzecznych rezultatów w dziedzinie badań nad jednostkami odmawiającymi uczestnictwa w sondażach. Poprzez odwołanie się do danych jakościowych, próbowałam w sposób pogłębiony zrekonstruować socjologiczne portrety jednostek odmawiających udziału w badaniach, przedstawiając ich cechy oraz argumentację i motywację, jakie przypisują swoim działaniom.

Materiał do tego badania zebrano przy użyciu techniki zogniskowanego wywiadu grupowego. Przeprowadzono je z osobami, które odmówiły uczestnictwa w kwestionariuszowych badaniach akademickich *Przestrzenne zróżnicowanie kapitału społecznego w Łodzi*. Efektem opracowania materiału jakościowego jest stworzenie typologii odmawiających.

Rozdział 1 **METODOLOGIA BADAŃ**

1.1. Ustalenia terminologiczne

Pojęciu *respondenci niedostępni* nadaje się w literaturze różne znaczenia. Wstępnie, osoby te można określić jako te, które nie wzięły udziału w badaniu, mimo iż zostały do niego wybrane.

Ta szeroka definicja nie dookreśla ani sposobu doboru jednostek badania ani użytej w nich metody. Tymczasem problem niedostępności nie dotyczy tylko badań opartych na losowym doborze respondentów, czy badań wyczerpujących, ale także wszystkich pozostałych wykorzystujących dobór nielosowy, za wyjątkiem tych, w których grupę badanych stanowią zgłaszający się ochotnicy. Niewątpliwie też, to właśnie rodzaj doboru powoduje, że problem niedostępności jest bardziej lub mniej widoczny. W przypadku kiedy badaniem należy objąć wszystkie jednostki należące do populacji bądź dobraną losowo ich próbę, przyjmującą postać wykazu wylosowanych jednostek, badacz dobitnie doświadcza niemożności objęcia badaniem tych wszystkich, których zaplanował na uczestników swojego przedsięwzięcia. Nieco inaczej rzecz się ma w przypadkach pozostałych badań, opartych o dobór celowy czy *random route*, gdzie jakkolwiek dobór respondentów podlega określonym regułom, te jednak zwykle nie czynią niemożliwym uzyskania stuprocentowej realizacji, niezależnie od tego, że efekt ten mogą poprzedzać akty odmowy, przypadki nieobecności i inne typy niedostępności, które w praktyce badawczej rzadko będą tu podlegać rejestracji. I chociaż problemem niedostępności badacze interesują się praktycznie tylko w odniesieniu do badań ilościowych, zakładających obecność kwestionariusza – z pewnością takie zjawisko jak odmowy nie jest obce osobom rekrutującym uczestników do wywiadów pogłębionych (indywidualnych lub grupowych).

W literaturze polskiej trudno się zetknąć ze sformułowanymi *explicit* definiensami pojęć: respondenci niedostępni, jednostki niedostępne, niedostępność. Zwykle poprzestaje się na rozumieniu jednostek niedostępnych jako *jednostek niezbadanych*¹. Wyjątek od tej reguły można znaleźć w pracy A. Kubiak i A. Mokrzyńskiego, w której definiują jednostki niedostępne jako *osoby, do których dotarcie okazało się niemożliwe, ponieważ zawarte w próbie adresy domów, mieszkań, nie istnieją lub wylosowane lokale już nie są lub nigdy nie były zamieszkałe*. Jednocześnie za jednostki trudnodostępne uważają oni osoby, od których nie uzyskano wywiadu (na skutek nieobecności, odmów), chociaż było to potencjalnie możliwe, bo ich adresy istnieją i są zamieszkałe². Propozycja, aby rozdzielić przypadki niezrealizowania wywiadu z powodu błędów w operacji losowania od pozostałych sytuacji, jak dalej pokazuję, znajduje odzwierciedlenie w podejściu metodologów zachodnich, niemniej samo nazewnictwo nie koresponduje ze znaczeniem jakie metodologowie ci nadają tym terminom w literaturze.

Zgodnie z tytułem pracy, zjawisko niedostępności respondentów będę rozpatrywać jedynie w odniesieniu do badań sondażowych. Terminu *b a d a n i a s o n d a ż o w e*, inaczej ankietowe czy *surveyowe*, będę używać na oznaczenie tego typu badań, które przeprowadza się na próbach reprezentatywnych ludności przy wykorzystaniu kwestionariusza wywiadu lub ankiety³. Przedmiotem mojego szczególnego zainteresowania będzie zjawisko niedostępności występujące w badaniach realizowanych na próbach losowych (zakładających probabilistyczny dobór jednostek). Definiując *n i e d o s t ę p n o ść* (*nonresponse*) będę się odwoływać do istniejącej w metodologii amerykańskiej tradycji rozumienia tego terminu. W jego obrębie znajdują się dwie kategorie wymagające rozróżnienia: *nonresponse item* oraz *nonresponse unit*.

Nonresponse item oznacza brak odpowiedzi na jedno lub więcej pytań kwestionariuszowych, odnotowany u tego samego respondenta⁴ przy założeniu, że odpowiedział on w sposób właściwy przy-

¹ Por. G. Lissowski, *Z zagadnień doboru próby*, [w]: (red.) K. Szaniawski, *Metody statystyczne w socjologii*, PWN, Warszawa, 1968, s. 66.

² A. Kubiak, A. Mokrzyński, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, raport wewnętrzny CBOS, 1993, s. 2.

³ A. Kubiak, I. Przybyłowska, A. Rostocki, *Badania ankietowe ... op. cit.*, s. 51.

⁴ P. M. Gallgher, *Nonresponse*, The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods, 2004, vol. 2, Thousand Oaks, s. 740–741.

namniej na jedno pytanie⁵. Polskim odpowiednikiem jest *częściowy brak odpowiedzi* lub *pozycyjny brak odpowiedzi*⁶.

Kategoria ta zawiera przypadkowe pominięcia, a także świadome opuszczania pewnych pytań lub odmowy udzielenia na nie odpowiedzi. Inne źródło braku odpowiedzi związane jest z regułami przejścia, które mogą być niezrozumiałe dla wypełniającego kwestionariusz i prowadzić do licznych błędów w tym zakresie (*skip errors*). Do kategorii *non-response item* zaliczane mogą być także odpowiedzi typu „nie wiem”, „nie mam zdania”⁷. Zagadnienia związane z występowaniem pozycyjnych braków odpowiedzi nie będą przedmiotem rozważań tej pracy.

Z kolei *nonresponse unit* oznacza nieuzyskanie jakichkolwiek właściwych odpowiedzi od jednostki przewidzianej jako uczestnik *surveyu*, innymi słowy – niezrealizowanie badania z wylosowaną do próby jednostką⁸. Polskim odpowiednikiem *nonresponse unit* jest *całkowity brak odpowiedzi*⁹. Definicja N. Berga sugeruje, że *unit* jest jednostką losowania, a wskazanie, że jednostką tą jest najczęściej pojedyncza osoba, występujące także u P. Gallaghera, pozwala sądzić, że chodzi o jednostkę losowania ostatniego stopnia (niemniej jak wiadomo nie zawsze musi nią pojedynczy człowiek). Praktyka badawcza natomiast pokazuje, że niedostępność jednostki może być rejestrowana także na wcześniejszym poziomie np. gospodarstwa domowego, adresu. Uwagi te zamieszczam w tym celu, by pokazać, że zakres terminu *respondenci niedostępni* może być węższy niż terminu *jednostki niedostępne*. Niemniej nie obserwuję w literaturze, ażeby do ustalania zakresu tych terminów przykładano jakąś szczególną wagę – nazwy te raczej traktuje się jako równoważne. Wybór między operowaniem terminem *respondenci niedostępni* (*nonrespondents*) a *jednostki niedostępne* (*units non-response*) wydaje się wynikać po części z potrzeby afiliacji z konkretną dziedziną nauki, w której problem się rozważa – posługiwanie się tym drugim terminem wydaje się sprzyjać ujmowaniu problemu z perspektywy statystycznej; z kolei zaadaptowanie pierwszej nazwy sugeruje przyjęcie socjologicznego punktu widzenia.

⁵ N. Berg, *Non-response bias*, [w]: (ed). K. Kempf-Leonard, *Encyclopedia of Social Measurement*, Elsevier Academic Press, 2005, vol. 2, s. 865.

⁶ J. Kordos, *Jakość danych statystycznych*, PWE, Warszawa 1988, s. 74.

⁷ N. Berg, op. cit.

⁸ Por. N. Berg, op. cit., s. 865; P.M. Gallagher, op. cit.; por. P.J. Lavrakas, *Nonresponse bias*, *The Sage Encyclopedia...* op. cit, s. 741, 742.

⁹ J. Kordos, op. cit.

Przedstawioną definicję *nonresponse unit* należy uznać za najszerszą z możliwych, ponieważ stosuje się ona do wszystkich przypadków nieprzeprowadzenia badania z wylosowaną do próby jednostką. C.A. Moser¹⁰ wymieniając możliwe przypadki niezrealizowania badania, celowo posługuje się na początku terminem *types of non-response* przy czym omawiając je dalej, uściśla, że termin *nonresponse* nie może być użyty w stosunku do nich wszystkich – wyklucza tzw. jednostki spoza populacji, które znalazły się w próbie na skutek błędów w operacji losowania. Proponuje dla nich nazwę jednostki nieistniejące¹¹ (*non-existing units*).

Można dodać, iż czasami na oznaczenie obu tych grup przypadków używa się także określeń *prawdziwy* (*genuine nonresponse*) oraz *nieprawdziwy brak odpowiedzi* (*nongenuine nonresponse*). Termin *genuine nonresponse* odpowiada jednostkom nieistniejącym, w terminologii C. Mosera. Natomiast *nongenuine nonresponse* odnosi się do tych jednostek, z którymi zrealizowanie badania było potencjalnie możliwe ponieważ należą do badanej populacji¹². Warto zauważyć, że podejście, w którym wyróżnia się *prawdziwe* i *nieprawdziwe* przypadki niedostępności koresponduje z nazewnictwem A. Kubiak i A. Mokrzyszewskiego, operujących odpowiednio pojęciami jednostek niedostępnych i trudno-dostępnych.

Trzymając się dominującego w literaturze nurtu, za *respondentów niedostępnych* (*nonrespondents*), inaczej nie-respondentów, **będę uważać** te jednostki należące do badanej populacji (*eligible*), z którymi nie udało się zrealizować badania¹³.

Sposób zdefiniowania terminów *nonresponse* oraz *nonrespondents* znajduje bezpośrednie odzwierciedlenie w konstrukcjach miar w spółczynników realizacji – przykładowo C. Moser argumentuje, że skoro jednostki nienależące do badanej populacji nie mieszczą się w zakresie terminu *nonresponse*, należy je wyłączyć przy obliczaniu odsetka odpowiedzi (*response rate*)¹⁴. Takie podejście, zgodnie z któ-

¹⁰ C.A. Moser, *Survey methods in social investigation*, Heinemann, London 1958, s. 129.

¹¹ Powstałe na skutek błędów pokrycia (*coverage errors*).

¹² P. Stopher, I. Sheskin, *A method for determining and reducing nonresponse bias*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1981, s. 252.

¹³ Por. R.M. Groves, *Survey errors and survey costs*, John Wiley & Sons, New York, 1989, s. 137.

¹⁴ C.A. Moser, op. cit.

rym w mianowniku umieszcza się tylko te wylosowane do próby jednostki, w których wybór lub wskazanie respondenta było generalnie możliwe (*eligible*) jest szeroko rozpowszechnione wśród wielu metodologów zachodnich, głównie amerykańskich¹⁵, niemniej niejasności co do konstrukcji tej najpowszechniejszej miary stopnia realizacji próby nie brakowało¹⁶.

Obecnie dla wskaźnika, w którego liczniku jest liczba zrealizowanych wywiadów (wypełnionych kwestionariuszy), a mianowniku liczba wszystkich wylosowanych do próby jednostek (liczebność próby założonej) rezerwuje się nazwę współczynnik kompletności (*completion rate*)¹⁷. Sposób konstrukcji tej miary świetnie oddaje nazwa, którą posługuje się F. Sztabiński – *bezwzględny odsetek zwrotów*¹⁸. Podobnie jak swego czasu wśród badaczy zachodnich, tak wśród polskich metodologów utrzymuje się tendencja do wymiennego posługiwania się terminami *response rate* oraz *completion rate*¹⁹, przy czym w Polsce, przynajmniej do niedawna, powszechnie stosowało się tę drugą miarę. Starania w tym kierunku, aby na polskim gruncie upowszechnić zachodnie tradycje w zakresie raportowania poziomu realizacji badania wykazali jako jedni z pierwszych P. Daniłowicz i F. Sztabiński²⁰.

Potrzebę wprowadzenia jednolitych, jasno zdefiniowanych miar poziomu realizacji badacze podkreślali od dawna²¹. Dowolność w tej dzie-

¹⁵ *The response rate is the number of complete interviews with reporting units divided by the number of eligible reporting units in the sample.* L.R. Frankel, *The Report of CASRO Task Force on Response Rate*, [w]: *Improving Data Quality in a Sample Survey*, edited by Fredrick Wiseman, MA: Marketing Science Institute, 1983; por. R.M. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 141.

¹⁶ Por. D. Dillman, *Mail and telephone surveys. The Total Design Method*, John Wiley & Sons, New York 1978, s. 49–50.

¹⁷ Por. F.J. Kviz, *Toward standard definition of response rate*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 41, 1977, s. 266.

¹⁸ F. Sztabiński, *Jak dotrzeć do respondenta i skłonić go do wzięcia udziału w badaniu?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LIII/1, 2004, s. 149.

¹⁹ J. Kordos, op. cit., s. 75; por. H. Domański, *Jednostki niedostępne. Problem wpływu na wyniki badań*, „ASK”, nr 8, 1999, s. 69.

²⁰ P. Daniłowicz, F. Sztabiński, *Nowe spojrzenie na ankietę pocztową. Jak uzyskano 70% zwrotów*, [w]: (red.) Z. Gostkowski, *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. IX, 1992.

²¹ F. Kviz, op. cit. 135; F. Wiseman, P. McDonald, *Noncontact and refusal rates in consumer telephone surveys*, „Journal of Marketing Research”, vol. 16, 1979; F. Wiseman, *The measurement and magnitude of nonresponse in U.S. consumer telephone surveys*, „Survey Methodology”, vol. 6, 1980, s. 134; H. Shostack, W.R. Fairweather, *Physi-*

dzinie była zbyt daleko posunięta – J. Lessler i W. Kalsbeek naliczyli ponad 12 różnych, często wzajemnie sprzecznych definicji²². Postulat ten formułowano, po pierwsze, ze względów *stricte* naukowych – wspólna umowa co do sposobu pomiaru zmiennej zależnej jest zasadniczym wymogiem badań, których celem jest wskazanie czynników wpływających na poziom realizacji – zarzucenie tego wymogu powoduje zasadniczą trudność w porównaniu uzyskanych rezultatów. W Stanach Zjednoczonych przejrzystości reguł działania instytucji badawczych zaczęła się poprzez media domagać publiczność²³. Apelowali o to także przedstawiciele części ośrodków badawczych wskazując, że niejasności definicyjne i brak ogólnych wytycznych to okoliczności, które na konkurencyjnym rynku badań prowadzą nierzadko do nadużyć w działalności badawczej²⁴.

Na gruncie amerykańskim starania o wprowadzenie standardów zakończyły się powodzeniem. Normy opracowane przez *The American Association for Public Opinion Research* (AAPOR) – wiodącą w Stanach Zjednoczonych organizację badawczą, przyjęły się tam powszechnie. Standardy te określają sposób kodowania ubytków w próbie, definicje miar poziomu realizacji²⁵, a także zakres informacji, które powinny być ujawnione przy prezentacji wyników sondażu²⁶. Stanowią one rezultat całościowego, wieloaspektowego podejścia do problemu, co oznacza między innymi, że dostarczają narzędzi do badania różnych typów niedostępności, a narzędzia te dostosowane są do poszczególnych technik gromadzenia materiałów i metod doboru respondentów. Co szczególnie ważne, nie poprzestano na przedstawieniu definicji podstawowej miary jaką jest *response rate*, która bazuje na ogólnym rozróżnieniu między respondentami niedostępnymi a dostęp-

cian response rates to mail and personal interview surveys, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1979, s. 210.

²² T.W. Smith, *Developing nonresponse standards*. International Conference on Survey Nonresponse, Portland, October, 1999, <http://www.norc.uchicago.edu/online/nonre.htm>, (czerwiec 2005).

²³ A. Huffington, *Investigating the Pollsters*, 1998 jest dostępny na stronie <http://www.ariannaonline.com/crusades/pollfree.php>, (czerwiec 2005).

²⁴ Por. P. De Michele, *Nonresponse*, <http://www.responsivemanagement.com/download/reports/Nonresponse.pdf>, (czerwiec 2005).

²⁵ AAPOR, *Standard Definitions. Final Dispositions of case codes and outcome rates for surveys*, 4th edition, Lenaxa, Kansas, 2006.

²⁶ AAPOR, *Press Release on Response Rate*, http://www.aapor.org/default.asp?ID=15&page=news_and_issues/press_releases_and_official_statements, (czerwiec 2005).

nymi. Wyodrębnienie dwóch podstawowych rodzajów nieodstępności jakimi są *odmowy* oraz *nieobecności*, znajduje odzwierciedlenie w takich miarach jak *współczynnik kooperacji* i *współczynnik kontaktów*. Dystynkcja ta związana jest z potrzebą oddzielnego monitorowania poziomu odmów oraz nieobecności, tym bardziej, że wzrost liczebności w tych kategoriach jest nierównomierny. Rozdział jest dodatkowo uzasadniony ustaleniem, iż osoby odmawiające i nieobecne mają często inne charakterystyki społeczno-demograficzne. Wprowadzenie nowych miar, przede wszystkim odsetka kooperacji ma być alternatywą dla odsetka odpowiedzi i odsetka odmów, które obecnie uważa się za miary „konserwatywne” i niedopasowane do badań nad czynnikami wpływającymi na zjawisko odmów.

Na potrzeby mojej pracy **przyjmuję** przedstawione tam definicje operacyjne. Wybór ten dodatkowo uzasadniam brakiem wytycznych w tym względzie ze strony ESOMAR. Argumentację na rzecz ujednolicenia narzędzi i definicji odnajduję jako w pełni uzasadnioną i nie widzę przesłanek do odrzucenia wypracowanych już ustaleń.

Prezentację ustaleń AAPOR ograniczam do tych definicji, którymi dalej operuję w pracy. Dotyczą one sondaży realizowanych techniką wywiadu kwestionariuszowego – *in-person household survey*, w których wykorzystuje się wielostopniowy dobór respondentów (losowy dobór adresów gospodarstw domowych, losowy dobór jednego respondenta spośród członków gospodarstwa domowego dokonany na miejscu przez ankietera).

Trzeba zaznaczyć, że definicje miar poziomu realizacji AAPOR opierają się na konkretnym schemacie klasyfikacyjnym, który służy do opisu przypadków zrealizowania oraz niezrealizowania badania z wylosowaną do próby jednostką. W przypadku gdy dane zostały zebrane w inny sposób, należy je przekodować, dopasowując do tego schematu. Konieczność przeprowadzenia właśnie takiego zabiegu wystąpiła w odniesieniu do danych, które stanowią zasadniczy materiał empiryczny pracy – dotyczy on sondaży *Aktualne Problemy i Wydarzenia*, realizowanych przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS).

Schemat klasyfikacyjny CBOS służący do opisu wizyty ankietera w wylosowanym adresie zawierał następujące kategorie²⁷:

²⁷ Obowiązywał do maja 2003. Wprowadzone potem zmiany polegały na połączeniu części kategorii. Stosowane przez CBOS dwie wersje karty realizacji badania przedstawiam w aneksie (załącznik 1 i 2).

1. wskazano niewłaściwy adres (puste mieszkanie, budynek niemieszkalny, zła numeracja, pusty plac)
2. pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
3. odmówiono wpuszczenia ankietera do mieszkania
4. odmówiono udzielania informacji na temat osób stale zamieszkujących pod wskazanym adresem
5. pod tym adresem nie mieszka osoba odpowiadająca kryteriom (osoba niepełnoletnia, zamieszkała czasowo itp.)
6. wylosowany respondent był chwilowo nieobecny
7. wylosowany respondent był nieobecny przez cały okres realizacji badania
8. wylosowany respondent był nieobecny w uzgodnionym wcześniej terminie
9. wylosowany respondent był niesprawny (ciężko chory, głuchy)
10. wylosowany respondent odmówił z powodu braku czasu
11. wylosowany respondent odmówił z powodu niechęci do wypowiedziania się na dany temat
12. wylosowany respondent odmówił ponieważ nie widzi sensu, potrzeby ankietowania
13. wylosowany respondent odmówił z obawy przed konsekwencjami swoich wypowiedzi
14. wylosowany respondent odmówił z powodu okresowej niedyspozycji (nietrzeźwości)
15. wylosowany respondent odmówił z innych powodów
16. wylosowany respondent odmówił bez podania przyczyn
17. wywiad zrealizowano pod wskazanym adresem
18. inne przyczyny niezrealizowania wywiadu, jakie...?

Schemat AAPOR jest zdecydowanie bardziej rozbudowany – zawiera więcej kategorii i są one dokładniej zdefiniowane. W jego obrębie są wyróżnione cztery podstawowe grupy kategorii:

1. Badanie zrealizowane (*interviews*);
2. Wskazanie respondenta możliwe (należy do badanej populacji), ale badanie niezrealizowane (*eligible cases that are not interview «non-respondents»*);
3. Brak informacji odnośnie tego czy wskazanie mieszkania i respondenta jest możliwe (*cases of unknown eligibility*);
4. Wskazanie mieszkania i respondenta nie jest możliwe (*cases that are not eligible*).

Ad. 1. Badanie zrealizowane (*interview*)

Rozpatrując znaczenia *nonresponse unit* i *nonresponse item* jakie wyżej nadano tym terminom, można sformułować pewną wątpliwość odnośnie możliwości ich wykorzystania w takim kształcie w praktyce badawczej – czy kwestionariusze wypełnione zaledwie w kilku procentach należy zakwalifikować jako *nonresponse unit*, czy raczej, kierując się definicją, włączyć je do puli zrealizowanych?

Standardy AAPOR dostarczają podstawy do zróżnicowania wartości zbieranego materiału ze względu na ilość uzyskanych od respondenta informacji. Zatem jeśli respondent podjął badanie, uzyskany od niego materiał można zakwalifikować jako:

- kwestionariusz wypełniony w całości (*complete*) (1.1),
- kwestionariusz wypełniony w części (*partial*) (1.2),
- kwestionariusz wypełniony w części na skutek rezygnacji z uczestnictwa w badaniu, przerwanie badania (*break-off*) (1.3).

Organizacja podkreśla, że każdy badacz jest zobowiązany zdefiniować *a priori* te trzy kategorie a prezentując materiał definicje ich ujawnić²⁸.

Co należy wyraźnie podkreślić, według standardów AAPOR, o zrealizowaniu badania z wybraną do próby jednostką możemy mówić tylko w przypadkach kiedy kwestionariusz respondenta został wypełniony w całości (*complete*) lub części (*partial*), natomiast przypadki przerwania badania (*break-off*) oznaczają jego niezrealizowanie i będą klasyfikowane jako *nonresponse unit*.

Ad. 2. Wskazanie respondenta możliwe, ale badanie niezrealizowane (*eligible cases that are not interview* »*non-respondents*«)

²⁸ Nadając im znaczenie może korzystać z następujących wariantów:

- Mniej niż 50% odpowiedzi na wszystkie umieszczone pytania oznacza przerwanie, od 50%–80% oznacza wypełnienie w części, powyżej 80% oznacza wypełnienie w całości;
- Mniej niż 50% pytań zadanych w stosunku do wszystkich umieszczonych oznacza przerwanie, od 50%–80% oznacza wypełnienie w części, powyżej 80% oznacza wypełnienie w całości;
- Mniej niż 50% odpowiedzi na kluczowe (najbardziej istotne) pytania oznacza przerwanie, od 50%–99% oznacza wypełnienie częściowe, 100% oznacza wypełnienie w całości;
- Możliwe kombinacje trzech powyższych wariantów. Przykładowo, 100% odpowiedzi na pytania kluczowe i 80%–100% odpowiedzi na pozostałe pytania oznacza wypełnienie w całości, itd.

Niezrealizowanie badania, w przypadkach kiedy wskazanie respondenta było możliwe, obejmuje trzy niezbędne do kalkulacji współczynnika realizacji, zasadnicze kategorie:

- odmowy i przerwania badania (*refusals and break-off*) (2.10);
- niemożność skontaktowania się (*noncontact*) (2.20);
- inne (2.30).

Zaleca się, aby w obrębie pierwszej kategorii dalej wyróżnić samodzielne typy: odmowy (2.11), a wśród nich odmowy udzielone przez członka gospodarstwa domowego (*household-level refusal*) (2.111) oraz odmowy udzielone przez osoby wylosowane na respondenta (*known respondent refusal*) (2.112); przerwania (2.12).

Drugą grupę stanowią przypadki niemożności skontaktowania się, które obejmują:

- wejście do budynku niemożliwe (*unable to gain access to the building*) (2.23), ponieważ budynek jest ochraniały²⁹; znajduje się za zamkniętą bramą. Ażeby możliwe było zakwalifikowanie przypadku do tej kategorii ankieter musi zdobyć informację, że wylosowane mieszkanie jest zamieszkane (ustalenie wystarczające jeśli nie istnieją bardziej szczegółowe kryteria doboru);

- Nie można nawiązać kontaktu z kimkolwiek z gospodarstwa domowego (*no one reached at housing unit*) (2.24), ale ankieter (z innych źródeł) potwierdza zamieszkanie. Do kategorii mogą też być zaliczane przypadki wyprowadzenia się z mieszkania jeśli nastąpiły w dniu wizyty lub na przestrzeni okresu realizacji (moment, w którym określony może być status „wybieralności” uzależniony jest od badacza);

- Wylosowany kandydat na respondenta jest nieobecny (*respondent away or unavailable*) (2.25).

Na grupę „inne” składają się następujące przypadki:

- Śmierć respondenta (*nonresponse due to death*) (2.31), o ile nastąpiła na przestrzeni okresu realizacji badania, bądź w dniu wizyty (definicja uzależniona od badacza).

- Trwała lub czasowa niezdolność fizyczna i/lub psychiczna do wzięcia udziału w badaniu utrzymująca się w całym okresie realizacji (zniedołężnienie starcze, ślepotę, głuchotę, zachorowania, osoba pod

²⁹ Odmowa wejścia na teren budynku udzielona przez strażnika nie może skutkować klasyfikacją przypadku jako „odmowa”, dopóki ten nie spełni roli pośrednika w kontakcie między ankieterem a członkiem gospodarstwa domowego.

wpływem alkoholu) (*the respondent is physically and/or mantally unable to do an interview*) (2.32);

– Problemy językowe (*language problems*) (2.33)³⁰ a wśród nich: nikt z członków gospodarstwa nie mówi w języku w jakim wygłaszana jest aranżacja (*household-level language problem*) (2.331); wylosowany respondent nie rozmawia w języku w jakim prezentowane są pytania kwestionariusza (*respondent language problem*) (2.332); nie można wysłać ankietera posiadającego odpowiednie umiejętności językowe do gospodarstwa domowego lub respondenta (*no interviewer available for needed language*) (2.333);

– Inne (2.35), które mogą zawierać kombinacje powyższych wyróżnionych (w obrębie 2.30), lub uwzględniać inne przypadki typu: zagubione kwestionariusze, fałszerstwa ankietera (pod warunkiem, że w wylosowanej jednostce istniała możliwość wskazania respondenta)³¹.

Ad. 3. Brak informacji odnośnie tego czy wskazanie mieszkania i respondenta jest możliwe (*cases of unknown egibility*) (3.0)

Kategorię tę konstituują dwie podstawowe sytuacje:

– Brak informacji odnośnie tego czy istnieje mieszkanie/budynek (*unknown if housing unit exists*) (3.10). Odnosi się do następujących przypadków: nie doszło do wizyty ankietera w adresie np. na skutek krótkiego czasu realizacji (*not attempted or worked*) (3.11); niemożliwe dotarcie z uwagi na niebezpieczną okolicę, pogodę (*unable to reach/unsafe area*) (3.17); niemożliwe zlokalizowanie mieszkania/budynku z uwagi na błędy w adresie (*unable to locate an adress*) (3.18).

– Brak ustaleń odnośnie możliwości wskazania respondenta w istniejącym mieszkaniu (*housing unit/unknown if respondent eligible*) (3.20). Przykładowo, jeżeli ankieter nie zastaje nikogo w domu i jednocześnie nie poszukuje dodatkowych informacji o adresie z reguły niemożliwe jest rozstrzygnięcie czy lokal jest pustostanem czy jest zamieszkały. Dodatkowo, im większą liczbą warunków obwarowany jest wybór respondenta tym więcej dodatkowych informacji o mieszkańcach musi zdobyć ankieter, a samo potwierdzenie, że lokal jest zamieszkiwany przestaje być wystarczające. W takich przypadkach odmówienie udziału w badaniu przez jednego z członków gospodarstwa domowego nie jest „wiążące” i nie może być w ten sposób odnotowane, dotąd do-

³⁰ Jeżeli osoby mówiące w innym języku są zdefiniowane jako nie należące do populacji, przypadki te kwalifikuje się jako 4.70 (wskazanie respondenta niemożliwe).

³¹ AAPOR, *Standard definitions* ... op. cit., s. 18–19.

póki ankieter nie upewni się, że w lokalu znajduje się co najmniej jedna osoba nadająca się na respondenta. Brak wystarczających informacji do oceny tego czy w mieszkaniu znajduje się osoba mogącą pełnić rolę badanego (*failure to complete a needed screener*) (3.21) sprowadza się do tego samego efektu co brak danych przy pytaniach o cechy związane z doбором (*missing data on a crucial screening item*).

– Inne (3.90)³².

Ad.4. Wskazanie mieszkania i respondenta nie jest możliwe – nie należy do badanej populacji (*cases that are not eligible*).

W kategorii będą zawierać się:

– Jednostki spoza próby (*out-of-sample cases*) (4.10) – jednostki mieszkalne umieszczone błędnie w operacie losowania, które nie leżą w obrębie jednostki losowania pierwszego stopnia (*outside the primary sampling unit*).

– Jednostki niemieszkalne i jednostki zbiorowego zakwaterowania (*not-a-housing unit*) (4.50) – w tym biura instytucji (4.51); jednostki zbiorowego zakwaterowania takie jak więzienia, sanatoria, szpitale (4.52); obozy wojskowe, pracy (4.53).

– Pustostany³³ (*vacat housing units*) (4.60): długotrwale niezamieszkanne budynki, mieszkania (4.61); zamieszkiwane sezonowo (4.62); inne (4.63).

– Jednostki mieszkalne, w których wskazanie respondenta niemożliwe (*housing unit with no eligible respondent*) (4.70) – ustalono, że żaden z członków gospodarstwa nie spełnia kryteriów doboru nałożonych przez badacza.

– Przypadki zrealizowania kwoty (*quota filled*) (4.80) – ustalono, że każdy z mieszkańców należy do takich kategorii społeczno-demograficznych, dla których ankieter dysponuje już potrzebną ilością wywiadów (kwoty w odpowiednich kategoriach zostały już osiągnięte)³⁴. Przypadki te dotyczą badań wykorzystujących tzw. probabilistyczną próbę z kwotami (*probability sampling with quotas – PSQ*). W próbie tej, w odróżnieniu

³² Ibidem, s. 19–20.

³³ Wymagane jest podanie jasnej definicji lokalu zamieszkanego, po to aby umożliwić ankieterowi rozróżnienie między pustostanem (4.60), a brakiem kontaktu z kimkolwiek z gospodarstwa domowego (2.24). Także, ankieter zobowiązany jest do poszukiwania dodatkowych informacji o adresie (relacje sąsiadów, dokładne oględziny miejsca) i raportowania ustaleń.

³⁴ Por. AAPOR, *Standard definitions ...* op. cit., s. 20–21.

od próby kwotowej (*quota sampling*), adresy mieszkań są wskazywane przy użyciu metody probabilistycznego doboru³⁵.

Sposób przekodowania schematu CBOS przedstawiam w tabeli 1. Tabela ta unaocznia, iż każda z instytucji uszczegóławia różne przypadki niezrealizowania wywiadu. CBOS bardziej rozbudował typy nieobecności oraz odmów, natomiast AAPOR – jednostki nienależące do populacji.

Ponadto, w schemacie CBOS nie ma specjalnie wydzielonej kategorii, która miałaby mieścić jednostki, co do których nie wiadomo czy należą do badanej populacji („UH/UO”). Analiza luźnych notatek ankierskich, które utrzymywałam we własnym zakresie, wskazuje, że przypadki tego rodzaju były kwalifikowane do kategorii „inne przyczyny niezrealizowania wywiadu” (18). Oto ich przykłady: *Droga zasypana, śnieg; Dojazd niemożliwy, dom położony głęboko w lesie; Chaotyczna numeracja budynków we wsi; Nie uzyskałam informacji o lokalu, nie mogłam wejść; Nie można się dostać do drzwi, wielkie psy; R. w Niemczech, nie wiadomo na jak długo, informacji udzieliła sąsiadka*. Kategoria „18” nie jest jednak jednorodna. Ankieterzy zamieszczali tu bowiem także jednostki nienależące do populacji (*Mieszkanie zamieszkiwane latem, Firma; Lokal niemieszkalny*) oraz należące do niej (*Poza miejscem zamieszkania na kilka dni; Cała rodzina na feriach; Mieszka tu starsza, chora kobieta; Potencjalny respondent będzie w niedzielę ok. 20⁰⁰; Na kilka dni do syna; Remont w domu, ale niechętny stosunek*).

Tabela 1.

Adaptacja schematu klasyfikacyjnego CBOS do kategorii AAPOR

	AAPOR	CBOS	
UZYSKANO WYWIAD	(1.0)		
W całości	(1.1)	17 /wywiad zrealizowano/	I
W części	(1.2)		P
NALEŻY DO POPULACJI, BRAK WYWIADU	(2.0)		
Odmowy i przerwania	(2.10)		R
Odmowa	(2.11)		
Odmowa na poziomie gospodarstwa domowego	(2.111)	3 /odmowa wpuszczenia do mieszkania/; 4 /odmowa info. o osobach na stałe zamieszkujących/	
Odmowa R.	(2.112)	10÷16 /wylosowany R odmówił .../	
Przerwania wywiadu	(2.12)		

³⁵ C.B. Stephenson, *Probability sampling with quotas: an experiment*, „Public Opinion Quarterly” vol. 43, 1979.

Tabela 1. (cd.)

Nieemożność skontaktowania się	(2.20)		NC
Nieemożliwe wejście do budynku	(2.23)		
Nieemożność skontaktowania się z kimkolwiek z gospodarstwa	(2.24)	2 /pod wskazanym adresem nikogo nie zastano/	
Nieemożność skontaktowania się z R	(2.25)	6 ,7, 8 /wylosowany R. był nieobecny...	
Inne	(2.30)		O
Śmierć	(2.31)		
Fizycznie, umysłowo niezdolny	(2.32)	9 /R. niesprawny, ciężko chory/	
Problemy językowe	(2.33)		
Nikt z gospodarstwa nie mówi w języku A	(2.331)		
R nie mówi w języku A.	(2.332)		
Nie można posłać ankietera, który mówi w języku R.	(2.333)		
Inne	(2.35)		UH
NIE WIADOMO CZY NALEŻY DO POPULACJI, BRAK WYWIADU	(3.0)		
Nie wiadomo czy istnieje budynek/ mieszsk	(3.10)	18 / inne przyczyny niezrealizowania wywiadu/; 0 /braki danych/	
Nie można wysłać ankietera	(3.11)		
Ankieter nie dotarł	(3.17)		
Nie zlokalizowano adresu	(3.18)		
Budynek/ mieszkanie istnieje, nie wiadomo czy R należy do populacji	(3.20)	UO	
Nie wiadomo czy R spełnia kryteria doboru	(3.21)		
Inne	(3.90)		
NIE NALEŻY DO POPULACJI	(4.0)		
Poza próbą	(4.10)	1 / wskazano niewłaściwy adres/	
Jednostka niemieszkalna	(4.50)		
Siedziby instytucji, biura	(4.51)		
Więżenia, sanatoria, szpitale, domy opieki	(4.52)		
Baraki wojskowe, obozy	(4.53)		
Pustostany (przejściowe)	(4.60)		
Pustostany (od dawna)	(4.61)		
Sezonowe pustostany	(4.62)		
Inne	(4.63)		
Nikt z gospodarstwa nie spełnia kryteriów doboru	(4.70)		

Opracowanie własne na podstawie AAPOR, *Standard Definitions. Final Dispositions of case codes and outcome rates for surveys*, 4th edition, Lenaxa, Kansas, 2006, s. 43.

Inne ograniczenie, które pojawiło się przy transformacji schematu CBOS, wynika z faktu, iż źródło informacji, jakim jest karta realizacji badania, nie precyzuje ile pozycyjnych braków odpowiedzi zawiera wywiad uznany za przeprowadzony („17”), tym samym nie istnieje możliwość wyodrębnienia kategorii „I” (*interview*) oraz „P” (*partial*). Na szczęście z bardzo dużym prawdopodobieństwem można orzec, że wywiady przerwane nie weszły do puli zrealizowanych („17”) – z analizy notatek ankieterów wiadomo, że przypadki takie należały do rzadkości i zawsze były klasyfikowane jako przypadki niezrealizowania wywiadu (umieszczano je w kategorii „18”).

Należy uzupełnić, iż transformacji wartości trzech zmiennych, opisujących efekty kolejnych wizyt ankietera (pierwsze, drugiej i ostatniej), która prowadzi do uzyskania jednego końcowego kodu, dokonałam kierując się wytycznymi AAPOR. Generalnie, sprowadzają się one do stosowania zasady „ostatniego kontaktu z człowiekiem”. Przykładowo, jeżeli nastąpiła odmowa, a w następnej wizycie nikogo nie zastano, przypadek kodowano jako odmowę. Zgodnie z sugestią AAPOR, jeżeli na przestrzeni kontaktów z potencjalnym respondentem lub członkiem gospodarstwa domowego miała miejsce odmowa, w ten sposób klasyfikowano przypadek (adres), chyba że w wyniku kolejnych wizyt udało się uzyskać wywiad lub okazało się, że wylosowana jednostka nie należy do badanej populacji. Innymi słowy, jeżeli na początku pojawiła się odmowa, a później wylosowany respondent przedstawił chorobę lub brak czasu jako powód niemożności uczestnictwa w badaniu, przypadek traktowano jako odmowę³⁶. Po zmianie wersji karty realizacji badania w maju 2003 roku, CBOS zrezygnował z żądania opisu trzech wizyt na rzecz jednego, końcowego zapisu.

Powyższa skodyfikowana klasyfikacja, przedstawiona w skrócie w tabeli 1, jest podstawą do obliczenia różnych typów współczynników realizacji:

1. Współczynnik odpowiedzi – RR (*response rate*);
2. Współczynnik kooperacji – COOP (*cooperation rate*);
3. Współczynnik odmów – REF (*refusal rate*);
4. Współczynnik kontaktów – CON (*contact rate*).

AAPOR opracował kilka wariantów obliczania poszczególnych typów współczynników realizacji – wielość zaproponowanych miar wynika z chęci ich dopasowania do różnych potrzeb, sytuacji badawczych oraz

³⁶ AAPOR, *Standard definitions...* op. cit., s. 9.

do pewnego stopnia – zmiennych umieszczanych w kartach realizacji badania. Nie istnieją wytyczne mówiące o powinności informowania o wartościach wszystkich współczynników, ani nawet o potrzebie uzasadniania dokonanych wyborów miar. Zabezpieczeniem przed powstaniem definicyjnych niejasności jest wymóg informowania o symbolu stosowanego współczynnika³⁷.

Do prezentacji wyników wytypowałam cztery współczynniki, którymi są odsetek odpowiedzi *RR6*, odsetek kontaktów *CON3*, odsetek odmów *REF3*, oraz odsetek kooperacji *COOP4*. Oto ich sposób kalkulacji:

$$RR6 = \frac{I + P}{(I + P) + (R + NC + O)}$$

$$CON3 = \frac{(I + P) + R + O}{(I + P) + R + O + NC}$$

$$REF3 = \frac{R}{(I + P) + (R + NC + O)}$$

$$COOP4 = \frac{I + P}{(I + P) + R}$$

Z uwagi na to, że przedmiotem mojego zainteresowania nie są błędy operatu losowania ani trudności zlokalizowania czy dotarcia do adresu przez ankietera, do szczegółowej analizy wybrałam takie współczynniki odpowiedzi, kontaktu oraz odmów, które w podstawie oprocentowania nie zawierają takich przypadków.

Wyborem współczynnika kooperacji kierowała zasada, aby w mianowniku uwzględnić tylko te osoby obecne w trakcie wizyty ankietera, które są fizycznie, umysłowo i językowo zdolne do podjęcia roli respondenta. Przyjęto więc taki wariant konstrukcji współczynnika, który opiera się na dwóch „czystych” kategoriach – zgodach i odmowach uczestnictwa.

³⁷ Ibidem, s. 36.

1.2. Wykorzystane materiały w badaniach własnych i ich charakterystyka

1.2.1. Materiały CBOS

Wykorzystany do analiz materiał dotyczy realizowanego przez CBOS sondażu opinii publicznej *Aktualne Problemy i Wydarzenia*. Przeprowadzany on jest raz na miesiąc. Okres realizacji jest kilkudniowy i obejmuje zawsze weekend. Krótkotrwałość tego okresu powoduje, że przy realizacji badania uczestniczy duża liczba ankietowanych, a każdy z nich ma przydzielane 6 adresów (wyjątkowo 12), zlokalizowanych niedaleko siebie (wynika to z clustrowanego charakteru próby). W ramach standardowo stosowanej procedury do wylosowanych mieszkań wysyłany jest pocztą list zapowiedni. List pełni także funkcję kontrolną pracy ankietowanych, którzy obowiązani są prosić potencjalnych respondentów o zwrot tego dokumentu, a następnie załączać go do materiałów, z których rozliczają się po zakończeniu pracy.

Źródłami zastanymi są, utrwalone w karcie realizacji badania (KRB), relacje ankietowanych informujące o rezultatach ich działań, podjętych w celu zrealizowania wywiadu w wylosowanych adresach. Dane te mają charakter jednostkowy (informacja na poziomie a d r e s u). Materiał otrzymany od CBOS ma postać elektronicznych baz danych, z których każda odpowiada próbom adresów wykorzystywanej w pojedynczym badaniu.

Badany okres obejmuje dekadę 1993–2003, z wyłączeniem trzech roczników – 1994, 1996, 1999. Z uwagi na trudności z uzyskaniem od CBOS zgody na udostępnienie całości zbiorów KRB, składając zapotrzebowanie wskazano na roczniki po 1999 roku oraz wszystkie lata wyborcze. Zapotrzebowanie (składane w 2004 roku) ograniczono rokiem 2003, tj. momentem, w którym nastąpiła zmiana sposobu doboru próby. Do sierpnia 2003 roku badania realizowano z wykorzystaniem operatów GUS, na ogólnopolskich losowych próbach gospodarstwach domowych (o trójstopniowym schemacie losowania: rejon statystyczny; mieszkanie; dorosła osoba zamieszkała na stałe, losowana przez ankietera metodą Kisha), natomiast od września rozpoczęto stosowanie prób imiennych PESEL³⁸.

³⁸ W. Dąbała, *Próby CBOS oraz szacowanie na ich podstawie parametrów populacji w badaniach sondażowych po roku 2000*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LVI/1, 2007, s. 130.

Dodatkowo, przez okres 1,5 roku utrwalalam we własnym zakresie spontanicznie sporządzone przez ankierów relacje ujawniające dokładniejsze okoliczności wizyty, a także informacje o płci i wieku respondentów niedostępnych, ale ponieważ w przeważającej ilości przypadków nie doszło do wylosowania kandydata na respondenta materiał ten nie jest przeze mnie dalej wykorzystywany. Natomiast luźne notatki ankierów dały lepszy wgląd w charakter zaistniałych odmów, a także okazały się użyteczne przy dostosowywaniu schematu CBOS, opisującego efekty wizyty ankiera w adresie, do schematu AAPOR.

Wykorzystywany do analizy materiał obejmuje następujące zmienne z KRB: numer województwa (V2); numer adresu w województwie (V3); kod pocztowy (V5); nazwa miasta lub gminy (V6); nazwa ulicy/nazwa wsi (dla gmin) (V7); opis wizyty pierwszej (V19); opis wizyty drugiej (V20); opis wizyty ostatniej (V21). Otrzymane dane zostały wzbogacone o nową, 6-wartościową zmienną, jaką jest wielkość miejscowości, w której wylosowany został adres³⁹:

1. wieś;
2. miasto do 19.999 tys. /M2/;
3. miasto od 20 tys. do 49.999 tys. /M3/;
4. miasto od 50 tys. do 99.999 tys. /M4/;
5. miasto od 100 tys. do 499.999 tys. /M5/;
6. miasto powyżej 500 tys. mieszkańców /M6/.

Przegląd otrzymanych od CBOS materiałów ujawnił potrzebę ich dodatkowej selekcji. Z puli badań wyłączono przede wszystkim te

³⁹ Rozdzielenie adresów wiejskich i miejskich przeprowadziłam w oparciu o analizę zapisów V5, V6 i V7 oraz informacji zawartych w bazie miejscowości www.hoga.pl (kwiecień 2005), na stronach internetowych gmin, a także w publikacjach statystycznych: GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2002 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005); GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2003 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005). Informacje o liczbie ludności w poszczególnych miastach zostały zaczerpnięte z następujących publikacji: GUS, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1992 roku*. Stan na 31 XII, Materiały źródłowe, 1993; GUS, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1994 roku*. Stan na 31 XII, Materiały źródłowe, 1995; GUS, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1996 roku*. Stan na 31 XII, Materiały źródłowe, 1997; GUS, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1997 roku*. Stan na 31 XII, Materiały źródłowe, 1998; GUS, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1999 roku*. Stan na 31 XII, Materiały źródłowe, 2000; GUS, *Ludność w miastach w latach 2000 i 2001*, Rocznik demograficzny, Warszawa, 2002; GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2002 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005); GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2003 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005).

z nich, w których na skutek odstępstwa od standardowej procedury doboru jednostek do badania nastąpiło zachwianie reprezentatywności (także pod względem dostępności respondentów) i jednocześnie badacz nie mógł jej skorygować takimi metodami jak ważenie lub zidentyfikowanie i wyłączenie rekordów odnoszących się do rezerwy czy innej formy nadreprezentacji. Takich pojedynczych badań wskazano 7, a analizowany materiał opiera się ostatecznie na 82 sondażach.

Oryginalny materiał (w postaci pliku elektronicznego) poddano czyszczeniu, a zabieg ten, poprzez wyeliminowanie zaobserwowanych błędów, miał na celu dokonanie pełnej rekonstrukcji próby wylosowanej i tym samym doprowadzenie do zgodności z zapisami wewnętrznej dokumentacji CBOS⁴⁰. Szczegółową charakterystykę zastanych materiałów, wraz zakresem wprowadzonych zmian oraz informacją o wyborze badań do analizy przedstawiają tabele zamieszczone w aneksie (załącznik 3).

Z uwagi na to, że wskaźniki realizacji spadały szybciej w miastach niż na wsi, CBOS zdecydował o zastosowaniu na stałe nadreprezentacji

⁴⁰ Wczesne materiały (szczególnie z roku 1993) odznaczały się najniższą jakością; wystąpił tu także problem brakujących rekordów, których liczba wynosiła czasem 60 i więcej. Jednakże analiza wartości zmiennych V2 i V3, a także dokumentacji CBOS gromadzonej przez dział realizacji wskazuje, iż standardowe próby, na jakich realizowano badania w tamtym okresie były zawsze projektowane jako 1500 lub 1350-elementowe. Z dokumentacji tej wynika dalej, iż poziom realizacji dla poszczególnych prób w 1993 roku był większy niż ten, który uzyskano w oparciu o analizę materiału zgromadzonego w bazach danych – większy niemal dokładnie o taką samą liczbę przypadków jaką stanowiły braki rekordów (różnica maksymalnie o ± 3 przypadki). Z deklaracji pracowników działu realizacji wiadomo też, że nigdy nie zdarzyła się sytuacja nie odesłania kompletu dokumentów przez któryś z ośrodków koordynatorskich. Można przypuszczać, że materiały nie nadesłane wystarczająco wcześnie nie były wprowadzane do zbiorów KRB. Podjęłam decyzję o wprowadzeniu zapisów o zrealizowaniu wywiadu w brakujących rekordach. W tym miejscu trzeba wyraźnie wskazać na konsekwencję takiej ingerencji w zastane materiały, jaką będzie rozbieżność w wynikach odnośnie poziomu realizacji między obecnym opracowaniem a wcześniejszymi publikacjami autorów zajmujących się problematyką niedostępności i wykorzystujących „oryginalne” materiały. Z. Gostkowski, P. Daniłowicz, *Osoby niedostępne dla wywiadów i miary stopnia reprezentatywności prób badawczych CBOS-u jako wskaźniki stosunku społeczeństwa do sondaży opinii publicznej*, Raport z badania... op. cit., K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Jednostki niedostępne w sondażach CBOS-u*, [w]: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. X, 2001. Sugerując się tak znacznym brakiem rekordów błędnie przyjmowano, że próba wyjściowa musiała być mniejsza niż standardowa 1500-elementowa i pomniejszoną jej liczebność traktowano jako podstawę oprocentowania. Brak dostępu w bazie do pełnej listy zmiennych (chodzi głównie o V2 i V3) utrudniał ustalenie faktycznej wielkości próby założonej.

dla adresów miejskich w próbach założonych. Jakkolwiek nadreprezentacje te były niewielkie, systematycznie je zwiększano (głównie w wielkich miastach)⁴¹. Realizacja badania na próbach nieproporcjonalnych, dla badacza zainteresowanego otrzymaniem reprezentatywnych wskaźników poziomu dostępności i niedostępności respondentów (mieszkań) w skali kraju oznacza konieczność przeważenia danych – jest to działanie zgodne z zaleceniami AAPOR. Dokonując tej operacji wykorzystano informacje o klasie miejscowości, w jakiej wylosowany został adres oraz publikowanej przez GUS strukturze ludności wg klas miejscowości dla poszczególnych roczników. Zaproponowany sposób ważenia opiera się na pewnych uproszczeniach i z pewnością nie jest idealny, jednak przyjmuję, że w efekcie jego zastosowania otrzymano wyniki bardziej reprezentatywne niż gdyby opierały się one na danych pochodzących z prób, których strukturę (udział mieszkań w klasach miejscowości) kilkakrotnie zmieniano. Potrzeba posługiwania się przeważonymi danymi wynika także z faktu podjęcia próby wskazania czynników objaśniających fluktuacje krzywej kooperacji, a wykorzystywane do tej analizy dane odnoszące się do zmiennych niezależnych, mają walor reprezentatywności.

1.2.2. Materiały z badań akademickich

W analizach posiłkowałam się także materiałem zebrany podczas realizacji akademickich badań kwestionariuszowych *Przestrzenne zróżnicowanie kapitału społecznego w Łodzi*, prowadzonych w Katedrze Socjologii Wsi i Miasta Instytutu Socjologii UŁ w okresie 2003/2004. Materiał pochodzący z tego badania opiera się na opracowanym przeze mnie narzędziu – karcie realizacji badania, dzięki której utrwalono relacje ankietatorów na temat przebiegu interakcji z potencjalnymi respondentami w fazie aranżacji wywiadu⁴².

Badanie to zrealizowano na próbie dorosłych mieszkańców Łodzi, którzy zostali wylosowani z operatów GUS⁴³. Jakkolwiek sposób losowania odpowiadał próbie imiennej, wylosowane osoby identyfikowano jedynie za pomocą informacji o adresie, płci i wieku (produkcyjny vs. poprodukcyjny), ponieważ ich imiona i nazwiska nie zostały badaczom ujawnione. W przypadku kiedy więcej niż jedna osoba w miesz-

⁴¹ W. Dąbała, op. cit., s. 130.

⁴² Aneks (załącznik 4).

⁴³ Wielkość próby założonej wyniosła n=1148.

kaniu spełniała kryteria doboru, na respondenta wybierano tę, która ostatnia miała urodziny. W liście zapowiednim informowano o tym, że realizowane przedsięwzięcie jest badaniem socjologicznym i dotyczy stosunku mieszkańców Łodzi do miasta oraz najbliższego otoczenia. Realizację wywiadów powierzono studentom UŁ (2/3 adresów), a w końcowej fazie badania – ankieterom CBOS (1/3 adresów). Wartość współczynnika kooperacji *COOP4* dla ankieterów studentów wyniosła 65,0%, a dla ankieterów CBOS-u 68,7% (adresy nie były rozdzielane losowo).

Kolejnym zamierzeniem badawczym było przeprowadzenie zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) z osobami, które odmówiły uczestnictwa w badaniu kwestionariuszowych. Wydłużony okres realizacji badania ankietowego sprawił, że rekrutacja uczestników do wywiadów fokusowych odbyła się w dwóch etapach.

Rekrutacja I odbyła się we wrześniu 2004 roku i zakładała ponowne dotarcie do osób, które odmówiły uczestnictwa w sondażu. Adresy tych osób (n=143) wytypowano na podstawie informacji zgromadzonych w kartach realizacji badania. Ponowny kontakt ze współpracownikiem uniwersyteckim poprzedzono specjalnym listem zapowiednim⁴⁴, który pełnił także funkcję kontrolne pracy ankieterów – jego zwrócenie badaczowi było dowodem obecności ankietera pod wyznaczonym adresem. Pierwszym zadaniem wysłanników (studentów) było ustalenie osoby, która wówczas odmówiła współpracy. Zadanie to było dość utrudnione z powodu upływu czasu, a także z tego względu, że wysłannicy nie dysponowali informacją o imionach i nazwiskach poszukiwanych osób, a jedynie ustaleniem czy osoba, która wówczas odmówiła była osobą spełniającą kryteria doboru (ze względu na płeć i wiek). Uczestnictwo w badaniu fokusowym proponowano tylko tym osobom, które zadeklarowały wcześniejszy kontakt z ankieterem uniwersyteckim i rezygnację z badania ankietowego. Tym z nich, które nie przystały na propozycję FGI (odpłatność w wysokości 50 zł), proponowano wypełnienie ankiety, w której umieszczono pytania o podstawowe charakterystyki społeczno-demograficzne oraz test NEO-FFI⁴⁵ (odpłatność w wysokości 10 zł). Propozycję taką składano też pozostałym rozmówcom, których obecna reakcja na wizytę wysłannika była odmowna, a także tym, którzy co prawda nie pamiętają faktu kontaktu z ankieterem, ale jako jedyni

⁴⁴ Aneks (załącznik 5).

⁴⁵ Tzw. Test Wielkiej Piątki, który mierzy poziom ugodowości, otwartości na nowe doświadczenia, introwertyzmu, neurotyczności oraz sumienności.

w gospodarstwie spełniają kryteria doboru (lub cechy określone przez poprzedniego ankietera). Dla ułatwienia wysłannikom pracy sporządzono dwie wersje karty realizacji badania z różniącym je „przewodnikiem” po procedurze⁴⁶.

Rezultaty rekrutacji I przedstawiam szczegółowo w zestawieniu 1. Przypadków, które kwalifikowały się do przedstawienia propozycji udziału w badaniu (FGI lub ankieta) było 91 (wyróżniono je poprzez zacienienie pola). Natomiast spośród obecnych w domu osób, które przyznały się do udzielenia odmowy ($n=35$), na udział w FGI zgodziło się 14 ($COOP4=40\%$). Niewielki zwrot liczby ankiet ($n=18$) spowodował, że materiały te nie nadają się do ilościowego opracowania. Wystąpiła relatywnie duża liczba przypadków nieobecności, której nie udało się zredukować z powodu krótkiego okresu czasu, jaki dzielił datę rozpoczęcia rekrutacji od wyznaczonych z góry terminów dwóch pierwszych fokusów.

Rekrutacja II miała miejsce w grudniu 2004 roku i przebiegała według innej zasady. Mówiąc swobodnie, tak jak pierwsza rekrutacja zakładała kontakt „po odmowie”, tak drugą można określić jako odbywającą się „na odmowie”, a więc podczas jednej i tej samej wizyty, w której ankieter najpierw próbował zachęcić do udziału w badaniu kwestionariuszowym, a w przypadku niepowodzenia proponował udział w płatnym FGI⁴⁷ (wypełniania ankiety nie proponowano). Podwójną rolę ankieterów-„łapaczy” pełnili ankieterzy CBOS oraz jedna studentka socjologii. Odnotali oni 82 odmowy (każdy odmawiający był potencjalnym uczestnikiem FGI), a zgodę na badania fokusowe uzyskali od 13 osób ($COOP4=15,9\%$).

Ostatecznie udało się zrealizować cztery sesje fokusowe, po dwie z każdego typu rekrutacji. Z racji niewielkiej liczby uczestników dwie sesje można określić mianem mini-fokusów⁴⁸.

⁴⁶ Aneks (załącznik 6).

⁴⁷ W stosunku do poprzedniej wersji karty realizacji badania (załącznik 4 aneksu) wprowadzono pytanie umożliwiające ankieterowi zapis reakcji na propozycję udziału w FGI.

⁴⁸ Liczba uczestników *FGI1-6*; *FGI2-4*; *FGI3-8*; *FGI4-4*. Liczba uczestników z wykształceniem wyższym-3, średnim-6, zawodowym-8, podstawowym-5.

Rezultaty rekrutacji I

Ustalono osobę, która wówczas odmówiła:	
Osoba, która wówczas odmówiła zgadza się na FGI	14
Osoba, która wówczas odmówiła odmawia FGI, ale zgadza się na ankietę	9
Osoba, która wówczas odmówiła odmawia FGI i wypełnienia ankiety	12
Osoba, która wówczas odmówiła jest nieobecna, rozmówca nie odmawia kontaktu	5
Osoba, która wówczas odmówiła jest nieobecna, rozmówca odmawia kontaktu oraz odmawia wypełnienia ankiety	3
Osoba, która wówczas odmówiła jest nieobecna, rozmówca odmawia kontaktu oraz zgadza się na ankietę	1
Osoba, która wówczas odmówiła nie pamięta faktu odmowy, ale jest jedyną osobą odpowiadającą kryterium doboru (lub opisowi dokonaneemu przez poprzedniego ankietę), odmawia wypełnienia ankiety	6
Osoba, która wówczas odmówiła nie pamięta faktu odmowy, ale jest jedyną osobą odpowiadającą kryterium doboru (lub opisowi dokonaneemu przez poprzedniego ankietę), zgadza się na ankietę	3
Nie udało się ustalić osoby, która wówczas odmówiła:	
Rozmówca deklaruje, że nikt z członków gospodarstwa nie miał kontaktu z ankietą, brak reakcji odmownej obecnie	5
Rozmówca odmawia kontaktu, nie udało się nawet zaproponować wypełnienia ankiety	19
Rozmówca odmawia kontaktu, odmawia wypełnienia ankiety	19
Rozmówca odmawia kontaktu, zgadza się na ankietę	5
Nikogo nie zastano	27
Zmiana lokatorów	3
Podeszły wiek, ciężka choroba	5
Inne	7
Razem	N=143

Źródło: Opracowanie własne.

Wobec zasadniczych trudności z pozyskaniem badanych nie stosowano żadnych dodatkowych kryteriów doboru, które mogłyby zwiększyć homogeniczność grup. Zdając sobie sprawę z niebezpieczeństw, jakie się wiążą z odstępieniem od tej zasady, uznałam, że lepiej jest przebadać wszystkich, którzy są skłonni udzielić informacji niż ryzykować przebadaniem części, choć w homogenicznych grupach. Jednocześnie, przystępując do badania obawiałam się, że prowadzenie wywiadów w diadach czy triadach nie zapewni odpowiedniej dynamiki grupowej.

Rozdział 2

ŹRÓDŁA INFORMACJI O RESPONDENTACH NIEDOSTĘPNYCH

Jak to zostało ujęte przez J. van der Zouwena i E. de Leeuw [...] *stuprocentowy odsetek odpowiedzi można uzyskać jedynie w Utopii*¹. Nieuchronność wystąpienia ubytków w próbie oznacza, że problem ten jest udziałem każdego badacza prowadzącego swe przedsięwzięcie na próbie losowej za pomocą sondażu. Konfrontacja z tym problemem w praktyce owocuje co najmniej dwoma typami podejść. Pierwsze, polega na poszukiwaniu informacji o jednostkach niedostępnych, a na bazie osiągniętej wiedzy jest podejmowana próba wyeliminowania ewentualnego błędu systematycznego obciążającego uzyskane wyniki. Drugie podejście polega zaniechaniu tego typu wysiłków i marginalizacji problemu. Tymczasem trzeba podkreślić, że generalna zasada, zgodna z wymogami poprawności metodologicznej nakazywałaby, wszędzie tam gdzie wystąpił problem niedostępności respondentów, przyjąć, że wyniki z próby są obciążone błędem, dotąd dopóki nie dostarczony zostanie dowód pozwalający odrzucić to założenie². W przypadku kiedy badacz poddaje w wątpliwość losowy odpad jednostek z próby lub kieruje się powyższą restrykcyjną zasadą, a jednocześnie nie podejmuje prób oszacowania i redukcji błędu, to jako uczciwy naukowiec powinien zrezygnować z wykorzystania wyników bądź wnioski ograniczyć do przebadanych przypadków. Jak jednak pisze G. Izrael, praktykowanie radykalnego zalecenia pierwszego jest w zasadzie niespotykane³. D. Hawkins dodaje, że w wielu pracach problem braku odpowiedzi rozwiązywany

¹ J. van der Zouwen, E.D. de Leeuw, *Survey Nonresponse, Measurement Error, and Data Quality: an Introduction*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London, 2002, s. 88 (przedruk artykułu, który ukazał się „Bulletin de Méthodologie Sociologique”, vol. 48, 1995).

² J.G. Bethlehem, H.M.P. Kersten, op. cit., s. 287.

³ Por. G. D. Izrael, *Sampling Issues: Nonresponse*, <http://www.edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/PD/PD00800.pdf>, (październik 2005).

jest zaledwie krótką wzmianką – jednym przypisem umieszczanym po to by szybko zapomnieć o sprawie⁴.

Wielkość błędu zależy od dwóch czynników: udziału jednostek niedostępnych w próbie oraz różnicy między wartością statystyki dla respondentów a wartością statystyki dla jednostek niedostępnych. Oznacza to, że błąd nie wystąpi w przypadku, gdy poziom realizacji badania równy jest 100%, lub wtedy gdy mimo ubytku, nie występuje różnica między respondentami a niedostępnymi (ze względu na pewną cechę)⁵.

Ponieważ wartość statystyki dla respondentów niedostępnych jest zazwyczaj nieznana, to dla zminimalizowania ryzyka wystąpienia błędu, badacze zwykle wybierają strategię, której celem jest uzyskanie maksymalnie wysokiego odsetka realizacji. Warto mieć jednakże na względzie, że zwiększenie poziomu realizacji nie musi prowadzić do redukcji błędu. Taka implikacja zachodzi jedynie wtedy, gdy *response rate* osiąga wartość 100%. Nieodmiennie obstając przy strategii podnoszenia odsetka realizacji i oczekując, że systematyczne pozyskiwanie respondentów niedostępnych będzie zawsze prowadzić do redukcji błędu systematycznego, badacze w niewystarczającym stopniu biorą pod uwagę, że poszczególne typy respondentów niedostępnych mogą charakteryzować się różnym stopniem oporu, a także nie liczą się z tym, że autoselekcja wśród różnych typów niedostępności może następować w różnych kierunkach. Dyrektywa, aby starać się o jak największy odsetek zwrotów nie jest uniwersalna i nie można jej ślepo formułować, ponieważ dążenie do podniesienia odsetka realizacji, któremu nie towarzyszy kontrola struktury próby, może nawet spowodować zwiększenie błędu systematycznego⁶.

Należy także pamiętać o tym, że błąd systematyczny można obliczyć jedynie w odniesieniu do pojedynczych statystyk, a nie wszystkich zmiennych razem czy całości sondażu. Fakt, że nie obserwuje się błędu w przypadku kilku zmiennych demograficznych nie oznacza, że pozostałe statystyki są od niego wolne. Problem ten unaoczniają wyniki ba-

⁴ D.F. Hawkins, *Estimation of nonresponse bias*, „Sociological Methods & Research”, vol. 3, no. 4, 1975, s. 462.

⁵ Por. W.G. Cochran, *Sampling techniques*, John Wiley & Sons, New York, 1963, s. 294; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 3; por. G. Lisowski, op. cit.

⁶ R. Groves, *Survey errors and survey costs*, John Wiley & Sons, New York, 1989, s. 147–8; R. Groves, *Nonresponse rates and nonresponse bias in household surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 70, No. 5, 2006.

dań B. Lagaya – chociaż potwierdzono, iż mimo ubytków próba pozostała reprezentatywna ze względu na zmienne demograficzne, okazało się jednocześnie, że odpad w stosunku do innej zmiennej nie miał charakteru losowego⁷. Na zagadnienie to szczególną uwagę zwraca D. Hawkins, specjalnie wyróżniając błąd, który odnosi się do zmiennych demograficznych (*distributional bias*) oraz błąd, który odnosi się do zmiennych będących przedmiotem bezpośredniego zainteresowania socjologa, innymi słowy substantywnych, pełniących w analizach rolę zmiennych zależnych (*substantive bias*)⁸.

Przedstawione pokrótce problemy sygnalizują trudności w poprawnym oszacowaniu wielkości błędu systematycznego i dokonaniu oceny wartości zebranego materiału. Głównym i oczywistym problemem jest z definicji utrudniony dostęp do wiedzy na temat cech osób niebiorących udziału w badaniach – w szczególności jeśli źródłem wiedzy o niedostępnych mają być sami niedostępni. Co prawda zaproponowano wiele pomysłówowych metod, by rozszerzyć pole manewru w tej dziedzinie, także poprzez wyszukiwanie alternatywnych źródeł informacji o niedostępnych, ale jednak metody te nie są wolne od różnorodnych wad, w tym dyskusyjnych założeń, które tkwią u ich podstaw.

Oprócz doraźnego zainteresowania jednostkami niedostępnymi, wynikającego z chęci uogólnienia na szerszą populację wyników pochodzących z jednego, konkretnego sondażu, jednostki niedostępne są także przedmiotem odrębnych studiów, których celem jest bliższe przyjrzenie się fenomenowi *nonresponse* i próba sformułowania twierdzeń o większym stopniu ogólności na temat mechanizmów powstawania ubytków w próbie. Inicjatywy te są bardzo cenne, także z tego względu, że ustalenia teoretyczne o charakterze nie statystycznym mogą wspomóc rozwój statystycznych metod redukcji błędów⁹. Co więcej, tylko

⁷ B.W. Lagay, *Assessing bias: A comparison of two methods*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 33, no. 4, 1969–70.

⁸ D.F. Hawkins, op. cit., s. 464; por. R. Fitzgerald, L. Fuller, *I hear you knocking but you can't come in*, „Sociological Methods & Research”, vol. 11, no. 1, 1982, s. 7.

⁹ R. Groves, M. Couper, *Theoretical motivation for post-survey nonresponse adjustment in household surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 11, No. 1, 1995, s. 93–106; J.G. Bethlehem, H.M.P. Kersten, *On the treatment of nonresponse in sample surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 1, No. 3, 1985, s. 288; R. Groves, M. Couper, *Multivariate analysis of nonresponse in personal visit surveys*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1993, s. 514; por. R. Groves, R. Cialdini, M. Couper, *Understanding the decision to participate in survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 56, 1992, s. 476.

bardziej systematyczny ogłód zjawiska sprzyja wypracowaniu dyrektyw, które mogą mu przeciwdziałać tj. ograniczać jego powstawanie w fazie terenowej.

W poniższym przeglądzie starałam się uwzględnić wszystkie źródła informacji o respondentach niedostępnych i metody ich wykorzystania, niemniej szczególną uwagę skupiam na tych, za pomocą których osiągnięto wyniki dalej referowane przeze mnie w kolejnych fragmentach pracy¹⁰.

2.1. Informacje uzyskane z zagregowanych danych spisowych (*census data*)

Wykorzystywanie danych spisowych jako zewnętrznego źródła informacji¹¹ jest prostą, niekosztowną i powszechną praktyką, stosowaną do oceny wielkości błędu systematycznego obciążającego wyniki z próby. Dane te, dostarczane przez urzędy statystyczne, umożliwiają bowiem porównanie wartości dla poszczególnych statystyk z próby z wartościami parametrów w populacji.

Metoda wykorzystująca to źródło informacji ma jednak sporo ograniczeń. Warunkiem jej zastosowania jest to, aby badane populacje się pokrywały. Urzędy statystyczne dostarczają informacji o „standardowych” populacjach tj. zlokalizowanych geograficznie lub wydzielonych ze względu na inne demograficzne zmienne (np. płeć czy wiek, stopień urbanizacji itp.), nie dostarczają natomiast danych o niewielkich, specyficznych populacjach, które mogą być akurat przedmiotem zainteresowania badacza.

Inna niedogodność może wynikać z braku dostępu do świeżych, aktualnych danych spisowych.

Problemem o największej bodaj wadze jest fakt, że dane spisowe mają postać danych zagregowanych (*macro data*) co powoduje, że in-

¹⁰ Dokładniejsze opracowanie Czytelnik znajdzie w tekście mojej pracy doktorskiej, K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Respondenci niedostępni w badaniach sondażowych*, praca doktorska napisana w Katedrze Metod i Technik Badań Społecznych IS UŁ pod kierunkiem dr hab. Anny Kubiak, prof. nadzw. UŁ, Łódź 2007, maszynopis.

¹¹ Informacje pochodzące ze źródeł wewnętrznych rozumiem jako te pozyskane bezpośrednio w procesie badawczym, wynikające z realizacji konkretnego badania i niemożliwe do osiągnięcia poza nim. Wewnętrznymi źródłami będą zatem dane z operatu losowania oraz pochodzące od respondenta, ankietera. Źródłami zewnętrznymi będą dane, które uzyskano za pomocą innych sposobów niż wyżej wymieniono.

formacje o cechach jednostek niedostępnych otrzymujemy w takiej samej tj. zagregowanej formie. Wnioskowanie o charakterystykach konkretnej grupy niedostępnych (np. odmawiających) jest w tym wypadku niemożliwe lub bardzo ryzykowne, bowiem wiązałoby się z założeniem, że zbiór respondentów niedostępnych jest zbiorem jednorodnym i określona cecha występuje z taką samą częstością w każdej z grup (niedostępnych). Jakkolwiek ogólna informacja, że respondenci nie różnią od niedostępnych pod względem badanej cechy, będzie prawdopodobnie w praktyce przez wielu traktowana jako satysfakcjonująca, warto mieć na względzie, że rozkład badanej cechy wśród poszczególnych rodzajów niedostępności może nie być równomierny. I chociaż wartość określonej statystyki obliczona dla respondentów w efekcie jest dobrym estymatorem wartości parametru w populacji, to wewnątrz zbioru niedostępnych możemy obserwować tendencyjne, a nie losowe wzory wypadania jednostek z próby. Efekt w postaci prawidłowego oszacowania wartości badanej cechy może być zatem następstwem wzajemnego znoszenia się błędów tendencyjności wewnątrz zbioru niedostępnych¹². Wyniki studiów empirycznych pokazują często, że wzory wypadania jednostek z próby z powodu *refusals* i *noncontact* są inne¹³. Ostatecznie, metoda ta będzie nieprzydatna do oddzielnego badania poszczególnych rodzajów niedostępności.

W dotychczasowych rozważaniach zakładano, dość idealistycznie, że ewentualna różnica między wynikami próby i spisu jest jedynie efektem wystąpienia jednostek niedostępnych w próbie, tymczasem ubytki z próby nie są jedynym źródłem błędu odróżniającym oba typy badań. Różnica może pochodzić z błędu losowego, wynikającego z przebadania części (losowej próby) a nie całości populacji, a także z błędu pomiaru, od którego mogą nie być wolne ani wyniki próby ani badania wyczerpującego¹⁴. Stwierdzenie, że różnice między wynikami mieszczą się w granicach błędu losowego może być spowodowane brakiem błędu

¹² Przykładem są wyniki studiów: Ch.S. Mayer, R.W. Pratt, *A note on nonresponse in a mail survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 30, 1967; W.J. Goudy, *Nonresponse effects on relationship between variables*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 40, 1976.

¹³ R. Groves, M. Couper, *Theoretical motivation...* op. cit., s. 93–106; J.B. Wilcox, *The interaction of refusal and not-at-home sources of nonresponse bias*, „Journal of Marketing Research”, vol. 14, 1977, s. 594–596.

¹⁴ Por. R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 187; Problem błędu pomiaru w badaniach nad jednostkami niedostępnymi unaoczniony jest w pracy I. Lin, N.C. Schaeffer, *Using survey participants to estimate the impact of nonparticipation*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 59, 1995, s. 249–251.

systematycznego (mimo wystąpienia ubytków), ale nie można wykluczyć, że efekt ten był konsekwencją zrównoważenia się wszystkich błędów. I odwrotnie, istnienie dużych różnic nie musi wskazywać na istnienie błędu systematycznego z powodu wystąpienia jednostek niedostępnych¹⁵.

Podkreśla się czasami, że problem występowania jednostek niedostępnych dotyka także spisów powszechnych, co obniża ich przydatność do omawianych tu porównań¹⁶. Wydaje się jednak, że skala tego zjawiska, przynajmniej w Polsce, jest akceptowalna. Uwaga ta może się natomiast stosować do badań reprezentacyjnych, których wyniki, także ogłaszane w rocznikach statystycznych, bywają wykorzystywane jako źródło zewnętrznych, zagregowanych informacji o jednostkach niedostępnych.

2.2. Jednostkowe informacje zawarte w operacie losowania (*frame data*)

Podobnie jak w przypadku danych spisowych, informacje pochodzące z operatu losowania są zwykle ograniczone do jednej bądź kilku cech demograficznych. Większą ilość charakterystyk oferują najczęściej te operaty, które definiują specyficzne populacje. Przykładem takich operatów, wykorzystywanych w badaniach nad respondentami niedostępными, są na przykład rejestry policyjne¹⁷, szpitalne¹⁸, czy sądowe¹⁹. W Stanach Zjednoczonych i Kanadzie wykorzystywane są dość szeroko tzw. *city directories*. Atrakcyjność tych spisów polega na tym, że odnosząc się do populacji zlokalizowanych w konkretnych miejscowościach zawierają między innymi informacje o profesji, statusie zawodowym figurujących osób oraz formie własności zajmowanych lokali²⁰.

¹⁵ T. W. Smith, *The hidden 25 percent: an analysis of nonresponse on the 1980 General Social Surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 47, 1983, s. 387–388.

¹⁶ P. Stopher, I. Sheskin, op. cit., s. 253.

¹⁷ Ch.S. Mayer, R.W. Pratt, op. cit.

¹⁸ L. Robins, *The reluctant respondent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 27, 1963.

¹⁹ I. Lin, N.C. Schaeffer, op. cit.

²⁰ F.E. Lowe, T.C. McCornick, *Some survey sampling biases*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 19, 1955; por. W.J. Goode, P.K. Hatt, *Methods in social research*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1952, s. 216.

Podstawową zaletą informacji pochodzących z operatu losowania jest to, że są one dostępne oddzielnie w stosunku do każdej wylosowanej jednostki (*micro data*). Konsekwencją powyższego jest to, że możemy obserwować cechy niedostępnych nie tylko w obrębie całego zbioru *nonresponse*, ale także śledzić je w podgrupach – poszczególnych typach niedostępności. Naturalnie, taka możliwość może zaistnieć dopiero wtedy, gdy badacz przeprowadzając badanie dołożył starań aby specyfikować przypadki niezrealizowania wywiadu (w oparciu o pewien schemat klasyfikacyjny zamieszczony w karcie realizacji badania).

Podkreślić jednak trzeba, że o zakresie w jakim będzie możliwe wykorzystanie danych z operatu (a także innych źródeł jednostkowych informacji) będzie decydować w dużej mierze rodzaj próby. Na przykład próba imienna pozwala ustalić charakterystyki wszystkich potencjalnych respondentów (ich płeć i zwykle wiek). Warto jednak wziąć pod uwagę, że odmowy udziału w badaniu w danym gospodarstwie domowym, udzielają czasami inne osoby niż te wylosowane na respondenta. Sytuacje te są dość problematyczne w ocenie – nie jest bowiem oczywiste, że osoba odmawiająca w imieniu wylosowanej osoby komunikuje jej wolę. Z kolei, przy próbie gospodarstw domowych, do ankietera należy ustalenie kandydata na respondenta, co w przypadku niezrealizowania wywiadu niestety często się nie udaje.

Niezależnie od rodzaju próby, dane zawarte w operacie losowania przynoszą przede wszystkim informację o miejscu zamieszkania – taka wiedza może być szczególnie przydatna jeśli badana populacja jest zróżnicowana ze względu na poziom urbanizacji.

Faktycznie jednak, zakres w jakim można wykorzystać dane adresowe może być znacznie szerszy – to zależy w dużej mierze od inwencji badacza, jego pytań problemowych, ale także od istnienia dodatkowych źródeł, które mogą dostarczyć innych, ciekawych charakterystyk populacji zlokalizowanych geograficznie. „Pochodną” danych adresowych mogą być, przy wykorzystaniu publikacji naukowych i statystycznych, takie zmienne jak gęstość zaludnienia, liczba osób korzystających z pomocy społecznej, poziom bezrobocia czy przestępczości na danym terenie. Przyporządkowanie jednostkom adresowym wartości cech, które tyczą się zbiorowości (element na wyższym poziomie agregacji) wiąże się zwykle z prowadzeniem analiz o charakterze ekologicznym.

2.3. Jednostkowe informacje pochodzące z innych źródeł zewnętrznych

Możliwość skorzystania ze źródeł zewnętrznych, które przynoszą jednostkowe informacje (*micro data*), a jednocześnie wykraczają poza skromny zakres zmiennych (oferowany zwykle przez operaty losowania) wydaje się być optymalnym rozwiązaniem w badaniach nad respondentami niedostępnymi. Jednakowoż uzyskanie dostępu do takich baz danych, pozwalających przyporządkować względnie szeroki zestaw informacji każdej wylosowanej do próby jednostce wraz z jej reakcją na prośbę o wywiad (*record-linking*), jest bardzo często niemożliwe i pozostaje w sferze pobożnych życzeń. Właśnie brak tej możliwości zawodził w literaturze przedmiotu mnogością alternatywnych rozwiązań, które mają w założeniu przezwyciężyć ten problem. Istnieją jednak pewne prace, które opierają się na wiarygodnych danych, pobranych z zewnętrznych źródeł, na temat respondentów niedostępnych. Wśród nich, najbardziej wartościowe są te, które odnoszą się do dużych populacji. Wyróżnienia pod tym względem wymagają badania J. Goydera, który wykorzystał kilka rejestrów łącznie, w tym *city directories*, do materiału pochodzącego z 6 sondaży²¹. Wyjątkowy projekt, wymagający pokonania trudności natury instytucjonalnej, zrealizowali R. Groves i M. Couper – w ich badaniach wykorzystane są jednostkowe dane pochodzące ze spisu powszechnego. Oni także dysponowali obszernym materiałem zdobytym podczas realizacji 6 sondaży przeprowadzanych dla/przez rządowego sponsora²².

Mimo niekwestionowanych zalet tej metody, trudno jednak nie wspomnieć o ograniczeniach wszelkich analiz opierających się jedynie na charakterystykach demograficznych. W podejściach nastawionych na ustalenie czynników sprzyjających powstawaniu odmów *vs.* kooperowaniu, ograniczenia te dają szybko znać o sobie. Jak piszą Groves i Couper: *w takich okolicznościach nie można ustalić dlaczego ludzie godzą lub nie godzą się na wywiad, ani jakie czynniki społeczno-psychologiczne prowadzą do takich decyzji*²³.

²¹ J. Goyder, *The silent minority*, Blackwell, Cambridge, 1987, s. 89–93.

²² R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. ix–x, 52–53.

²³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 76.

2.4. Informacje uzyskane od ankietera

Czwartym źródłem informacji o jednostkach niedostępnych są oparte na obserwacji relacje ankietera. W literaturze często zwraca się uwagę, że to źródło wiedzy nie zawsze jest dostatecznie doceniane, tymczasem ankieter poprzez swoją obserwację może zgromadzić dużo wartościowych danych.

Naturalnie, podstawowej informacji, której oczekuje się od ankietera w przypadku niezrealizowania wywiadu jest określenie powodów tego zajścia, umożliwiające rozpoznanie charakteru ubytków.

Informacją dostępną w stosunku do każdej wylosowanej jednostki, jaką może zebrać ankieter jest charakterystyka budynku, okolicy i sąsiedztwa. Informacje dostępne praktycznie tylko dla części jednostek niedostępnych zwykle dotyczą bezpośrednich charakterystyk gospodarstwa domowego i potencjalnych respondentów. Mimo, że część z nich może mieć tylko charakter przypuszczeń i oszacowań (np. liczba i wiek członków gospodarstwa domowego, posiadanie dzieci, wielkość dochodu, stan cywilny zamieszkałych osób), badacze często podejmują działania w celu ich zebrania²⁴. Jakkolwiek dane zebrane na podstawie obserwacji ankietera dość często wykorzystuje się w celu oszacowania błędu tendencyjności, podkreśla się jednak, że należy je traktować z dużą ostrożnością²⁵.

Obok nurtu inicjatyw badawczych skupionych na zebraniu jak największej ilości danych ilościowych (głównie demograficznych) od jak największej grupy jednostek niedostępnych, w ostatnich latach wielu badaczy podjęło próbę zrozumienia fenomenu *nonresponse* bliżej przyglądając się okolicznościom, w jakich dochodzi do niezrealizowania wywiadu na skutek odmów. Za pośrednictwem ankieterów (relacja bądź nagranie) zbierane są informacje odnośnie każdej wylosowanej jednostki, mające ujawnić charakter i szczegóły interakcji między ankieterem a członkiem gospodarstwa domowego, jakimi są: długość kontaktu pod-

²⁴ Por. D.F. Hawkins, op. cit., s. 476–477; T. Smith, *The hidden...* op. cit. s. 388; T.J. DeMaio, *Refusals: who, where and why*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 44, 1980, s. 225–227; R. Fitzgerald, L. Fuller, op. cit., s. 6.

²⁵ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 187; Potwierdzają to rezultaty badań F. Sztabińskiego, który zajmował się problemem wiarygodności relacji ankieterskich: F. Sztabiński, *Ankieta do ankietera: źródło informacji czy dezinformacji o wywiadzie kwestionariuszowym?*, „ASK”, nr 2 (4), 1996.

czas wizyty, miejsce aranżacji, zachowanie ankietera i używane przez niego argumenty, zachowanie badanego, treść jego pytań i wątpliwości²⁶.

Trzeba uściślić, że jeśli chodzi o zachowanie potencjalnego respondenta, mam tu na myśli jego spontaniczne wypowiedzi, nie wywoływane pytaniem badacza o powody nie wzięcia udziału w badaniu. W literaturze różnie ocenia się użyteczność tego rodzaju materiałów. A. Bebbington pisze – *były tylko trzy typy odmawiających: ci, którzy byli wrogo nastawieni; ci którzy twierdzili, że są zbyt zajęci oraz ci, którzy „nie byli zainteresowani”, ale wątpliwe jest, ażeby ich motywami były aż tak zróżnicowane*²⁷. Istotnie, jak wynika z wielu badań, zachowania o których pisze Bebbington są typowymi i bardzo często pojawiającymi się reakcjami na prośbę udziału w sondażu, chociaż z pewnością kategorie te nie opisują zjawiska w sposób wyczerpujący, co uwidoczniają rezultaty bardziej systematycznych i wnikliwych podejść²⁸.

Dzięki relacjom na temat przebiegu interakcji między ankieterem a potencjalnym respondentem, badacze niewątpliwie zyskują lepszą orientację odnośnie przyczyn powstawania odmów, zdobywają wgląd w to jaka ich część ma kategoriyczny charakter, jaka część wynika z pryncypialnej opozycji, jakie są szanse ich redukcji itd. T. DeMaio interesowała się wypowiedziami potencjalnych respondentów po to by ocenić jaki wpływ na generowanie odmów spowodowało wejście w życie nowych uregulowań prawnych zawartych w *the Privacy Act*²⁹. J. Morton-Williams i P. Young stosując jakościowe podejście, przeprowadzili analizę treści przebiegu aranżacji na podstawie nagrań kasetowych – interesował ich problem w jaki sposób i na jakim tle pojawia się niechęć do kooperacji oraz jak z negatywnymi reakcjami radzą sobie ankieterzy³⁰. D. Maynard i N. Schaeffer wykorzystali metodę analizy konwersacyjnej do badania dynamiki interakcji kończących się odmową³¹.

²⁶ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 49, 233–237.

²⁷ A.C. Bebbington, *The effect of non-response in the sample survey with an example*, „Human Relations”, vol. 23, no. 3, 1970, s. 173.

²⁸ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 234–235; M. Couper, *Survey introductions and data quality*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 61, 1997, s. 323.

²⁹ T. DeMaio, op. cit., s. 224.

³⁰ J. Morton-Williams, P. Young, *Obtaining the survey interview – an analysis of tape recorded doorstep introductions*, „Journal of the Market Research Society”, vol. 29, no. 1, 1987, s. 35.

³¹ D.W. Maynard, N.C. Schaeffer, *Keeping the gate. Declinations of the request to participate in telephone survey interview*, „Sociological Methods & Research”, vol. 26, no. 1, 1997.

R. Groves i M. Couper analizowali związek między poszczególnymi typami reakcji (wypowiedzi) potencjalnych respondentów w trakcie aranżacji a ich charakterystykami społeczno-demograficznymi. Postawili też pytanie o wpływ ankietera na tą zmienną³².

Informacje od ankieterów, odnoszące się do przebiegu inicjowanych przez nich interakcji z potencjalnymi respondentami, pozyskuje się także przy użyciu techniki zogniskowanego wywiadu grupowego. Użyte przez R. Grovesa i M. Coupera dane okazały się materiałem bardzo wartościowym, które wykorzystano do wyprowadzenia ogólniejszych twierdzeń dotyczących mechanizmów partycypacji i odmowy; oraz wypracowania bardziej efektywnych strategii pozyskania respondenta³³.

2.5. Informacje uzyskiwane od respondentów, którzy na pewnym etapie badania zostali zakwalifikowani jako niedostępni

Dotychczas rozważane były sytuacje, w których informacje o respondentach niedostępnych uzyskiwano „poza nimi”. Obecnie, analizie będą poddane te metody, które wykorzystują samych respondentów niedostępnych jako źródło informacji o ich cechach. Będzie tu jednocześnie mowa o sytuacji, w której badacz wywołuje źródła – a więc wypowiedzi respondentów uzyskuje się w wyniku zadania im pytań sformułowanych przez badacza. Ponieważ przedstawione poniżej metody zakładają uzyskanie informacji od respondenta niedostępnego, a więc tym samym zmieniają jego status dostępności, z logicznego punktu widzenia wydaje się być bardziej wskazane nazywać go respondentem, który na pewnym etapie został zakwalifikowany jako niedostępny.

Sposoby, a czasami nawet cele omawianych niżej podejść będą różniły się między sobą. O dane jakościowe badacze zabiegają bardzo rzadko, stąd badanie respondentów niedostępnych utożsamia się najczęściej z *surveying of nonrespondents*. Wielość metod w ramach podejścia ilościowego należy odczytywać jako pochodną zasadniczej trudności w zdobyciu informacji od wszystkich respondentów niedostępnych. Ze zróżnicowaniem poszczególnych podejść wiąże się zatem ich

³² R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 238–243.

³³ Por. R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 51.

różny stopień restrykcyjności w następującej kwestii – od jak dużej i jak wybranej części zbioru respondentów niedostępnych wystarczy mieć informacje by móc wnioskować o całości.

2.5.1. Badanie losowej próby respondentów niedostępnych

Pierwszą alternatywą wobec perspektywy zebrania informacji od wszystkich respondentów niedostępnych jest wylosowanie i zbadanie ich próby.

Metoda zakładająca losowy dobór próby respondentów niedostępnych (*random subsample of nonrespondents*) nazywana jest inaczej w angielskim *double sampling* lub *two-phase sampling*. Pierwsza faza odnosi się do badania, które można nazywać podstawowym badaniem sondażowym; zakłada więc wylosowanie próby z badanej populacji, przeprowadzenie terenowej fazy badania, a po jej zakończeniu – wydzielenie respondentów i niedostępnych. W fazie drugiej wykorzystuje się informacje zdobyte w fazie poprzedniej – ze zbioru zidentyfikowanych niedostępnych losowana jest próba. Badaniem należy objąć wszystkie jednostki wchodzące w skład próby – bez względu na liczbę wizyt potrzebnych do uzyskania wywiadu³⁴. Metody badania próbki jednostek niedostępnych opracowali M.H. Hansen i W.N. Hurwitz oraz E. Deming – obwarowane licznymi wymaganiami i założeniami, metody te są mało popularne i rzadko wykorzystywane w praktyce³⁵.

2.5.2. Informacje o stopniu trudności w pozyskaniu respondenta

Niemożliwość włączenia do próby zrealizowanej wszystkich jednostek niedostępnych i trudności z przebadaniem ich losowej próby, spowodowały, że zaczęto rozważać wartość mniej restrykcyjnych metod w określaniu i eliminowaniu błędu systematycznego. Jedną z tych me-

³⁴ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 160.

³⁵ M.H. Hansen, W.N. Hurwitz, *The problem of non-response in sample surveys*, „American Statistical Association”, vol. 41, 1946; W.E. Deming, *On probability mechanism to attain an economic balance between the reluctant error of response and the bias of nonresponse*, „American Statistical Association Journal”, vol. 48, No. 264, 1953. Metody te szczegółowo omawiam w swojej pracy doktorskiej.

toż wywodzi się z obserwacji, że wylosowane do próby jednostki różnią się stopniem dostępności. Są wśród nich takie, których zastanie w domu nie nastręcza trudności, podobnie jak skłonienie do kooperacji – jednostki te określa się mianem łatwo dostępnych (*initial, early respondents*). Z drugiej strony, istnieją takie, które wymagają wielu wizyt aby nawiązać z nimi kontakt albo wysiłków aby namówić do podjęcia roli respondenta – jednostki te nazywa się trudnodostępными (*final, late respondents*). Dostępność respondenta można dokładniej stopniować, za jej miarę przyjmując liczbę wizyt potrzebnych do zrealizowania wywiadu (lub liczbę monitów w przypadku ankiety pocztowej). Chociaż metoda wykorzystująca informacje o stopniu trudności w pozyskaniu respondenta będzie miała swoje różne warianty, mówiąc najogólniej, opiera się na założeniu, że jednostki niedostępne są podobne do tych trudnodostępnych.

Pierwszy wariant tej metody, nazywany przez T.W. Smitha – *the difficulty method*³⁶, zakłada, że jednostki niedostępne są do siebie podobne, stanowią h o m o g e n i c z n y zbiór, w którym nie wyróżnia się typów niedostępności (odmów czy nie nawiązania kontaktu). Jednostki wylosowane do próby można umieścić na k o n t i n u u m o p o r u (*continuum of resistance*), będącym funkcją ilości wizyt (lub monitów) potrzebnych do uzyskania wywiadu (lub odesłania wypełnionej ankiety). Na jednym jego krańcu znajdują się osoby, które dostarczyły odpowiedzi podczas pierwszej wizyty (lub podczas pierwszej fali zwrotów); na jego drugim końcu są osoby, od których materiału nie uzyskano – niemniej, zgodnie z logiką tego podejścia zakłada się, że odpowiedzi od nich można by było zdobyć gdyby terenowa faza badania została odpowiednio wydłużona. Oznacza to, że nadanie jednostkom statusu dostępności i niedostępności wynika z arbitralnej decyzji badacza odnośnie momentu zakończenia etapu zbierania materiałów. Jednocześnie im więcej wizyt ma miejsce, tym respondenci trudnodostępni (w poprzedniej fali jeszcze „niedostępni”) są coraz bardziej zbliżeni w swych charakterystykach do niedostępnych³⁷.

Po zamknięciu fazy terenowej, dalsza procedura polega na wyszukiwaniu spośród zawartych w kwestionariuszu takich zmiennych, które są związane (najlepiej liniowo) ze zmienną określającą stopień trudności w pozyskaniu respondentów (np. wraz ze zwiększającą się liczbą wizyt

³⁶ T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 390.

³⁷ R. Fitzgerald, L. Fuller, op. cit., s. 11; I. Lin, N.C. Schaeffer, op. cit., s. 238.

potrzebnych do przeprowadzenia wywiadu, w zrealizowanej próbie obserwuje się wzrost liczby osób mających zatrudnienie). Wykryte zależności zostają wykorzystane do ekstrapolacji (predykcji, za pomocą analizy regresji) cech określających jednostki niedostępne. Przykładem zastosowania tego wariantu metody wykorzystującej informacje o stopniu trudności w pozyskaniu badanego jest praca F. Filiona, oparta o ankietę pocztową jako technikę zbierania materiałów³⁸.

Założenie o istnieniu kontinuum oporu zostało w wielu pracach podważone³⁹. Jego weryfikacja była możliwa po zdobyciu informacji o respondentach niedostępnych z dodatkowych, niezależnych źródeł. Słabości tej metody ujawniły się szczególnie, gdy założenie to poddano testom w badaniach realizowanych technikami wywiadu, przy których łatwiej różnicować typy niedostępności (odmowy, nieobecności itd.) i śledzić charakterystyczne dla tych typów wzory błędów. Analiza kolejnych fal zwrotów wykazała, że metoda ponawiania kontaktów przyczynia się wydatnie do zmniejszenia przypadków nieobecności, a jej efektywność w redukcji odmów jest nieporównywalnie mniejsza. W konsekwencji, po zakończeniu fazy terenowej, osoby, z którymi nie udało się skontaktować stanowiły zwykle kilka procent zbioru respondentów niedostępnych, natomiast odmowy, twarde jądro niedostępności, przypadało na resztę. Typowe dla tej metody założenie, że grupę niedostępnych najlepiej opisują charakterystyki respondentów ostatniej fali zwrotów (w tym wypadku osób, które było bardzo trudno zastać w domu) było empirycznie weryfikowane i zostało częściowo odrzucone. Istnienie kontinuum oporu mogłoby zostać podtrzymane wtedy gdyby wzory wypadania odmawiających i nieobecnych były takie same. Istotnie, jedną z takich cech, dla których autoselekcja w obu tych grupach następuje w tym samym kierunku jest poziom urbanizacji miejsca zamieszkania – mieszkańców wielkich miast trudno jest zastać w domu, a także nakłonić do udziału w badaniu. Natomiast, zwykle inaczej się to przedstawia w przypadku takich cech jak wiek, wykształcenie, czy wielkość zarobków.

³⁸ F.L. Filion, *Estimating bias due to nonresponse in mail surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39, 1975.

³⁹ I. Lin, N.C. Schaeffer, op. cit., s. 241–244; T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 398; R. Fitzgerald, L. Fuller, op. cit., s. 11–16; D. Hawkins, op. cit., s. 480; I. Stoop, *The hunt for the last respondent: Nonresponse in sample surveys*, Hague, Social and Cultural Planning Office, 2005, s. 222.

Ostatecznie, w literaturze przyjmuje się dość zgodnie, że założenie o homogeniczności zbioru respondentów niedostępnych jest fałszywe i oparta na nim *the difficulty method* jest bardzo ryzykownym sposobem szacowania cech w s z y s t k i c h jednostek niedostępnych. Nie wyklucza się natomiast użyteczności tej metody do szacowania cech c z ę s c i jednostek niedostępnych – tych, z którymi mimo wielu wysiłków nie udało się skontaktować⁴⁰.

W drugim wariancie metody wykorzystującej informacje o stopniu trudności w pozyskaniu respondenta przyjmuje się, że jednostki niedostępne są zbiorem h e t e r o g e n i c z n y m. W tym ujęciu respektowana jest dystynkcja między osobami odmawiającymi a nieobecnymi – metoda oparta jest na m o d e l u k l a s (*classes model*)⁴¹. Ogólne założenie mówiące o tym, że jednostki niedostępne są podobne do tych trudnodostępnych przyjmie w tym wypadku postać dwóch twierdzeń. Pierwsze będzie mówiło, że osoby nieprzebadane na skutek nieobecności będą swoimi charakterystykami najbardziej przypominać tych respondentów, z którymi bardzo trudno było się skontaktować (jest to nic innego jak *the difficulty method* „po rewizji”). Drugie będzie mówiło, że odmawiający, których nie udało się namówić mimo kilku wizyt i działań perswazyjnych (*final refusers*) będą swoimi cechami najbardziej odpowiadać tym odmawiającym, których udało się „nawrócić” tzn. po którejś wizycie przekonać do udzielenia wywiadu. Dla tych ostatnich rezerwuje się w literaturze następujące określenia: czasowo odmawiający (*temporary refusers*); respondenci niechętni (*reluctant respondents*), nawróceni (*converted*). Metoda zaś nosi nazwę *conversion adjustment*⁴².

Tak jak cechy osób, z którymi nie nawiązano kontaktu szacuje się często poprzez ekstrapolację, tak owo „podobieństwo” między nieprzebadanymi odmawiającymi a „nawróconymi”, najczęściej będzie sprowadzać się do s u b s t y t u c j i – tym pierwszym przypisywane są charakterystyki drugich. Przykład takiego podejścia w rozwiązywaniu problemu występowania jednostek niedostępnych z powodu odmów można znaleźć w pracy A. Stinchcombe’a, J. Calvina i P. Sheatsleya⁴³.

⁴⁰ T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 399.

⁴¹ I. Lin, N.C. Schaeffer, op. cit., s. 238.

⁴² T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 387. Dodać jednak trzeba, że w literaturze można spotkać z sytuacją, w której badacze różnicują te pojęcia, dostosowując znaczenia terminów do własnych potrzeb.

⁴³ A. Stinchcombe, J. Calvin, P. Sheatsley, *Nonresponse bias for attitude questions*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45, 1981.

Jak zauważa T.W. Smith, choć ekstrapolacja, w oparciu o kontinuum: respondenci chętni do kooperacji – nawróceni – odmawiający; możliwa jest do przeprowadzenia, wskazane by było dokonanie gradacji respondentów „nawróconych” i wyróżnienie np. łatwych i trudnych do konwersji. Zwykle niewielka efektywność praktyk nawracania uniemożliwia jednak taką specyfikację (zbyt małe n)⁴⁴. Swoją drogą, w takiej sytuacji w ogóle zwiększa się sceptycyzm co do wartości tego materiału i możliwości szacowania na jego podstawie cech osób konsekwentnie odmawiających, niezachwianych w swej decyzji. Ażeby tę wartość ocenić trzeba porównać efekty, jakie przynosi ta metoda z uzyskanymi z niezależnego źródła informacjami na temat najtwardszych „odmawiaczy”. Badania T.W. Smitha, przykładowo, przyniosły niejasny werdykt – metoda ta dała dobre oszacowania, ale tylko dla części analizowanych cech⁴⁵. Odrzuciła ją I. Stoop⁴⁶, a za niepewną uznali również I. Lin i N. Schaeffer. Ich analizy pokazały także jak ocenę metody utrudnia wystąpienie błędów pomiaru⁴⁷.

Generalnie, przyjmuje się, że metoda ta ma dość duży potencjał i warto kontynuować nad nią badania, niemniej jasne jest, że ani substytucja ani ekstrapolacja nie może być rutynowo stosowaną metodą szacowania cech *final refusers*⁴⁸.

Wśród empirycznych prac, zakładających powtórne dotarcie do respondentów niedostępnych, da się także wyróżnić podejścia wykorzystujące elementy różnych metod czy w różnym stopniu do nich się odwołujące. Przykładem będą badania nad związkiem między ilością wizyt potrzebnych do zrealizowania wywiadu, a charakterystykami respondentów, które prowadził w Polsce H. Domański⁴⁹ oraz I. Anuszevska⁵⁰. Inny przykład będą stanowiły przedsięwzięcia polegające na wystosowaniu prośby o udział w sondażu do wszystkich nie-respondentów podstawowego badania – materiał uzyskany od mniejszej lub większej ich części stanowi podstawę porównań między charakterystykami respondentów podstawowego badania, a cechami respondentów „odzy-skanych” w dodatkowym badaniu. Jakkolwiek intencją tego rodzaju

⁴⁴ T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 392.

⁴⁵ Ibidem, s. 400–401.

⁴⁶ I. Stoop, *The hunt...* op. cit., s. 222–3. 243–246, 251.

⁴⁷ I. Lin, N.C. Schaeffer, op. cit., s. 245–252.

⁴⁸ T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 401.

⁴⁹ H. Domański, *Liczba wizyt i czas trwania badań*, „ASK”, nr 15, 2006.

⁵⁰ I. Anuszevska, *Dostępność respondentów*, „ASK”, nr 9, 2000.

przedsięwziąć jest sformułowanie wniosków na temat występowania różnic w charakterystykach jednostek dostępnych i niedostępnych, to świadomi ograniczeń tego podejścia badacze nie wysuwają konkluzji w tak mocnej formie⁵¹.

2.5.3. Informacje uzyskane od respondentów, którzy nie wzięli udziału w dalszych falach badania panelowego (*study panel nonrespondents*)

Możliwość zdobycia informacji o jednostkach niedostępnych stwarzają także badania panelowe – respondenci wypadając z próby po pierwszej fali (stają się niedostępni w kolejnych) zostawiają badaczom swoje pełne charakterystyki. To co potencjalnie czyni to źródło niesłychanie atrakcyjnym to przede wszystkim wielość i bogactwo zmian, za pomocą których można opisać jednostki niedostępne. Relacje z tego typu badań bardzo często spotyka się w literaturze⁵².

Jeżeli jednak badacz ma aspiracje, aby na podstawie takiego materiału formułować ogólniejsze wnioski o charakterystykach niedostępnych, trzeba wskazać na istotne słabości tej metody. Po pierwsze, proces powstawania ubytków w panelu odbywa się prawdopodobnie wedle innego wzoru niż w badaniu jednorazowym (*cross-sectional study*), co jest związane z różnym stopniem uciążliwości zadania jakie przedkłada się respondentowi. Argument ten jednak traci na wadze w tych przypadkach, gdy zasadniczy sondaż nie był pomyślany jako panel tylko badanie jednorazowe i dopiero po jego realizacji pojawił się pomysł powrotu do respondentów próby zrealizowanej.

Wśród słabych punktów tego podejścia ważniejsze jednak wydaje się to, że *study panel nonrespondents* nie obejmuje niedostępnych pierwszej

⁵¹ A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1993; A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1995; H. Domański, *Jednostki niedostępne. Problem wpływu na wyniki badań*, „ASK”, nr 8, 1999; P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, D. Przybysz, *Are non-respondents similar to respondents? Findings from the ESS-2004 in Poland*, „ASK”, nr 16, 2007

⁵² B.S. Dohrenwend, B.P. Dohrenwend, *Sources of refusals in surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 32, 1968; W.J. Goudy, op. cit.; A.C. Bebbington, op. cit.; A.R. Clausen, *Response validity: vote report*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 32, 1969; M.W. Traugott, J.P. Katosh, *Response validity in surveys of voting behavior*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1979.

fali, a więc tych którzy na samym początku nie zgodzili się na udział w badaniu⁵³. Powstaje więc zasadnicze pytanie czy odmawiający w drugiej fali to te same (podobne) osoby co odmawiający w pierwszej? Częściowych uzasadnień dla przyjęcia wniosku o istnieniu zasadniczego podobieństwa dostarczyły niektóre empiryczne studia – jak wykazano osoby, które zrezygnowały z uczestnictwa w drugiej fali panelu, od samego początku wykazywały niechęć do kooperacji⁵⁴. Argument ten z pewnością nie jest wystarczająco mocny aby móc rutynowo formułować generalizacje o jednostkach niedostępnych.

Przykładem bardzo udanego wykorzystania potencjału, jaki dla badań nad respondentami niedostępnymi posiada metoda panelowa jest studium A. Bebbingtona. Wyżej wymienione zastrzeżenia nie stosują się do jego przypadku, ponieważ odsetek zwrotów w I fali badania był bardzo bliski 100%, a okres między pomiarami rzędu 10 lat. Na tle praktyki badawczej przypadek ten jest jednak dość specyficzny – tak wysoki odsetek realizacji, podobnie jak dodatkowe informacje na temat badanych (spoza zmiennych w kwestionariuszu), uzyskano dzięki instytucjonalnemu wsparciu – badania prowadzono w szkołach w 1951 roku⁵⁵.

2.5.4 Informacje uzyskane od respondentów niedostępnych o powodach nie wzięcia udziału w badaniu (*interviewing nonrespondents about nonresponse*)

Głównym celem niektórych inicjatyw badawczych, zakładających dotarcie do jednostek niedostępnych, nie jest redukcja błędu systematycznego. Badania te będą natomiast koncentrować się na zdobyciu informacji o powodach nie wzięcia udziału w sondażu i siłą rzeczy będą zaadresowane do odmawiających. Tu rozważana jest sytuacja, w której badacz uzyskuje materiał wywołując źródła informacji. Cel tych badań zbieżny jest jednak z tymi, w których poprzestaje się na obserwowaniu reakcji potencjalnego respondenta po przedstawieniu mu propozycji

⁵³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 49–50; R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 187.

⁵⁴ B.S. Dohrenwend, B.P. Dohrenwend, op. cit., s. 75–76; G. Kalton, J. Lepkowski, G. Montanari, D. Maligalig, *Characteristics of second wave nonrespondents in panel survey*, [w:] *Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section*, 1990, s. 467.

⁵⁵ A.C. Bebbington, op. cit., s. 172–173.

udziału w badaniu oraz zapisie spontanicznych wypowiedzi towarzyszących odmowie.

Poszukiwane informacje zdobywane są najczęściej za pomocą technik standaryzowanych – relacje wykorzystujące ten sposób zbierania materiałów dominują w literaturze. Starając się uzyskać jak największy odsetek realizacji, kwestionariusz zwykle ogranicza się do kilku pytań⁵⁶. Jeżeli celem tych badań jest opracowanie ilościowe, a zatem wnioski miałyby odnosić się do odmawiających w badanej populacji, oczywisty problem utrudnia ekstrapolację wyników.

Badania te można zaplanować jako oddzielny projekt, ale można też przeprowadzić w trakcie realizacji podstawowego badania sondażowego – wtedy kontakt z odmawiającym miałby charakter jednorazowy. Byłby to jednocześnie przykład zastosowania tego co J. Bethlehem i H. Kersten nazywają *basic question procedure* – kiedy wiadomo już, że nie ma szansy na udzielenie podstawowego wywiadu, ankieter podejmuje próbę uzyskania odpowiedzi na kilka kluczowych dla badacza pytań⁵⁷.

W jednej z prac odnaleziono krótką wzmiankę o przeprowadzeniu badań metodą jakościową – od osób, które odmówiły udziału w sondażu, F. Wiseman i M. Schafer zebrali materiał dotyczący powodów tej decyzji, wykorzystując w tym celu technikę zogniskowanego wywiadu grupowego (zrealizowano dwie sesje)⁵⁸.

2.5.5. Etyczne problemy związane z konwersją odmów

Omawiając metody wykorzystujące informacje uzyskane od samych respondentów niedostępnych, trudno pominąć kwestię problemów etycznych jakie wiążą się z zastosowaniem tych metod. Dokładniej rzecz ujmując, problemy te dotyczą osób odmawiających udziału w badaniach i pojawiają się wobec tych wszystkich omówionych metod, które wymagają forsowania jak największego odsetka realizacji. Szczególnie restrykcyjny wymóg sformułowany jest w metodzie Hunsena i Hurwitza; obecny jest także w *conversion adjustment*; w zależności od

⁵⁶ Przykłady takich inicjatyw podaje T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 389.

⁵⁷ J.G. Bethlehem, H.M.P. Kersten, op. cit., s. 292–295.

⁵⁸ F. Wiseman, M. Schafer, *Focus group interviews with survey non-respondents*, paper presented at 1976 Conference of American Association for Public Opinion Research, p r z y t a c z a m z a: F. Wiseman, P. McDonald, *Noncontact and refusal rates in consumer telephone surveys*, „Journal of Marketing Research”, vol. 16, 1979, s. 479.

projektu badawczego będzie z pewnością bardziej lub mniej dotyczyć także wywiadów z niedostępnymi na temat powodów, dla których odmawiają.

Kodeksy etyczne AAPOR nie regulują tej konkretnej kwestii – brak wzmianek odnośnie *refusal conversion*. Charakterystyczne są natomiast dla nich wytyczne wskazujące na potrzebę balansu między, z jednej strony – prawami badanego i obowiązkami badacza wobec niego, z drugiej – wymogami udanego procesu badawczego. W kodeksie niejednokrotnie wskazuje się na problem *nonresponse* jako zagrożenie prawomocności wniosków – *Niedostępność respondentów jest podstawowym źródłem błędów w sondażach i próbujemy go ograniczyć do minimum, po to by nasze próby były reprezentatywne dla badanych populacji*. W innym miejscu, odnośnie uzyskania świadomej zgody na udział w badaniu (*informed consent*), podkreśla się, że informacje przekazywane potencjalnemu respondentowi w fazie aranżacji powinny być tak dobierane i przedstawiane *aby nadmiernie nie zaostrzały błędów systematycznych z powodu wystąpienia jednostek niedostępnych*⁵⁹. Natomiast w innym dokumencie wydanym przez AAPOR, konwersja odmów jest uznana za całkowicie dopuszczalny sposób radzenia sobie z problemem jednostek niedostępnych⁶⁰. Podobne stanowisko w tej kwestii zajmuje CASRO⁶¹.

Dyskusja na temat etycznych aspektów ponownego namawiania do wzięcia udziału w badaniu osób, które wcześniej nie wyraziły na to zgody, jest niestety w literaturze mało rozwinięta⁶². Część badaczy dzieli się wątpliwościami i wskazuje na trudność wychwycenia momentu, od którego działania stają się nieetyczne⁶³. Jest przy tym rzeczą wartą uwagi, że Robert Groves, wiodąca postać w gronie naukowców zajmujących się niedostępnością respondentów, określa praktyki nawracania

⁵⁹ AAPOR, *Code of Professional Ethics and Practices*, (revised in 2005); AAPOR, *Protection of human participants in survey research: a source document for institutional review boards*, May 2003.

⁶⁰ AAPOR, *Best practices for survey and public opinion research*, 2005.

⁶¹ CASRO, *Code of standards and ethics for survey research*, 1997–2004, s. 7.

⁶² R. Groves, L. Lyberg, *An overview of nonresponse issues in telephone surveys*, [w:] ed. D. de Vaus, op. cit., vol. 4, s. 349 (fragment książki R. Groves, P. Biemer, L. Lyberg, J. Massey, W. Nicholls II, *Telephone survey methodology*, New York, John Wiley & Sons, 1988)

⁶³ H. Laurie, R. Smith, L. Scott, *Strategies for reducing nonresponse in longitudinal panel survey*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, no. 2, 1999, s. 276; por. F. Sztabiński, *Jak dotrzeć do...* op. cit., s. 159–160.

jako graniczące z napastowaniem (*bordering on harassment*)⁶⁴. Za ilustrację może posłużyć wypowiedź „nawracanego” respondenta, skierowana do ankietera: *Będziesz tu przychodził dotąd dopóki się nie zgodzę, prawda?* – cytat pochodzi z badań, których celem było uzyskanie wywiadów od 80% odmawiających⁶⁵. W innym miejscu Groves wypowiada się, iż stosowanie zabiegów konwersji grozi pogwałceniem zasad *informed consent*, z powodu nieuszanowania prawa do odmowy⁶⁶.

W rozważaniach tych trudno też pominąć kwestię wpływu jaki działania te mogą mieć w krótkiej i długofalowej perspektywie na stosunek do sondaży i klimat wokół nich. Uczestnicy wywiadów zogniskowanych, którym odtworzono film ze scenką przedstawiającą kilka prób pozyskania wywiadu od konsekwentnie odmawiających, negatywnie odnieśli się do tych praktyk⁶⁷. *Wysiłki w kierunku zwiększenia odsetka realizacji zwiększają opozycję* – piszą R. Groves i L. Lyberg⁶⁸.

Na koniec tych uwag można dodać, iż w wielu badaniach zaobserwowano, że *converted refusers* dostarczają danych o gorszej jakości, z większą ilością braków odpowiedzi⁶⁹.

2.6. Informacje uzyskane od respondentów, którzy na żadnym etapie badania nie byli zakwalifikowani jako niedostępni

W omawianych niżej podejściach źródłem informacji o niedostępnych będą ci respondenci, którzy na żadnym etapie badania nie byli zakwalifikowani jako niedostępni – można ich w skrócie nazywać „właściwymi” respondentami. Na takich źródłach informacji opiera się me-

⁶⁴ R. Groves, M. Couper, *Contact-level influences on cooperation in face-to-face surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 12, no. 1, 1996, s. 63.

⁶⁵ I.A.L. Stoop, *Surveying nonrespondents*, „Field Methods”, vol. 16, No. 1, 2004, s. 34.

⁶⁶ R. Groves, R. Cialdini, M. Couper, op. cit., s. 476.

⁶⁷ R. Groves, E. Singer, A. Corning, A. Bowers, *A laboratory approach to measuring the effects on survey participation of interview length, incentives, differential incentives, and refusal conversion*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, no. 2, 1999, s. 262.

⁶⁸ R. Groves, L. Lyberg, op. cit., s. 351.

⁶⁹ T. Triplett, J. Blair, T. Hamilton, Y.Ch. Kang, *Initial cooperators vs. converted refusers: are there response behavior differences?*, [w:] *Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section*, 1996.

toda Politz i Simmonsa służąca eliminowaniu błędu tendencyjności⁷⁰. Inny cel pozyskiwania informacji od „właściwych” respondentów stawią sobie tzw. sondaże o sondażach.

2.6.1. Sondaże na temat sondaży (*surveys on surveying*)

Ten sposób wykorzystania informacji dostarczonych przez „właściwych” respondentów nie wiąże się z chęcią redukcji błędu systematycznego, ma natomiast na celu próbę rekonstrukcję klimatu wokół badań *surveyowych*, określenie stopnia ich legitymizacji, znalezienie źródeł niepokojów, potencjalnych zagrożeń, poznanie doświadczeń jakie badani mieli z sondażami. Na tej podstawie próbuje się wskazać prawdopodobne przyczyny odmów i partycypacji⁷¹.

Na oznaczenie badań nad stosunkiem do sondaży, realizowanych techniką standaryzowaną używa się zamiennego określenia *surveys on surveying*. Ten sposób badania zjawiska wydaje się dominować. Jednym z pionierów ilościowych badań nad stosunkiem do sondażach był G. Sjöberg⁷².

Intensyfikacja prowadzenia sondaży o sondażach przypada zwykle na okres załamywania się trendów kooperacji. Rozważaniom na temat kryzysu publicznego zaufania do sondaży w Stanach Zjednoczonych towarzyszyły serie takich inicjatyw, czego dowód można znaleźć w 50 tomie *Public Opinion Quarterly* z 1986 roku.

Istotnym, oczywistym ograniczeniem tego źródła wiedzy jest to, że opiera się ono tylko na jednostkach wyrażających zgodę na udział w badaniu. Podejrzewając, że wystąpienie ubytków w próbie, w szczególności sposób naraża tę zmienną na obciążenie wyniku błędem systematycznym⁷³, badacze zawsze czynią zastrzeżenia co do możliwości generalizacji uzyskanych wniosków⁷⁴.

⁷⁰ A. Politz, W. Simmons, *An attempt to get the „not at homes” into the sample without call backs*, „Journal of the American Statistical Association”, vol. 44, 1949, s. 9–31. Metodę tę szerzej omawiam w pracy doktorskiej.

⁷¹ Por. R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 50.

⁷² G. Sjöberg, *A questionnaire on questionnaires*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 18, 1954.

⁷³ J. Goyder, *Surveys on surveys: limitation and potentialities*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50, 1986, s. 28.

⁷⁴ E.L. Hartmann, H.L. Isaacson, C.M. Jurgell, *Public reaction to public opinion surveying*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 32, 1968, s. 298; S. Schleifer, *Trends in*

Pozostając przy rozważaniach na temat błędu, można wysunąć przypuszczenie, że ryzyko błędu może być mniejsze jeżeli sondaż poświęcony jest *stricte* problemowi stosunku do badań tzn. pytania na ten temat konstytuują sondaż jako taki, a nie stanowią, jak to zwykle bywa, jednego z jego wielu bloków – byłaby to okazja do wypowiedzi dla tych, którzy „zwykle” nie uczestniczą w badaniach, właśnie z powodu negatywnego do nich stosunku. Warunki do wypowiedzi można poprawić stosując krótki kwestionariusz, na którego pytania można odpowiedzieć równie dobrze na progu mieszkania.

Inne zagrożenie wynika z samego zastosowania standaryzowanych narzędzi badawczych. W przypadku kiedy wiedza na temat sondaży jest w społeczeństwie mała, a przedkładane badanemu problemy nie były wcześniej przedmiotem jego refleksji, ryzyko uzyskania artefaktualnych danych może być szczególnie duże. W takiej sytuacji należy rozważyć czy deklaracje pozytywnego stosunku do sondaży nie pojawiają się jedynie w wyniku potrzeby dostarczenia racjonalnego uzasadnienia dla uczestnictwa w badaniu.

Epistemologiczne ograniczenia *surveys on surveys*, jako metody mającej przynieść informacje o stosunku do badań sondażowych, są więc istotne. Używanie sondażu do badań, których przedmiotem jest sondaż jest jak poznawanie mechanizmu aparatu fotograficznego na podstawie zdjęć – powie J. Goyder⁷⁵.

Metoda ta ma większy potencjał jeśli dysponuje się zewnętrznym źródłem informacji i wszystkim wylosowanym, należącym do populacji jednostkom można przyporządkować ich charakterystyki społeczno-demograficzne. Dane można wzbogacić zadając respondentom szczegółowe pytania o doświadczenia z sondażami, powody dla których uprzednio przyjęto lub odrzucono propozycję uczestnictwa, osiągając w ten sposób pewien substytut informacji, na których badaczowi bardzo zależy, ale z „definicji” nie mogą być uzyskane⁷⁶.

Za wartościowe należy uznać także podejście A. Schwartza, który do sondażu o sondażach próbował włączyć respondentów i nie-respondentów

attitudes toward and participation in survey research, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50, 1986, s. 18; B.W. Roper, *Evaluating polls with poll data*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50, 1986, s. 14; A. Kohut, *Rating the polls: the view of media elites and general public*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50, 1986, s. 8; J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 156.

⁷⁵ J. Goyder, *Surveys on surveys...* op. cit., s. 28.

⁷⁶ Ibidem.

z poprzedniego badania⁷⁷. Ze względu na podział źródeł informacji przyjęty w pracy jest to więc metoda mieszana – wykorzystująca jednocześnie informacje od „właściwych” respondentów oraz respondentów, którzy na pewnym etapie byli zakwalifikowani jako niedostępni. Podobne podejście, częściowo przekraczające słabości klasycznych sondaży o sondażach stosuje na polskim gruncie P. Sztabiński – za pomocą standaryzowanych narzędzi rekonstruuje on motywy kooperacji i odmów w sondażach (odpowiednio od respondentów i nie-respondentów)⁷⁸.

* * *

W rozdziale tym omówione zostały źródła wiedzy o respondentach niedostępnych oraz sposoby wykorzystania tych źródeł. W uproszczony sposób (co uzasadnione jest faktem, że praca nie ma charakteru statystycznej rozprawy) przedstawiono podstawowe metody redukcji błędów systematycznego, który może się pojawić na skutek wystąpienia ubytków w próbie. Wskazano także na metody i obszary badawcze, które poza ten podstawowy cel wykraczają. Paleta metod jest dość duża, ale możliwości ich wykorzystania są ograniczone. Nie chodzi tutaj tyle o kierunkujący wyborem metod wpływ pytań problemowych, ile o ograniczenia wynikające z realizowanych schematów badawczych, utrudniony dostęp do zewnętrznych źródeł informacji, a nawet dylematy etyczne. Analiza przedstawionych sposobów zdobywania wiedzy na temat respondentów niedostępnych ujawnia dość oczywistą prawidłowość, która mówi o tym, że badania oparte na metodach budzących najmniej zastrzeżeń narażone są w wysokim stopniu na niepowodzenie jeśli chodzi o możliwość spełnienia wyśrubowanych wymagań. Natomiast metody pozbawione rygoryzmu przynoszą niepewną wiedzę. Z tego powodu, zawarte tu rozważanie stanowią ważne tło do analizy problemów podjętych w dalszej części pracy. Mianowicie, przegląd ten pozwala w należytym kontekście przedstawić treści zawarte w rozdziale VI, w którym zdaję relację z badań nad cechami respondentów niedostępnych.

⁷⁷ A. Schwartz, *Interviewing and the public*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 28, 1964.

⁷⁸ P.B. Sztabiński, *Dlaczego respondenci uczestniczą lub nie uczestniczą w badaniach? Porównanie 1994–2004*, „ASK”, nr 15, 2006.

Rozdział 3

CECHY SONDAŻU JAKO CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA POZIOM KOOPERACJI

Wśród cech sondażu (*survey design*), w tym procedur badawczych, wpływających na wartość współczynnika kooperacji w literaturze wymienia się:

1. Technikę zbierania materiałów (*technique of data collection*);
2. Powiadomienie o badaniu, nawiązanie wstępnego kontaktu;
3. Obecność gratyfikacji i ich rodzaj;
4. Dostarczenie informacji umożliwiających podjęcie świadomej decyzji odnośnie partycypacji;
5. Uciążliwość zadania – długość kwestionariusza / badania;
6. Rodzaj ośrodka badawczego prowadzącego sondaż;
7. Tematykę badania (*topic, subject matter*) / wagę tej tematyki dla potencjalnego respondenta (*saliency*) oraz jej drażliwość (*sensitivity*).

Wyżej przedstawione czynniki będą przedmiotem rozważań tego rozdziału. Z innych wymienia się:

8. Jednorazowy lub panelowy charakter badania (*survey method*);
9. Moment czasowy przeprowadzenia badania;
10. Długość okresu zbierania materiałów, liczba kontaktów.

Odwołując się jeszcze raz do modelu kooperacji R. Grovesa i Coopera, warto uściślić, że jego autorzy rozpatrują termin *survey design* dość szeroko, włączając do niego także schemat doboru jednostek do badania (*respondent selection*). Inni autorzy grupują czynniki wpływu związane z próbą w oddzielną kategorię *sample design*¹. W jej obrębie znajdują się następujące elementy mające wpływ na współczynnik kooperacji²:

1. Badana populacja (*target population*);

¹ Por. W. P. Handwerker, *Sample design*, [w:] (ed). K. Kempf-Leonard, op. cit., vol. 3, s. 429–436; T. C. Wagenaar, *Survey design*, [w:] (ed). K. Kempf-Leonard, op. cit., vol. 3, s. 715–721; W. de Heer, A.Z. Israëls, *Response trends in Europe*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1992, s. 92–93.

² Por. W. de Heer, A.Z. Israëls, op. cit., s. 92–93.

2. Rodzaj użytej próby; w przypadku prób losowych – zastosowany schemat losowania (*selection of the sample*);

3. Możliwość stosowania rezerwy i zastępstw.

W ramach wstępu warto poczynić kilka uwag odnośnie charakteru cytowanych prac. Po pierwsze, literatura poświęcona problemowi wpływu poszczególnych cech przedsięwzięcia badawczego na poziom realizacji jest stosunkowo najbardziej obszerna – ten rodzaj dociekań zapoczątkowano już w latach czterdziestych ubiegłego stulecia. Poszukiwania najbardziej efektywnych technik zwiększania szansy uzyskania odpowiedzi były podejmowane przez badaczy związanych ze statystyką, socjologią, marketingiem i psychologią.

W zdecydowanej większości w literaturze przeważają badania typu *case study*, których celem jest sprawdzenie i zmierzenie wpływu jednego bądź kilku czynników na wartość *response rate* w jednym konkretnym badaniu. Mimo, że badania te mają najczęściej charakter eksperymentalny, jednak nie dostarczają wyników o wyizolowanym, „czystym” wpływie badanego czynnika, z uwagi na trudność w zidentyfikowaniu i kontrolowaniu wszystkich pozostałych potencjalnych czynników wpływu. Mówiąc inaczej, ich wnioski są ograniczone okolicznościami i warunkami realizacji badania. Jest to klucz do zrozumienia tego, dlaczego rezultaty wielu przedsięwzięć badawczych poświęconych analizie tego samego problemu czasami istotnie się od siebie różnią, zarówno jeśli chodzi o wielkość jak i kierunek wpływu badanego czynnika. Słabości te w dużej mierze są przezwyciężane w *meta-analizach* – nie są one jakościową relacją opisującą rezultaty poszczególnych badań poświęconych eksploracji tego samego problemu, ale mającą ilościowy charakter syntezy, która obejmuje wyniki poszczególnych badań i dostarcza wyrażonej liczbowo informacji na temat średniej wielkości wpływu poszczególnych czynników³. Z racji uwzględnienia dużej liczby zróżnicowanych danych, badania takie pozwalają nie tylko na ustalenie średniej siły działania „bodźca”, ale także wpływu czynników kontaminujących – w tym wypadku tych, którymi nie manipulowano w eksperymentach.

Jakkolwiek zasygnalizowano, że poniższy przegląd literaturowy ma dotyczyć ściśle czynników oddziałujących na chęć *kooperacji*, trzeba wspomnieć, że w literaturze, przede wszystkim starszej daty, nawet jeżeli postawiony problem dotyczy zmniejszenia liczby odmów, stoso-

³ Por. R.M. Groves, E. Singer, A.D. Corning, A. Bowers, op. cit., s. 251; por. J. De-Coster, *Meta-analysis*, (ed.) K. Kempf-Leonard, op. cit., vol. 2, s. 683.

waną dominującą miarą zmiennej zależnej jest *odsetek odpowiedzi*, mieszczący w mianowniku także przypadki nieobecności. Siłą rzeczy także w meta-analizach, integrujących dorobek badawczy, ta właśnie miara jest stosowana. Powodem tego stanu rzeczy, jak już wspomniano, jest późne pojawienie się standardów raportowania ubytków w próbie i kalkulacji określonych miar poziomu realizacji. Trzeba też podkreślić, że stopień w jakim można sprawować kontrolę nad procesem realizacji i różnicować rodzaje niedostępności jest już w pewnej mierze u podstaw przesądzony przez zastosowaną technikę zbierania materiałów – problem ten, jak pokazuję dalej, szczególnie dotyczy techniki ankiety pocztowej.

3.1. Technika zbierania materiałów

We fragmencie tym ograniczam się do omówienia wyników dla najczęściej używanych technik zbierania materiałów w badaniach surveyowych. Wśród technik wywiadu (*interviewer-administrated questionnaire*) będą nimi wywiad kwestionariuszowy (*f-t-f*) i telefoniczny, a dla technik ankiety (*self-administrated questionnaire*) – ankieta pocztowa i internetowa (w tym *web survey* oraz *e-mail survey*).

Powszechnie przyjmuje się, że techniki wywiadu sprzyjają uzyskaniu większego odsetka odpowiedzi niż techniki ankiety – ta znana metodologom prawidłowość wynika w pierwszym rzędzie z porównania wywiadu kwestionariuszowego z ankietą pocztową i jest konsekwentnie relacjonowana w literaturze przedmiotu co najmniej od lat czterdziestych ubiegłego stulecia⁴, głównie na gruncie amerykańskim tj. tam gdzie relatywnie dużo sondaży przeprowadzano za pomocą techniki ankiety pocztowej. Z grubsza, wartość odsetka odpowiedzi w przypadku

⁴ Por. M.H. Hansen, W.N. Hurwitz, *The problem of non-response...* op. cit., s. 517; J.B. Knox, *Maximizing responses to mail questionnaires: a new technique*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 15, 1951, s. 366; W.M. Kephart, M. Bressler, *Increasing the responses to mail questionnaires: a research study*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 22, 1958, s. 123; S. Levine, G. Gordon, *Maximizing returns on mail questionnaires*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 22, 1958, s. 568; M. N. Donald, *Implications of nonresponse for the interpretation of mail questionnaire data*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 24, 1960, s. 99; H.H. Blumberg, C. Fuller, A.P. Hare, *Response rate in postal surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 38, 1974, s. 113; Ch.S. Mayer, R.W. Pratt, op. cit., s. 637.

zastosowania techniki wywiadu oscyluje zwykle między 70–80%, podczas gdy dla ankiety z reguły mniej niż 50%⁵.

Poszukując wytłumaczenia dla tego efektu trzeba najpierw zwrócić uwagę na trudność występującą w przypadku technik ankiety pocztowej (a nie występującą w przypadku technik wywiadu) w obliczaniu podstawowej miary poziomu realizacji jaką jest *response rate*, nie mówiąc o współczynniku kooperacji, czy kontaktów. Problem ten wynika z trudności zróżnicowania odmów i przypadków rzeczywistych, technicznych problemów z dostarczeniem przesyłki potencjalnemu respondentowi (zarówno wśród przypadków nie odesłania kwestionariusza jak i odesłania niewypełnionego kwestionariusza)⁶. Niejasności mogą pojawić się także wcześniej tj. przy ustalaniu liczby należących do populacji (*eligible*)⁷. Jak dodaje AAPOR, już operat losowania i sposób doboru jednostek do próby niesie ze sobą pewne wskazówki i założenia co do sposobu ustalania statusu „wybieralności” wylosowanych jednostek, tymczasem różnorodność wykorzystywanych operatów jest bardzo duża⁸. Fakt ten ma istotne znaczenie przy porównywaniu wartości określonych miar stopnia realizacji.

Przeglądając literaturę przedmiotu w poszukiwaniu stosowanych współczynników realizacji w ankiecie pocztowej odnajdujemy przede wszystkim *response rate* i *completion rate* – ten ostatni zawiera w mianowniku liczbę wszystkich wylosowanych do próby jednostek, a zgodnie z wprowadzonym nazewnictwem odpowiada bezwzględnemu odsetkowi realizacji. Ostatecznie – w literaturze nie odnaleziono bezpośredniej, empirycznej ewidencji odnośnie chęci kooperacji dla techniki ankiety pocztowej, stąd też niemożliwość systematycznego porównania skali zjawiska z techniką wywiadu⁹.

⁵ T. C. Wagenaar, op. cit., s. 716.

⁶ C.P. Sosdian, L.M. Sharp, *Nonresponse in mail surveys: access failure or respondent resistance*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 44, 1980, s. 396–401.

⁷ Przykładowo C. Sosdian i L. Sharp przy obliczaniu *response rate* za niedostępnych należących do populacji uważają tylko te przypadki, w których nie odesłano kwestionariusza; ale kiedy przeprowadzają dodatkowe badanie mające wyjaśnić przyczyny nie wzięcia udziału w badaniu szukają informacji także od tych, od których przyszedł zwrot pustego kwestionariusza i ich także włączają do kategorii *eligible*. Por. C.P. Sosdian, L.M. Sharp, op. cit., s. 398.

⁸ AAPOR, *Standard definitions...* op. cit., s. 22.

⁹ Pewien wgląd w charakter powstałych ubytków w badaniach realizowanych techniką ankiety pocztowej daje praca C. Sosdian i L. Sharp z 1977 roku. Nawiązując kontakt telefoniczny z respondentami niedostępnymi próbowali ustalić przyczyny nie wypełnie-

Przy próbie objaśnienia konsekwentnie obserwowanej prawidłowości mówiącej o mniejszym odsetku odpowiedzi dla technik ankiety w porównaniu z wywiadem powszechnie wskazuje się na immanentne cechy tych technik.

Kluczowa różnica związana jest z osobą ankietera – jego obecność wydaje się sprzyjać wywołaniu większej współpracy ze strony potencjalnych respondentów, a to ze względu na jego bezpośrednie, perswazyjne oddziaływanie na jednostkę podejmującą decyzję odośnie partycypacji w badaniu. Ankieter jest też dodatkowym źródłem informacji o przeprowadzanym badaniu i jego obecność pozwala na usunięcie ewentualnych wątpliwości i niejasności. Mimo, iż respondent ma prawo odmówić wywiadu w trakcie jego trwania, jego udział w badaniu waży się przede wszystkim w momencie aranżacji. Tymczasem osoba wylosowana do udziału w ankiecie pocztowej, nie musi na początku takiej wyraźnej decyzji podejmować – może przełożyć ją do czasu zaznajomienia się z pytaniami, podjąć ją w trakcie wypełniania kwestionariusza, czy nawet po jego wypełnieniu. Natomiast potencjalny respondent wywiadu, krótko poinformowany w liście zapowiednim i/lub tylko przez ankietera o tematyce badania, decyzję podejmuje w warunkach większej niepewności i niewiedzy w tym zakresie. Jednym słowem, presja na respondenta w kierunku partycypacji jest więc w sytuacji wywiadu dużo większa¹⁰.

Inną oczywistą różnicą między technikami jest także to, że partycypacja w ankiecie pocztowej w porównaniu z wywiadem wiąże się z koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów przez respondenta w postaci czytania, pisania i odesłania materiałów badaczowi.

Technika wywiadu kwestionariuszowego ma także właściwości mogące niekorzystnie wpływać na odsetek kooperacji. Jedną z nich jest konieczność wpuszczenia ankietera, obcej osoby do domu. Drugą związana jest z kwestią anonimowości respondenta. O anonimowości (*ano-*

nia ankiety. Rezultaty tego badania, ograniczone do osób, które posiadały telefon i zgodziły się udzielić informacji (80%), wskazywały, że wcześniejsza niedostępność tych respondentów generalnie nie wynika z niechęci (odmów), ale braku odpowiedniej motywacji i powodów osobistych. C.P. Sosdian, L.M. Sharp, op. cit., s. 396–401.

¹⁰ W tym kontekście warto nadmienić, że istotną korzyścią pośredniczenia ankietera w procesie badawczym jest, w stosunku do technik zakładających samodzielne wypełnianie kwestionariusza przez respondenta, mniejszy odsetek pozycyjnych braków odpowiedzi. E.D. de Leeuw, G. J. Mellenbergh, J.J. Hox, *The influence of data collection method on structural models. A comparison of a mail, telephone, and face-to-face survey*, „Sociological Methods & Research”, 1996, Vol. 24, No. 4, s. 444.

nymity) mówi się w przypadku gdy tożsamość (*identity*) badanego pozostaje nieznana tzn. badacz i jego wysłannik nie posiadają informacji pozwalających na identyfikację respondenta, zatem fizycznie nie jest możliwe połączenie danych tożsamościowych z odpowiedziami na pytania kwestionariusza. O konfidențialności czy poufności danych (*confidentiality*) mówi się w przypadku, gdy tożsamość badanego jest znana, zatem możliwe jest przyporządkowanie danych osobowych do informacji uzyskanych w kwestionariuszu, ale badacz zobowiązuje się nie ujawniać personaliów badanego¹¹.

Odnosnie imiennej ankiety pocztowej, jak wiadomo, generalnie możliwe jest zapewnienie badanym anonimowości¹², natomiast w przypadku wywiadu kwestionariuszowego możliwości takiej nie ma – interakcja *face-to-face* jest uważana jako warunek wystarczający do utraty anonimowości. Nawet jeżeli próba nie jest imienna i respondent uczestnicząc w wywiadzie nie chce ujawniać swojego imienia i nazwiska, to nie może on jednak w całości ukryć swojej tożsamości, tym bardziej, że wywiad najczęściej odbywa się w miejscu jego zamieszkania¹³. Nieemożliwość zapewnienia anonimowości w wywiadzie kwestionariuszowym jest potencjalnie istotną wadą tej techniki i może rzutować na chęć kooperacji, szczególnie jeśli tematyka badania jest postrzegana jako drażliwa.

Z kolei różnicując techniki oparte na komunikowaniu bezpośrednim, wskazuje się na wywiad kwestionariuszowy, jako sprzyjający wyższemu odsetkowi odpowiedzi i kooperacji w porównaniu z wywiadem telefonicznym.

¹¹ Por. T.C. Wagenaar, op. cit., s. 715; P. Salant, D.A. Dillman, *How to conduct your own survey*, New York, John Wiley & Sons, 1994 p r z y t a c z a m z a: T.W. Watson, *Survey and interview ethics for data gatherers and respondents*, <http://www.ijoa.org/imta96/paper64.html>, październik 2005; E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa, 2003, s. 518.

¹² Można to osiągnąć nie umieszczając na kopercie zwrotnej ani danych nadawcy (respondenta) ani żadnych oznakowań umożliwiających identyfikację. Nie chcąc utracić możliwości kontroli nad zwrotami, do materiałów przesłanych respondentowi załącza się dodatkowo kartę pocztową z danymi badanego, którą ma on oddzielnie odesłać badaczowi, informując go tym samym, że wypełniony kwestionariusz został zwrócony. A.S. Linsky, *Stimulating responses to mail questionnaires: a review*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39, 1975, s. 85, T. C. Wagenaar, op. cit., s. 717, E. Babbie, op. cit., s. 518.

¹³ Por. T. W. Watson, op. cit., E. Babbie, op. cit., s. 518.

Kiedy na początku lat '80 rządowa agencja *U.S. Bureau of the Census* sprawdzała możliwości wprowadzenia wywiadu telefonicznego na szeroką skalę w *Current Population Survey* – odsetek odpowiedzi w wywiadzie kwestionariuszowym wyniósł 95%, a średni odsetek w wywiadzie telefonicznym 84% (w siedmiu replikach badania wahał się od 79% do 90%)¹⁴. Ten sam ogólny efekt odnotowano, kiedy w 1976 roku nastąpiła zmiana w technice zbierania materiałów dla *Survey of Consumer Attitudes* przeprowadzanego przez akademicki ośrodek *Survey Research Center* (spadek z 73 do 66%)¹⁵. R. Groves i R. Kahn odnotowali w wartościach *response rate* różnicę czterech punktów procentowych (74% dla wywiadu *f-t-f* i 70% dla telefonicznego)¹⁶. W innym miejscu pracy, R. Groves i R. Kahn uogólniają: odsetek odpowiedzi dla ogólnokrajowych sondaży telefonicznych pozostaje co najmniej pięć punktów procentowych niższy niż dla sondaży realizowanych za pomocą wywiadu kwestionariuszowego; relacja ta utrzymuje się mimo zmian w zakresie szkolenia ankietatorów, stosowanych technik aranżacyjnych itd.¹⁷ Podobnie w badaniach brytyjskich, prowadzonych pod auspicjami *Market Research Development Fund* pod tytułem *Lifestyle in the 1980's* odsetek odpowiedzi na porównywalnych próbach wyniósł dla wywiadu telefonicznego 45%, a dla kwestionariuszowego 67%¹⁸.

Jaka jest przy tym relacja dwóch najważniejszych składników niedostępności tj. odmów i nieobecności dla każdej z tych technik? Jeżeli chodzi o nieobecności – zaletą wywiadu telefonicznego jest to, że próby skontaktowania się z osobami, których nie ma w domu (nie odbierają telefonu) są niewspółmiernie tańsze niż w przypadku wywiadu *f-t-f*, zatem odsetek *noncontacts* uzyskany w wywiadzie telefonicznym można łatwo zmniejszyć poniżej poziomu osiąganego zwykle w wywiadach

¹⁴ M. H. Mulry-Liggan, *A comparison of a random digit dialing survey and the Current Population Survey*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1983, s. 214.

¹⁵ C. G. Steeh, *Trends in nonresponse rates, 1952–1979*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45, 1981, s. 53–54.

¹⁶ R.M. Groves, R.L. Kahn, *Surveys by telephone. A national comparison with personal interview*, Academic Press, New York, 1979 przytaczam za: J.J. Hox, E.D. de Leeuw, *A comparison of nonresponse in mail, telephone, and face-to-face surveys*, „Quality and Quantity”, vol. 28, No. 4, 1994, s. 330.

¹⁷ R.M. Groves, R.L. Kahn, op. cit., s. 219 przytaczam za: W.M. Sykes, M. Collins, *Comparing telephone and face-to-face interviewing in the United Kingdom*, „Survey Methodology”, vol. 13, No. 1, 1987, s. 19.

¹⁸ W.M. Sykes, M. Collins, op. cit., s. 19.

*f-t-f*¹⁹. Jeżeli chodzi o odmowy – w wywiadach *f-t-f* obserwuje się wyższy poziom kooperacji niż w przypadku wywiadów telefonicznych²⁰, jedynie w Holandii prawidłowość ta nie znalazła potwierdzenia²¹.

W tym względzie konkretnymi empirycznymi danymi dysponuje przede wszystkim dla dwóch badań brytyjskich, realizowanych na porównywalnych próbach gospodarstw domowych posiadających telefon – w pierwszym z nich odsetek odpowiedzi dla wywiadu telefonicznego i *f-t-f* wyniósł odpowiednio 53% i 60%, w drugim 46% i 68%; odsetek odmów dla pierwszego badania odpowiednio 25% i 25%, dla drugiego 38% i 21%. Łączny odsetek nieobecności (nikt nie odbiera, zajęte, wylosowanej osoby nie ma w domu) w przypadku obu badań był nieznacznie wyższy w wywiadzie telefonicznym²². Przy podobnym projekcie badań, uzyskano porównywalne wyniki na gruncie amerykańskim – odsetek odmów dla sondażu telefonicznego wyniósł 29%, dla *in person* 18%²³.

Z kolei w innych, eksperymentalnych badaniach nad wpływem wcześniejszego kontaktu na chęć kooperacji w wywiadzie *f-t-f* okazało się, że telefoniczne uprzedzenie o wizycie ankietera spowodowało wzrost odsetka odmów – w grupie kontrolnej wyniósł on 33%, a w grupie eksperymentalnej 63% w przypadku mieszkańców jednego miasta; i analogicznie 16% do 55% w przypadku drugiego²⁴. Do obserwacji tej należy jednak podchodzić dość ostrożnie – tak spektakularny efekt odnotowano jednorazowo – wyniki badania S. Sudman wskazują na brak różnicy między grupą kontrolną a eksperymentalną (w obu przypadkach *response rate* wyniósł 81%)²⁵. J. Bergsten, M. Weeks, F. Bryan zaob-

¹⁹ R. Groves, *Theories and methods of telephone surveys*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, op. cit., vol. 2, s. 67 (przedruk artykułu, który ukazał się „Annual Review of Sociology”, vol. 16, 1990, s. 221–240); R. Groves, L. Lyberg, op. cit., s. 344.

²⁰ R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 67; R. Groves, L. Lyberg, op. cit., s. 344; C.G. Steeh, op. cit., s. 54.

²¹ W. de Heer, G. Moritz, *Data quality problems in travel surveys. An international overview*, Workshop on Respondent Issues: Sampling, Weighting, and Nonresponse, http://gulliver.trb.org/publications/circlars/ec008/workshop_c.pdf, sierpień 2005, s. II-C/6; por. Podrozdział 5.1.2.

²² W.M. Sykes, M. Collins, op. cit., s. 17, 19.

²³ L.A. Jordan, A.C. Marcus, L.G. Reeder, *Response styles in telephone and household interviewing: a field experiment*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 44, 1980, s. 212.

²⁴ G. A. Brunner, S. J. Carroll, *The effect of the prior telephone appointments on completion rate and response content*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 31, 1967, s. 653.

²⁵ S. Sudman, *New uses of telephone methods in survey research*, „Journal of Marketing Research”, vol. 3, 1966, s. 163–166 przytaczam za: W. Bergsten,

serwowali wyższe wartości *refusal rate* w przypadku wcześniejszego kontaktu telefonicznego, ale wzrost ten był bardzo niewielki (od 0,6 do 2,6 punktu procentowego)²⁶. Dodać trzeba także, że wcześniejszy kontakt telefoniczny okazał się bardzo efektywny w podnoszeniu poziomu realizacji w badaniach wykorzystujących ankietę pocztową²⁷.

Z informacji pośrednich (nie opartych na studiach eksperymentalnych) znana jest wartość *refusal rate* dla ośmiu sondaży telefonicznych przeprowadzonych w USA do połowy lat '70 – wahały się one od 0% do 36%²⁸. W tym samym mniej więcej czasie (1978), dla 157 telefonicznych sondaży konsumenckich przeprowadzanych przez firmy badawcze zrzeszone w *Marketing Science Institute (MSI)* i *CASRO*, mediana odsetka odmów wyniosła 28%²⁹, a mediana *response rate* zaledwie 29,9%³⁰.

W latach 90' z niepokojem przypatrywano się temu w jaki sposób na odsetek realizacji wpłynie upowszechnienie się sekretarek automatycznych. Obawiano się przede wszystkim tego, że automaty kupowane są z myślą o ich „drugiej” funkcji, z której korzysta się podczas pobytu w domu – jest nią możliwość identyfikacji potencjalnych rozmówców zabiegających o kontakt. Taki sposób wykorzystania miał być reakcją na coraz częstsze próby naruszania prywatności przez podmioty zajmu-

M.F. Weeks, F.A. Bryan, *Effects of an advance telephone call in a personal interview survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 48, 1984, s. 651.

²⁶ J.W. Bergsten, M.F. Weeks, F.A. Bryan, op. cit., s. 655.

²⁷ J.E. Stafford, *Influencing of preliminary contact on mail returns*, „Journal of Marketing Research”, vol. 3, 1966, s. 410–411 p r z y t a c z a m z a: A.S. Linsky, op. cit., s. 84; F.B. Waisanen, *A note on the response to a mail questionnaire*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 18, 1954, s. 210–212; L. Kanuk, C. Berenson, *Mail surveys and response rates: A literature review*, „Journal of Marketing Research”, vol. 12, 1975, s. 441; B.B. Schlegelmilch, A. Diamantopoulos, *Prenotification and mail surveys response rates: a quantitative integration of the literature*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, op. cit., vol. 4, s. 256, tabela 2 (przedruk artykułu, który ukazał się „Journal of the Market Research Society”, vol. 33, 1991, s. 243–255).

²⁸ Por. D. A. Dillman, J. G. Gallegos, J. H. Frey, *Reducing refusal rates for telephone interviews*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 40, 1976, s. 67.

²⁹ Dla 32,5% sondaży *refusal rate* mieścił się w przedziale 0–20%; 44% sondaży zanotowało jego wartość pomiędzy 21–40%; w przypadku 23,5% surveyów odsetek odmów leżał w najwyższym przedziale 41–60%F. Wiseman, P. McDonald, op. cit., s. 478, 482–483.

³⁰ Odsetek mniejszy niż 20% był udziałem aż 29,5% sondaży, wartość współczynnika leżącą w przedziale 21–40% osiągnęło 41,6% surveyów telefonicznych, 16,8% odnotowało *response rate* między 41–60%, i w końcu tylko 12,1% sondaży udało się uzyskać odsetek powyżej 60%. F. Wiesman, op. cit., s. 143.

jące się sprzedażą, reklamą, czy prowadzeniem sondaży. Postawiono także inne przypuszczenie mówiące o tym, że osobami wyposażającymi się w automaty kieruje przede wszystkim potrzeba intensyfikacji „kontaktu ze światem”. W ich przypadku, użyteczność sekretarki ogranicza się do okresu nieobecności w domu. Wyniki badania P. Tuckela i B. Feinberga potwierdzają tę drugą hipotezę – okazało się, że z osobami posiadającymi sekretarki ostatecznie łatwiej się skontaktować i są one bardziej chętne współpracy³¹. W następnych studiach podkreślano jednak, że skala w jakiej wykorzystuje się sekretarki w celach weryfikacyjnych rośnie na przestrzeni czasu. Jeśli chodzi o profil społeczno-demograficzny użytkowników tego sprzętu (także jako „bramki”) okazało się, że są to przede wszystkim osoby o wyższym statusie socjoekonomicznym³², jak ustalono w wielu studiach empirycznych – generalnie chętnie kooperujące³³.

Warto się zastanowić na problemem jakie cechy właściwe tym technikom mogą wywoływać wzmiankowany efekt mniejszej kooperacji w sondażach telefonicznych. Zasadnicza różnica między wywiadem telefonicznym i kwestionariuszowym dotyczy oczywiście kanału komunikacji między ankierem a członkiem gospodarstwa domowego. Zbieranie materiału badawczego przy wykorzystaniu telefonicznego medium jest z perspektywy badaczy przedsięwzięciem bardzo atrakcyjnym. Decydują o tym przede wszystkim: szybkość uzyskania materiałów, możliwość zwiększonej kontroli nad pracą ankierów i mniejsze koszty³⁴. Z drugiej jednak strony wskazuje się na niekorzystne oddziaływanie tego środka komunikacji na interakcję między ankierem i potencjalnym respondentem.

Kanał telefoniczny jako medium pozbawione wizji, określane jest z tego powodu mianem kanału o ograniczonej przepustowości (*restric-*

³¹ P.S. Tuckel, B.M. Feinberg, *The answering machine poses many questions for telephone survey researchers*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 55, 1991, s. 211–213.

³² R.W. Oldendick, M.W. Link, *The answering machine generation. Who are they and what the problem do they pose for survey research?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 58, 1994, s. 266–272.

³³ Podrozdział 6.2.

³⁴ Gdy wraz z rozwojem technologii nastąpiło odejście od administrowania kwestionariusza metodą *paper and pencil*, w przypadku wywiadu telefonicznego tradycyjny system został zastąpiony przez *computer assisted telephone interview* (CATI). Komputerowe wspomaganie wywiadu pozwoliło wydatnie zmniejszyć liczbę pomyłek ankierów i pozycyjnych braków odpowiedzi a także połączyć proces zabierania informacji z tworzeniem elektronicznej bazy danych, co z kolei zmniejszyło koszty uzyskania wyników badania i niestychanie przyspieszyło ich generowanie.

ted in its channel capacity) tzn. że mniejsza, w porównaniu z bezpośrednią interakcją, liczba informacji może być za jego pomocą zakomunikowana. Mniejsza efektywność kanału polega na tym, że nie przesyła on sygnałów niewerbalnych, ma ograniczoną zdolność komunikowania o stanach psychicznych i cechach fizycznych rozmówcy. Jednocześnie informacje te są potrzebne do wyrobienia sobie poglądu w danej sprawie – osoby, które mają dokonać oceny sytuacji tylko na podstawie komunikatów przekazanych kanałem audio są swej opinii mniej pewne niż te, które brały udział w interakcji *face-to-face*³⁵. Przykładając te informacje do sytuacji aranżacji wywiadu, podczas której waży się decyzja o partycypacji, można powiedzieć, że pozycja, w której stawia się potencjalnego respondenta jest dla niego niekomfortowa z powodu jego ograniczonej zdolności do odczytania intencji rozmówcy.

Poszukując dalej cech odróżniających interakcję telefoniczną od bezpośredniej badacze wskazują na większy „dystans społeczny” dzielący uczestników interakcji pierwszego typu. Koncepcja zakłada, że im mniejszy dystans we wzajemnej relacji, tym jednostki bardziej unikają zachowań, które są przez nich zdefiniowane jako negatywne³⁶ (jak na przykład zerwanie interakcji)³⁷.

W poszukiwaniu odpowiednich interpretacji nie można też abstrahować od faktu, że zdecydowana większość wywiadów kwestionariuszowych przewidyuje odbycie się rozmowy w domu u respondenta. Sytuacja ta ma swoje plusy, bo społeczne normy nakazujące potraktowanie drugiej osoby jako gościa mogą ujawnić się tylko w przypadku jej fizycznej, bezpośredniej obecności³⁸. Działanie kończące interakcję poprzez odłożenie słuchawki telefonu jest znacznie łatwiejsze i społecznie dopuszczalne w porównaniu z jego odpowiednikami *face-to-face* takimi jak zatrzaśnięcie drzwi przed nosem czy wyproszenie z domu lub terenu posesji.

Wymiernym, negatywnym aspektem posługiwania się telefonicznym medium jest skrócenie czasu trwania aranżacji wywiadu – w przy-

³⁵ por. R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 62–63; R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 508.

³⁶ E. de Leeuw, J. van der Zouwen, *Data quality in telephone and face to face surveys: A comparative meta-analysis*, [w:] R. Groves, P. Biemer, L. Lyberg, J. Massey, W. Nicholls II, op. cit. p r z y t a c z a m z a: R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 62.

³⁷ R. Groves uzupełnia tę myśl o problem wiarygodności (*credibility*), którą badacz próbuje wzbudzić zapewniając o poufności otrzymywanych informacji. Jakkolwiek jest to trudniejsze w przypadku technik bazujących na relacji o większym dystansie (np. brak możliwości pokazania legitymacji ankierskiej), to jednak o ile to się uda, omówiona prawidłowość zniknie. R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 62.

³⁸ R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 62–63.

padku kontaktu „twarzą w twarz” aranżacja wywiadu trwa średnio około 5 minut, tymczasem w wywiadach telefonicznych taka wstępna interakcja, kończąca się zgodą lub odmową, zajmuje do 1 minuty czasu³⁹. Okoliczność ta jest wyjątkowo niekorzystna, ponieważ ogranicza drastycznie pole działania ankieterowi. Problem w przypadku odmów nie polega tylko na przyspieszeniu przebiegu aranżacji – badania Maynard i Schaeffer pokazały, że odmowy następują krótko po odebraniu telefonu przez potencjalnego respondenta⁴⁰, czyli zanim ankieter zdąży zaprezentować wszystkie przewidziane elementy aranżacji, stąd też ogólnym zaleceniem jest umieszczenie najbardziej efektywnych fraz zaraz na samym początku wypowiedzi ankietera⁴¹.

W przypadku wywiadu telefonicznego, nie tylko czas aranżacji jest krótszy – konsekwentnie obserwuje się, że przy użyciu tego samego narzędzia badawczego, tempo właściwego wywiadu dla medium telefonicznego jest szybsze niż dla audiowizualnego⁴². Nie jest do końca wiadome co sprzyja wywołaniu wymienionych efektów charakteryzujących interakcję audio – czy jest nią specyfika samego medium (np. wykluczająca długie pauzy, ciszę) czy może normy społeczne, nakazujące prowadzenie raczej krótkich niż długich rozmów telefonicznych z nieznanymi⁴³.

Warte odnotowania są również preferencje samych respondentów odnośnie medium, za pomocą którego chcieliby być badani. Jakkolwiek sama technika zbierania materiałów użyta w badaniu tych preferencji wydaje się nie być obojętna na wyniki, niemniej uogólniony wniosek jest następujący: respondenci przede wszystkim preferują wywiad *face-to-face*, w dalszej kolejności ankietę pocztową, i na ostatnim miejscu wywiad telefoniczny. Wzmiankowane pozytywne aspekty tych technik to: dla wywiadu kwestionariuszowego – osobisty kontakt z ankieterem;

³⁹ J. Hox, E. de Leeuw, G. Snijders, *Fighting nonresponse in telephone interview. Successful interviewer tactics*, [w:] (eds.) A. Koch, R. Porst, *Nonresponse in survey research*, [w:] ZUMA Nachrichten Spezial, August 1998, s. 174; por. R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 67–68.

⁴⁰ D.W. Maynard, N.C. Schaeffer, op. cit., s. 40.

⁴¹ E. de Leeuw, J. Hox, *I Am not selling anything: 29 experiments in telephone introductions*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 16, 2004, s. 470.

⁴² Zmiana tempa kreuje także swoiste efekty pomiaru, wywołując generalnie szybsze odpowiedzi, krótsze narracje przy pytaniach otwartych i mniejszą skłonność wyboru odpowiedzi ekstremalnych. R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 512–514, 517–520.

⁴³ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 513.

dla wywiadu telefonicznego – jego wygoda; dla ankiety pocztowej – swoboda w administrowaniu kwestionariuszem⁴⁴.

Inną ważną cechą wywiadu telefonicznego, o której trzeba wspomnieć, chociaż nie jest *ex definitione* przypisana tej technice, jest jej postrzegane podobieństwo do działalności, której celem jest sprzedaż. Warto wspomnieć, że w wielu krajach świata, zanim wywiad telefoniczny został techniką powszechnie wykorzystywaną przez akademickie i rządowe instytuty sondażowe, był już wcześniej eksploatowany przez komercyjne ośrodki badawcze⁴⁵ (cieszące się zdecydowanie mniejszym poziomem legitymacji społecznej niż te pierwsze). Bezpośrednim zagrożeniem dla badań telefonicznych stały się *hidden sales call*⁴⁶, a potem dodatkowo telemarketing. Szczególnie działalność sprzedażowa pod przykrywką sondażu, w późniejszym czasie określana własnym mianem *SUGGING* (*selling under the guise of surveying*)⁴⁷ wydaje się niesłychanie niebezpieczna zarówno z punktu widzenia sondażystów jak i z perspektywy ogólnospołecznej – wywołuje nie tylko podejrzliwość i niechęć do surveyów, ale także podkopuje społeczne zaufanie w konsekwencji jego nieetycznej eksploatacji. Nie przez przypadek zaleca się, aby elementem aranżacji wywiadów telefonicznych była charakterystyczna fraza wypowiedziana niemal zaraz po przedstawieniu się ankietarza.: „Nie prowadzę sprzedaży”⁴⁸.

Rozważania na temat różnic między immanentnymi cechami trzech podstawowych technik, kończy prezentacja zawierająca wyniki trzech meta-analiz, informujących o wpływie każdej techniki na wartość odsetka odpowiedzi (tabela 1).

Opracowanie J. Goydera opiera się surveyach realizowanych na przestrzeni ośmiu dekad (od lat ‘20), przede wszystkim w USA, Kanadzie i Wielkiej Brytanii⁴⁹.

⁴⁴ R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 68; R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 512–513; por. R. Groves, *Actors and questions in telephone and personal interview surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1979, s. 192–194.

⁴⁵ R. Groves, *Theories...* op. cit., s. 58.

⁴⁶ W.J. Gonzenbach, P. Jablonski, *The non-solicitation statement: a methodological consideration for survey introductions*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1993, s. 1236.

⁴⁷ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., 1998, s. 172.

⁴⁸ W.J. Gonzenbach, P. Jabłoński, s. 1238–1239; E. de Leeuw, J. Hox, op. cit., s. 470.

⁴⁹ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 42–44.

J. Yu i H. Cooper poddają analizie sondaże przeprowadzone między rokiem 1965 a 1981, opublikowane w naukowych czasopismach⁵⁰; dysponują łącznie 497 pomiarami. Badania włączone do analiz opierają się nie tylko na próbach probabilistycznych, jednakże dla prób nielosowych (*convenience sample*) odsetek odpowiedzi nie był wysoki (wyniósł średnio 41,6%). Z tego względu, że wśród analizowanych jednostek znalazły się badania o bardzo zróżnicowanych wielkościach próby założonej (najmniejsza N=12), w kalkulacji *response rate* uwzględniono liczbę kontaktów. Nie kontrolowano wpływu dodatkowych zmiennych na otrzymane wyniki⁵¹.

Tabela 1

Średnie wartości odsetka odpowiedzi dla trzech technik zbierania materiałów
uzyskane w trzech opracowaniach meta-analitycznych

	Średnia wartość odsetka odpowiedzi		Liczba obserwacji
Ankieta pocztowa	58,4%		385
Wywiad telefoniczny	60,2%		53
Wywiad f-t-f	67,3%		112
Źródło: J. Goyder, <i>The silent minority</i> , Boulder, Westview Press, 1987 p r z y t a c z a m z a : J.J. Hox, E.D. de Leeuw, <i>A comparison of nonresponse in mail, telephone, and face-to-face surveys</i> , [w]: <i>Quality and Quantity</i> , 1994, vol. 28, No. 4, s. 330			
Ankieta pocztowa	47,3%		389
Wywiad telefoniczny	72,3%		53
Wywiad f-t-f	81,7%		69
Źródło: J. Yu, H. Cooper, <i>A quantative review of reserach design effects on response rates to questionnaires</i> , [w]: <i>Journal of Marketing Research</i> , 1983, vol. 20, s. 39, tab. 1			
Ankieta pocztowa	68,2%	73,5%*	26
Wywiad telefoniczny	70,3%	78,2%*	35
Wywiad f-t-f	73,5 %	80,5%*	38
Źródło: J.J. Hox, E.D. de Leeuw, <i>A comparison of nonresponse in mail, telephone, and face-to-face surveys</i> , [w]: <i>Quality and Quantity</i> , 1994, vol. 28, No. 4, s. 335, 339, tab. 1, 3.			
* wartość szacowana, kontrolowany wpływ dodatkowych zmiennych.			

J.J. Hox i E.D. de Leeuw w swojej analizie wykorzystują doniesienia z 45 pozycji literaturowych, w tym 6 nieopublikowanych, 5 książkowych a 34 pochodzi z czasopism, w tym przede wszystkim z *Public*

⁵⁰ Najwięcej pochodzi z „*Journal of Marketing Research*” – ok. 28%, „*Public Opinion Quarterly*” – ok. 21%; „*Journal of Applied Psychology*” – ok. 10%.

⁵¹ J. Yu, H. Cooper, *A quantitative review of research design effects on response rates to questionnaires*, „*Journal of Marketing Research*”, 1983, vol. 20, s. 36–39.

Opinion Quarterly. Większość studiów dotyczy badań amerykańskich, pozostałe holenderskich. Szacowane wartości *response rate* (znacznik *) uzyskano kontrolując rodzaj próby, rodzaj badanej populacji, drażliwość tematyki sondażu, rodzaj organizacji przeprowadzającej badanie, rok publikacji, wagę tematyki dla respondenta (*saliency of topic*)⁵².

Podstawowym wnioskiem, wspólnym dla każdej z tych meta-analiz jest następująca konstatacja – największy odsetek odpowiedzi obserwuje się w wywiadach kwestionariuszowych, dalej w wywiadach telefonicznych, najniższy współczynnik odnotowuje się dla ankiety pocztowej. Znaczna różnica w odsetkach osiąganych w ankiecie pocztowej w stosunku do technik wywiadu została ujawniona tylko w badaniach J. Yu i H. Coopera. Przede wszystkim w analizach J.J. Hoxa i E.D. de Leeuw dysproporcja ta wyraźnie się zmniejszyła a efekt kontrastu nie zaistniał.

Powyższe ustalenia empiryczne nie budzą zdziwienia i są generalnie zgodne dotychczasowym wywodem. Natomiast to co szczególnie warto wyeksponować to dalsze wyniki badań J.J. Hoxa i E.D. de Leeuw, którzy szacują, że podczas kiedy w końcu lat '50 wartości *response rate* dla ankiety pocztowej i obu technik wywiadu sięgały odpowiednio ok. 58% i 80%, na początku lat '90 różnica przestała istnieć – efekt ten związany jest ze wyraźnym spadkiem odsetka odpowiedzi dla technik wywiadu i nieznaczną, kilkuprocentową poprawą wartości tego współczynnika dla ankiety pocztowej. Zgodnie z szacunkami, sondaże realizowane za pomocą techniki wywiadu, podobnie jak i ankiety pocztowej obecnie średnio „mogą liczyć” na wartość *response rate* powyżej 60%⁵³. Podobną konkluzję wysnuwa J. Goyder⁵⁴, a także I. Lyberg i L. Lyberg⁵⁵. Brak tendencji spadkowej dla wartości odsetka odpowiedzi dla ankiety (ściśle była to ankieta wręczana osobiście, zwrot pocztą) zaobserwowali również D.A. Dillman i L. R. Carley-Baxter w badaniach prowadzonych przez jednego sponsora w okresie 1988–1999, obejmujących specyficzną populację tj. odwiedzających parki narodowe w Stanach Zjednoczonych. Wpływ dodatkowych zmiennych był kontro-

⁵² J.J. Hox, E.D. de Leeuw, op. cit., s. 331–332.

⁵³ J.J. Hox, E.D. de Leeuw, op. cit., s. 338, wykres 1.

⁵⁴ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 67.

⁵⁵ I. Lyberg, L. Lyberg, *Nonresponse Research at Statistics Sweden*, paper presented at the First Workshop on Household Survey Nonresponse, 1990, Sztokholm, 15–17 października 1990 p r z y t a c z a m z a: J.J. Hox, E.D. de Leeuw, op. cit., s. 340.

lowany⁵⁶. Goyder efekt ten tłumaczy wzrostem potrzeby prywatności, która – jak uważa – jest silniej naruszana w technikach zakładających obecność ankietera⁵⁷.

Perspektywa zastąpienia w badaniach sondażowych technik wywiadu i powrotu na szeroką skalę do technik ankiety jest obiecująca, przede wszystkim w kontekście rozwoju technologii elektronicznych i rozprzestrzeniania się sieci internetowej⁵⁸. Entuzjaści *web-* i *e-mail surveys* dodatkowo argumentują, że ten rodzaj sondaży odpowiada rozwijającej się we współczesnych społeczeństwach *self-administration culture*⁵⁹. Natomiast przeszkody w szerokim wykorzystaniu sondaży internetowych przez instytuty badawcze to między innymi: ograniczony poziom pokrycia (*covarege*) (wszystkie jednostki należące do badanej populacji powinny mieć dostęp do medium internetowego)⁶⁰, umiejętność obsługi urządzeń komputerowych, częstotliwość łączenia się z siecią i sposoby

⁵⁶ D.A. Dillman, L.R. Carley-Baxter, *Structural determinants of mail survey response rates over a 12 year period, 1988–1999*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 2000, s. 394–399.

⁵⁷ Obszerniejsze rozważania na ten temat w odwołaniu do materiału empirycznego przedstawiam w podrozdziale *Wzrost potrzeby ochrony prywatności*.

⁵⁸ K.B. Sheehan, M. G. Hoy, *Using e-mail to survey internet users in the United States: methodology and assessment*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, vol. 4, No. 3, 1999, [http://www.jcmc.indiana.edu/listopad 2005](http://www.jcmc.indiana.edu/listopad%202005); D.R. Schaefer, D.A. Dillman, *Development of a standard e-mail methodology: results of an experiment*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 62, 1998, s. 378.

⁵⁹ D.A. Dillman, *Mail and other self-administered surveys in the 21st century: the beginning of a new era*, 1998, <http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/papers/svys21st.pdf>, styczeń 2006, s. 14.

⁶⁰ Jakkolwiek liczba korzystających z sieci Web szybko się rozrasta, nie jest wiadome czy kiedykolwiek uda się nią w całości pokryć szersze populacje (np. wszystkie gospodarstwa domowe w danym państwie), czy choćby w akceptowalnej części, odpowiadającej np. zakresowi sieci telefonicznej. W USA w 1998 r., procent gospodarstw posiadających co najmniej jeden komputer w domu oszacowano na ponad 42%. Ważniejsza wydaje się jednak informacja, że 66,6% dorosłych Amerykanów zadeklarowało wtedy, że w ogóle nie korzysta z Internetu. M.P. Couper, *Web surveys. A review of issues and approaches*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 64, 2000, s. 469–470. Dane publikowane przez NUA wskazują jednak ewidentnie na dynamiczny wzrost liczby osób będących *online* – uwaga ta dotyczy przede wszystkim bogatych krajów zachodnich, najwyższe wyniki (sięgające niemal 60% i wyżej) odnotowano dla Islandii, Danii, U.S., Holandii, Norwegii, Szwecji (najnowszych pomiarów dokonano po 2000 roku, ale w różnych latach dla każdego kraju). W Polsce w 2001 liczbę osób będących *online* oszacowano na około 16%. NUA Internet Surveys, *How many online?*, http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html (listopad 2005). W 2005 roku zgodnie z raportem „Diagnoza społeczna 2005” korzystanie z Internetu deklarowało ponad 33% Polaków powyżej 16 roku życia. E. Bendyk, *Osobno, ale razem*, „Polityka”, nr 8 (2543), 25 lutego 2006, s. 78.

jej wykorzystania (poczta elektroniczna i/lub strony internetowe)⁶¹, techniczne parametry urządzeń, które wpływają na szybkość przesyłu informacji, a także determinują możliwość aktualizacji wersji programów komputerowych⁶².

Docieranie do potencjalnych respondentów może odbywać się przy wykorzystaniu poczty elektronicznej – na adresy wylosowanych jednostek rozsyłany jest kwestionariusz (ankieta *e-mail*) względnie zaproszenie na stronę internetową z umieszczoną ankietą. Probabilistyczna próba wymaga obecności operatu losowania – istotnym ograniczeniem jest w tym względzie brak uniwersalnych rejestrów, które na wzór książek telefonicznych i innych oficjalnych spisów, zawierałaby dane wszystkich jednostek należących do określonych, dużych populacji⁶³, gdzie każdej jednostce przyporządkowany byłby tylko jeden adres⁶⁴. Ogólną wzmiankę o istnieniu takiego publicznego rejestru odnajdujemy jedynie w przypadku Słowenii⁶⁵. Operaty zastane i jednocześnie warte wykorzystania zwykle definiują małe, specyficzne subpopulacje. Ich typowym przykładem są studenci, pracownicy instytucji oraz członkowie organizacji⁶⁶. Innym czynnikiem, istotnym szczególnie przy krótkich okresach badania, jest częstotliwość odbioru poczty ze skrzynek. Na etapie odbioru przesyłki krytycznym momentem jest selekcja poczty, następująca w wyniku otrzymywania niepożądanego, „zaśmiecającego” korespondencji od podmiotów, które eksploatują dane kontaktowe głównie w celach

⁶¹ Por. V. Vehovar, Z. Batagelj, K. L. Manfreda, M. Zaletel, *Nonresponse in Web Surveys*, [w:] (ed) R. Groves, D.A. Dillman, J.L. Eltinge, R.J.A. Little, op. cit., s. 230.

⁶² M.P. Couper, *Web surveys...* op. cit., s. 474.

⁶³ K.B. Sheehan, M. G. Hoy, op. cit.; M.P. Couper, *Web surveys...* op. cit., s. 484.

⁶⁴ K. Sheehan, *E-mail survey response rate: a review*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, 2001, vol. 6, No. 2 <http://www.jcmc.indiana.edu/> (listopad 2005).

⁶⁵ V. Vehovar, Z. Batagelj, K. L. Manfreda, M. Zaletel, op. cit., s. 229.

⁶⁶ Operaty losowania zawierające ich adresy mailowe (i inne dane) są gromadzone w sposób kontrolowany przez nadrzędną jednostkę. Atrakcyjność takich list wiąże się też z tym, że od osób posiadających oficjalne (vs. prywatne) konta internetowe można oczekiwać systematycznej łączności z siecią. Niosą one ze sobą szansę dobrego pokrycia badanej populacji, co jest także istotne z punktu widzenia potencjalnej łatwości obliczenia współczynnika odpowiedzi, w którego mianowniku powinny znaleźć się tylko osoby należące do badanej populacji. Kłopoty odnotowuje się natomiast przy próbie prawidłowej kalkulacji współczynnika kooperacji, w którego podstawie powinny być umieszczone jedynie skontaktowane jednostki. Problemy i znaki zapytania są po części analogiczne jak w przypadku tradycyjnej ankiety pocztowej. M. P. Couper, J. Blair, T. Triplett, *A comparison of mail and e-mail for a survey of employees in U.S. statistical agencies*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 1, 1999, s. 40; V. Vehovar, Z. Batagelj, K. L. Manfreda, M. Zaletel, op. cit., s. 230–231.

reklamowych. Uważa się, że skala tego zjawiska jest zdecydowanie większa w przypadku medium elektronicznego, o czym także świadczy uformowanie i rozpowszechnienie się terminów *spam* i *junk mail*, określających mało wartościowe wiadomości, o których otrzymanie nie zabiegał adresat (*unsolicited*). Zwraca się także uwagę, że sam interfejs poczty elektronicznej, zawierający tylko „do:”, „od:”, „temat:”, ogranicza możliwości zakomunikowania informacji o nadawcy oraz jego intencjach i tym samym ich poprawnego zdekodowania przez adresata⁶⁷. Widać zatem, że w przypadku medium internetowego, kontakt może być bardzo krótki (natychmiastowe usunięcie wiadomości) bądź komunikacja podczas tego kontaktu nie wystarczająca do uświadomienia właściwej prośby. Wobec powyższego pojawia się trudność w dokładnym obliczeniu współczynnika kooperacji i współczynnika odmów – model bowiem zakłada, że zarówno osoba skontaktowana jak i odmawiająca jest poinformowana i świadoma przedstawionej jej prośby⁶⁸. Problemy te mogą mieć charakter tymczasowy z uwagi na rozwój oprogramowania pozwalającego zarejestrować „historię” załączonej ankiety od momentu jej wysłania przez badacza (czy była otwierana, ile razy i w jakim czasie; kiedy została usunięta)⁶⁹. Warunki, w jakich wystosowywana jest prośba o udział w badaniu są zatem niekorzystne, tym bardziej, że nie tylko naukowe podmioty działają na polu sondaży internetowych⁷⁰.

Pobranie losowej próby przy innego rodzaju ankiecie, a mianowicie ankiecie umieszczanej na stronie Web (*intercept surveys*), odbywa się na podobnej zasadzie jak przy *exit polls*, a więc przy zastosowaniu losowania systematycznego udział w sondażu proponuje się k-tej jednostce wizytującej stronę (wcześniej należy wyeliminować możliwość kilkakrotnego wypełnienia ankiety przez tę samą osobę). Możliwość generalizacji wniosków jest ograniczona do populacji odwiedzającej stronę⁷¹. Przeprowadzenie tego rodzaju ankiety wyklucza możliwość dostania się

⁶⁷ C. Colby, *Spam and research on the Internet*, [w:] (ed.) D. de Vaus, op. cit., vol. 2, s. 223; M. D. Kaplowitz, T. D. Hadlock, R. Levine, *A comparison of Web and mail survey response rates*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 68, 2004, s. 95; H. Cho, R. LaRose, *Privacy issues in Internet Survey*, [w:] (ed. D. de Vaus), *Social Surveys*, op. cit., vol. 2, s. 207 (przedruk artykułu, który ukazał się „Social Science Computer Review”, vol. 17, No. 4, 1999, s. 421–134).

⁶⁸ Por. V. Vehovar, Z. Batagelj, K.L. Manfreda, M. Zaletel, op. cit., s. 230–231, 233, 236; por. K.B. Sheehan, M.G. Hoy, op. cit.

⁶⁹ K. Sheehan, op. cit.

⁷⁰ Por. M.P. Couper, *Web surveys...* op. cit., s. 465.

⁷¹ M. P. Couper, *Web surveys...* op. cit., s. 485.

do próby jednostek nie należących do populacji (chyba, że zastosowano dodatkowe kryteria doboru oprócz „wizytujący stronę”). Dostępne do wykorzystania środki wizualne, za pomocą których prośba o udział w sondażu może być komunikowana są nieporównywalnie większe niż w ankiecie *e-mail*. Monitorowanie i rejestracja reakcji respondenta w czasie mogą być pomocne w ich zrozumieniu, a także przydatne do określania charakteru ubytków w próbie, a dalej do kalkulacji odsetków realizacji.

Spośród wymienionych barier, stosunkowo najbardziej zniechęcające wydają się być doniesienia o wyjątkowo niskich odsetkach zwrotów z ankiet internetowych.

Według P. Comleya, w badaniach prowadzonych w Wielkiej Brytanii techniką *Web surveys (intercept, pop-up)*, uzyskany odsetek odpowiedzi wahał się od 9% do 48% (średnia 24%)⁷². Średni *response rate* na poziomie 15% raportuje T. McLaughlin w badaniach amerykańskich⁷³. Surveye dodatkowo reklamowane bannerami (*banner-advertized*) osiągają odsetek odpowiedzi na krytycznym poziomie nie przekraczającym 0,5%⁷⁴. W literaturze naukowej niestety nie ma zbyt wielu relacji na ten temat.

Z ważnych badań przeprowadzonych za pomocą ankiety *e-mail* trzeba wspomnieć o zrealizowanych w 1998 roku, wśród użytkowników Internetu na Słowenii. Jest to jedyny przykład badań na dużej populacji, w których uczestników badania wylosowano z operatu (15% populacji Słoweńców miało wtedy dostęp do Internetu). Odsetek odpowiedzi wyniósł 10%⁷⁵.

Porównanie odsetków odpowiedzi dla ankiety *e-mail* i ankiety pocztowej, prowadziłoby do konkluzji, że tradycyjna technika zdecydowanie częściej gwarantuje wyższy poziom zwrotów⁷⁶.

⁷² T. Comley, *Pop-up surveys. What works, what doesn't work and what will work in the future*, paper presented at the ESOMAR Net Effects Internet Conference, Dublin, April 2000 przytacza m. in.: M.P. Couper, *Web survey research: challenges and opportunities*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 2001.

⁷³ T. McLaughlin, *Customer database research: guidelines for complete and ethical data collection*, paper presented at the annual conference of AAPOR, Portland, OR, May 2000 przytacza m. in.: M. P. Couper, *Web surveys...* op. cit., s. 485.

⁷⁴ M.P. Couper, *Web survey research...* op. cit.

⁷⁵ V. Vehovar, Z. Batagelj, K. L. Manfreda, M. Zaletel, op. cit., s. 229–230.

⁷⁶ M. P. Couper, J. Blair, T. Triplett, op. cit. s. 41, tabela 1, s. 44, tabela 2, s. 46, tabela 3; M.D. Kaplovitz, T.D. Hadlock, R. Levine, op. cit., s.94–98. Obszerniejsze rozważania na ten temat i zestawienia wyników empirycznych zamieszczam w aneksie swojej pracy doktorskiej.

Jedną z prac najpełniej integrującą dotychczasowy naukowy dorobek badań nad ankietą *e-mail* (za lata 1986–2000) jest studium K. Sheehan, którego rezultaty są zamieszczone w tabeli 2. Łączny średni *response rate* dla 30 analizowanych studiów obliczono na 36,83%. Jakkolwiek liczba analizowanych jednostek jest mała, autor studium wyciąga pierwsze wstępne wnioski o istnieniu trendu spadkowego *response rate* w latach 1994/5 – 2000, to jest w okresie przypadającym na wykorzystanie w sieci badań sondażowych na dużą skalę w tym także przez inne, nienaukowe podmioty. Spośród analizowanych czynników – rok przeprowadzenia badania, liczba pytań w kwestionariuszu, obecność oddzielnego listu zapowiedniego, liczba listów przypominających, waga tematyki badania (*salience*) – ten pierwszy najsilniej wpłynął na wartość odsetka.

Tabela 2

Wartości odsetka odpowiedzi w ankietach *e-mail* według roku

Rok przeprowadzenia badania	Liczba badań (pomiarów)	Średni odsetek odpowiedzi	Odchylenie standardowe
1986	2	61,5	19,09
1991	1	41,0	
1992	2	72,0	5,65
1994	1	19,0	
1995	6	43,2	22,13
1996	1	52,0	
1997	3	21,6	11,78
1998	7	36,0	16,58
1999	6	27,5	10,65
2000	2	24,0	

Źródło: K. Sheehan, *E-mail Survey Response Rates: A Review*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, 2001, vol. 6, No. 2, tabela 1.

W tabeli uwagę zwracają wysokie wartości odchylenia standardowego od średniej, co oznacza, że osiągnęto daleko różniące się od siebie wyniki w zakresie wartości współczynnika odpowiedzi. Trzeba także wskazać na ogromną różnicę, wynoszącą 70 punktów procentowych, między minimalną (7%) a maksymalną (76%) wartością współczynnika odpowiedzi dla analizowanych 30 studiów⁷⁷ (dane nie prezentowane w tabeli).

Hipotetycznym czynnikiem mogącym tłumaczyć niekonsekwencje kolejnych doniesień w zakresie *response rate* jest rodzaj badanych popu-

⁷⁷ K. Sheehan, op. cit., appendix 1.

lacji. Czynniki ten także mógł wpłynąć na spadek poziomu realizacji. K. Sheehan za D.A. Dillmanem wskazuje, że początkowo badane populacje charakteryzowało bardzo częste korzystanie z komputera i prawdopodobnie duże zainteresowanie jeśli idzie o nowe technologie, co mogło się przyczynić do większego poziomu realizacji⁷⁸. Prosty wyjaśnieniem jest też zadziałanie efektu nowości⁷⁹. Inny trop w poszukiwaniu charakterystyk sprzyjających partycypacji jest związany ze spójnością i silniejszymi więzami jakie łączyły jednostki „wczesnych” populacji⁸⁰ – bardziej społeczności (względnie małe; o bliskich relacjach, w tym prawdopodobnie *face-to-face*, wytworzonych na bazie instytucjonalnych powiązań) niż wielkich agregatów jednostek. Inni autorzy podkreślają z kolei przyjacielski klimat, charakterystyczny dla całej społeczności internautów, który był typowy w pierwszych latach rozwoju sieci⁸¹.

Natomiast M.P. Couper poszukując wyjaśnienia, wskazuje na sondaże, powszechnie występujące w sieci, które prowadzą podmioty, bezpodstawnie przedstawiające swoją działalność jako naukową. Argumentuje on, że przedsięwzięcia te mogą kształtować, czasem zupełnie błędne, wyobrażenia o sondażach i tym samym wpływać na chęć kooperacji⁸². Wydaje się w końcu, że z racji ogromnej ilości takich badań, czemu sprzyjają niewielkie koszty realizacji, dochodzi do efektu przesycenia i poczucia nadmiernej eksploatacji.

Inny argument, związany z poczuciem prywatności, wysuwają H. Cho i R. LaRose. Według nich, użytkownicy sieci internetowej są szczególnie narażeni na naruszanie prywatności, w jej wielu wymiarach. Zagrożona jest po pierwsze tzw. fizyczna prywatność (*physical privacy*), poprzez narażenie na otrzymywanie wiadomości, o które nie zabiegano, a także na obserwację. W szczególny sposób zagrożona jest możliwość kontroli nad przepływem i wykorzystaniem własnych danych osobowych (*informational privacy*), co wywołuje obawy przed utratą anonimowości lub złamaniem zasady poufności. W dużej mierze przyczyniają się do tego rozwinięte możliwości techniczne (przechwytywanie treści wiadomości, wysledzenie adresu osoby wizytującej stronę itp.). Co więcej, ponieważ w Internecie podawanie fałszywych tożsamości jest

⁷⁸ D.A. Dillman, *Mail and Internet surveys: the tailored design method*, 2nd Edition, John Wiley & Sons, New York, 2000 p r z y t a c z a m z a: K. Sheehan, op. cit.

⁷⁹ L. Parker, *Collecting data the e-mail way*, „Training and Development”, July 1997, s. 52–54 p r z y t a c z a m z a: H. Cho, R. LaRose, op. cit., s. 207.

⁸⁰ K. Sheehan, op. cit.

⁸¹ V. Vehovar, Z. Batagelj, K. L. Manfreda, M. Zaletel, op. cit., s. 233.

⁸² Por. M.P. Couper, *Web surveys...* op. cit., s. 465–482.

powszechną praktyką, zastrzeżenia co do wiarygodności podmiotu gromadzącego dane i uczciwości jego intencji zawsze mogą powstać. Jako szczególnie gwałcące prywatność mogą być potraktowane próby pozyskiwania respondentów wśród uczestników grup dyskusyjnych i innych forów spotkań, te bowiem, mimo, że odbywają się na publicznej platformie, są często postrzegane przez jego uczestników jako głęboko prywatne (*interactional privacy*). Niechęć do współpracy z badaczem (intruzem) wynika dodatkowo z tego, że miał on możliwość prześledzenia „historii” tej grupy i prowadzonej dyskusji, w której uczestnicy wypowiadają się w sposób szczery i nieskrępowany. Nie jest wyjątkiem, że użytkownicy sieci w odpowiedzi na prośbę udziału w badaniu, swój opór wyrażają poprzez namawianie do bojkotu, zapychanie skrzynki mailowej badacza i przeprowadzanie „ataku hakerów” na jego komputer⁸³.

Niekonsekwentnym doniesieniem o poziomach współczynników realizacji w ankiecie internetowej, nie towarzyszy, jak dotąd, systematyczna, postulowana przez wielu, próba ich wyjaśnienia. Istnieje niedobór studiów o charakterze meta-analitycznym. Wracają jednocześnie sprawy o zupełnie podstawowym znaczeniu – chodzi o ustalenie faktycznego charakteru ubytków i określenie w jakiej części wynikają one z problemów ze skontaktowaniem, a w jakiej z niechęci do partycypacji⁸⁴.

Te i inne okoliczności stanowią wyzwanie przede wszystkim dla tych, którzy działalność sondażową chcą prowadzić w sposób zgodny z wymogami metodologicznej poprawności, badaniu poddać losową próbę respondentów, odpowiednio i dokładnie określić zakres wniosków. Przedstawione wyżej problemy dotyczące ankiety internetowej skłaniają do wniosku, że technika ta, jeśli chodzi o możliwość realizacji sondaży na dużych i zróżnicowanych populacjach, nie stanowi realnej alternatywy dla technik „tradycyjnych”.

*

Dalsze rozważania wymagają pewnych uwag. Literatura poświęcona poszczególnym czynnikom wpływu na wartość odsetka odpowiedzi w ankiecie pocztowej jest niesłychanie obszerna – ta zgromadzona do połowy lat 70’ liczy około 250 tytułów; z kolei powstała od początku lat 70’ do początku lat 90’ obejmuje więcej niż 400 pozycji⁸⁵. Pokażna jest także liczba studiów, które dotyczą technik wywiadu. W prezentowanym dalej przeglądzie będę ograniczać się przede wszystkim do studiów integrujących ten dorobek. Wśród takich prac można wyróżnić ich kilka typów.

⁸³ Por. H. Cho, R. LaRose, op. cit., s. 206–215.

⁸⁴ M. P. Couper, J. Bliair, T. Triplett, op. cit., s. 40, 42.

⁸⁵ D.A. Dillman, *The design and administration of mail survey*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, op. cit., vol. II, s. 90–91 (przedruk artykułu, który ukazał się „Annual Review of Sociology”, vol. 17., 1991, s. 225–249).

Pierwszy z nich, według określenia D.A. Dillmana, to przeglądy subiektywne (*subjective assessments*)⁸⁶. Co prawda w opracowaniach tych bazuje się zwykle na badaniach eksperymentalnych (bądź skrzętnie rozdziela eksperymentalne od quasi eksperymentalnych), studia te, tak jak w przypadku przeglądu A.S. Linsky'ego⁸⁷ czy L. Kanuka i C. Berensona⁸⁸, polegają na wykonaniu, nie tyle jednej analizy wielozmiennowej, ile zestawień rezultatów badawczych dla pojedynczych czynników abstrahując od wpływu pozostałych. Wskazuje się także, że w niektórych jakościowych przeglądach (np. A.S. Linsky'ego) brakuje informacji o tym czy wykrywany efekt jest statystycznie istotny, co może być źródłem dostarczania błędnych interpretacji; zaś w części opracowań materiał prezentuje się dość selektywnie bądź formułuje nadto uproszczone i nie mające w pełni uzasadnienia wnioski⁸⁹.

Drugi rodzaj podejścia to przeglądy ilościowe (*quantitative assessments*), które przewyższają słabości poprzedniego, jednak i one mają swoje ograniczenia. Jedno z nich jest związane z problemem braków danych – studia, na których przeprowadzana jest meta-analiza zawierają często niepełną informację o czynnikach, którymi *nie* manipulowano w eksperymentach. Inna bardzo ważna kwestia, dotycząca tak przeglądów ilościowych jak i jakościowych, to sposób operacjonalizacji poszczególnych zmiennych-czynników i następnie kodowania materiału⁹⁰.

Rezultaty tych najważniejszych studiów przedstawiam w tabelach 3 i 4. Do ustaleń w nich zawartych będę się systematycznie odwoływać analizując w kolejnych podrozdziałach poszczególne czynniki. W tabeli 3 zawarta jest informacja, które z przeglądów mają charakter jakościowy, a które ilościowy. Z pod tej klasyfikacji wyłamuje się praca D. Dillmana. O skuteczności poszczególnych cech sondażu i procedur z w nich użytych w jego przypadku nie można wnioskować, gdyż *Total Design Method (TDM)* zakłada łączne zastosowanie wszystkich elementów⁹¹. Rezultaty zawarte w tabeli 4 uzyskano za pomocą analiz mających ilościowy charakter.

⁸⁶ Ibidem, s. 94–95.

⁸⁷ A.S. Linsky, op. cit., s. 82–101.

⁸⁸ L. Kanuk, C. Berenson, op. cit., s. 440–453.

⁸⁹ B.B. Schlegelmilch, A. Diamantopoulos, op. cit., s. 251.

⁹⁰ Por. D.A. Dillman, *The design and...* op. cit., s. 95–97; por. R.J. Fox, M.R. Crask, J. Kim, *Mail survey response rate. A meta-analysis of selected techniques for inducing response*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 52, 1988, s. 469; por. B.B. Schlegelmilch, A. Diamantopoulos, op. cit., s. 251.

⁹¹ Por. D.A. Dillman, *The design and...* op. cit., s. 97–98. Uwagi na temat *TDM* zamieszczam także w podrozdziale 6.6.2.

Tabela 3
Rezultaty badań poświęconych czynnikom wpływającym na odsetek odpowiedzi w ankiecie pocztowej w różnych podejściach badawczych

Czynnik	Przeglądy jakościowe, subiektywne					Przeglądy ilościowe, meta-analizy				TDM
	Scott (1961)	Kanuk, Berenson (1975)	Linsky (1975)	Duncan (1979)	Harvey (1987)	Heberlein, Baumgartner (1979)	Eichler, Habermehl (1981)	Goyder (1982)	Fox, Crask, Kim (1988)	
Momint (follow-up)	***	***	***	***	***	***	***	***	**	***
Wcześniejsze zawiadomienie	*	**	***	***	**	**	—	—	***	—
Gratyfikacja pieniężna	**	***	***	***	***	**	.	**	***	—
Specjalna opłata pocztowa (special postage)	**	**	***	?	**	**	.	**	**	***
Sponsor	**	*	***	**	?	**	**(-)	**	—	—
Koperta zwrotna ze znaczkami	**	**	**	***	***	.	—	—	***	***
Personalizacja	*	*	*	***	**	.	—	—	—	***
Waga tematu (salience)	**	—	.	—	**	***	***	***	—	***
Długość kwestionariusza	.	.	.	.	*	**	**	**	—	*
Towarzyszący list przewodni (cover letter)	**	?	.	**	**	—	—	—	—	***
Anonimowość	.	.	.	.	.	—	—	—	—	—
Podanie ostatecznego terminu	—	.	—	.	—	—	—	—	.	—
Rozmiar, kolor kwestionariusza	.	.	.	.	**	—	—	—	*	***
Badana populacja	—	—	—	—	*	**	**	**	.	.

*** bardzo ważne; ** raczej ważne; * mało ważne; . nieważne; ? nie znaleziono konkluzji; — nie badano efektu; (-) efekt w odwrotnym kierunku niż przewidywano.

Źródło: D. A. Dillman, *The design and administration of mail survey*, [w]: (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, op. cit., vol. II, s. 102, tabela 1 (przedruk artykułu, który ukazał się „Annual Review of Sociology”, vol. 17, 1991, s. 225–249).

Tabela 4

Rezultaty meta-analiz poświęconych czynnikom wpływu na odsetek odpowiedzi w sondażach

Czynnik	Yammarino, Skinner, Childers (1991) (dla ankiety pocztowej)	Yu, Cooper (1983) (dla ankiety pocztowej, wywiadu kwestionariuszowego i wywiadu telefonicznego)
Monit (<i>follow-up</i>)	X*	X*
Wcześniejsze zawiadomienie	X*	X*
Gratyfikacja pieniężna	X*	X*
Specjalna opłata pocztowa (<i>special postage</i>)	X*	X
Sponsor	X	–
Koperta zwrotna ze znaczkiem	X*	–
Personalizacja	X	X*
Waga tematu (<i>salience</i>)	–	–
Długość kwestionariusza	X*	X
Towarzyszący list przewodni (<i>cover letter</i>)	–	X
Anonimowość	X	X
Podanie ostatecznego terminu	X	X
Rozmiar, kolor kwestionariusza	–	–
Badana populacja / próba	X*	–
Gratyfikacje niepieniężne	X	X*
Oferowanie rezultatów badania	–	X
Zastosowanie techniki „stopy w drzwiach”	–	X*

X badano wpływ czynnika; * efekt istotny statystycznie; – nie badano wpływu czynnika/ efekt nie mógł być zmierzony (brak studiów o charakterze eksperymentalnym)

Źródło: F.J. Yammarino, S.J. Skinner, T.L. Childers, *Understanding mail survey response behavior. A meta-analysis*, [w:] *Public Opinion Quarterly*, vol. 55, 1991, s. 616-617, tabela 1.

3.2. Nawiązanie wstępnego kontaktu

Zasadnicze cele nawiązania wstępnego kontaktu z wylosowaną jednostką to powiadomienie o przeprowadzanym badaniu, dostarczenie na jego temat podstawowych informacji i pobudzenie woli do kooperacji⁹².

Wśród dwóch konkurencyjnych hipotez mówiących o wpływie wstępnego kontaktu na odsetek odpowiedzi dominuje ta, wedle której wcześniejsze powiadomienie sprzyja większej kooperacji. Hipoteza przeciwna oparta jest przesłance, że wcześniejsza informacja o organizowanym badaniu pozwala potencjalnemu respondentowi na przysto-

⁹² Por. M. Luppés, *A content analysis of advance letters from expenditure surveys of seven countries*, „*Journal of Official Statistics*”, vol. 11, No. 4, 1995, s. 462; por. A.S. Linsky, op. cit., s. 84.

wanie argumentów do odmowy i umocnienie się w tej postawie⁹³. Podstawowymi uzasadnieniami dla pierwszej hipotezy są: legitymizacja przedsięwzięcia; zadośćuczynienie normom grzeczności nakazującym uprzedzać o planowanych wizytach i zamierzeniach wobec wybranej osoby; a także, dla technik wywiadu, nabranie przez ankietera większej pewności siebie⁹⁴ oraz zredukowanie napięcia pojawiającego się u potencjalnego respondenta w wyniku zaskoczenia nagłym telefonem obcej osoby⁹⁵ (lub wizytą ankietera).

Jakkolwiek zmienna „wstępny kontakt” jest najczęściej w badaniach operacjonalizowana jako dwuwartościowa (wystąpił vs. nie wystąpił), powiadomienia mogą przybierać różną postać – mieć formę listu zapowiedniego, odbywać się telefonicznie lub przez osobisty kontakt; a także zawierać zróżnicowany przekaz. To zróżnicowanie nie ogranicza się tylko do innych nazw instytucji badawczych czy różnej tematyki badań (te czynniki zresztą są odizolowywane w meta-analizach), ale wynika także z różnej ilości zamieszczanych informacji.

Rezultaty analiz przeglądowych poświęconych zależności między zmienną „wcześniejsze zawiadomienie” (operacjonalizowaną dwuwartościowo) a odsetkiem odpowiedzi dla ankiety pocztowej przedstawiają tabele 3 i 4, z których wynika, że tam gdzie efekt ten badano, ustalono występowanie pozytywnego związku, chociaż o różnej sile.

Taki ogólny wniosek dla techniki ankiety pocztowej, na podstawie przeprowadzanej meta-analizy, stawiają również B.B. Schlegelmilch i A. Diamantopoulos, którzy badali wpływ wcześniejszego zawiadomienia w 73 eksperymentach, z których 95% stanowią badania konsumencie. Autorzy ci dodatkowo sprawdzili wpływ kanału, za pomocą którego nawiązywany jest wstępny kontakt – pocztą lub telefonicznie⁹⁶. Analiza ta przyniosła kilka ważnych obserwacji. W przypadku zawiadomienia drogą pocztową – tylko dla 46,7% analizowanych jednostek odnotowano efekt istotny statystycznie; dla 44,4% nie był statystycznie istotny; a dla 8,9% odnotowano istotną statystycznie zależność w odwrotnym

⁹³ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 209; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 280–281

⁹⁴ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 276–277; R. Groves, C. Snowden, *The effect of advanced letters on response rate in linked telephone surveys*; Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1987, s. 633 D.A. Dillman, J.G. Gallegos, J.H. Frey, op. cit., s. 74

⁹⁵ D.A. Dillman, J.G. Gallegos, J.H. Frey, op. cit., s. 74

⁹⁶ Liczba eksperymentów, w których zawiadomienie miało formę osobistego kontaktu jest bardzo mała (n=4).

niż przewidywano kierunku (odsetek odpowiedzi wyższy w grupie kontrolnej). Obserwacje te w pewnym stopniu dostarczają uzasadnienia dla poglądu podzielanego przez niektórych metodologów, że wysiłki wystosowania wcześniejszego zawiadomienia pocztą w badaniach konsumenckich nie są warte zachodu⁹⁷. Natomiast wstępny kontakt telefoniczny okazał się istotnie podnosić wartość odsetka odpowiedzi dla 70,8% badanych jednostek, dla pozostałych efekt był statystycznie nieistotny⁹⁸.

Zawartość listów zapowiednich była przedmiotem badań kilku prac, które ujawniły dużą rozbieżność w ilości przekazywanych komunikatów⁹⁹.

Jak do tej pory, problem obecności określonych elementów w liście zapowiednim i ich wpływ na poziom realizacji został systematycznie zbadany tylko przez E. de Leeuw (i inni) – przeprowadzona przez nich meta-analiza dotyczy sondaży telefonicznych, a zastosowane przez nich miary zmiennej zależnej to *response rate* i *cooperation rate*. Materiał poddany analizie uwzględnia 20 sondaży, w ramach których przeprowadzono badania eksperymentalne nad wpływem listu zapowiedniego na poziom realizacji. Wszystkie mają charakter badań akademickich i obejmują okres 1976–2004. Zgodnie z otrzymanymi wynikami, średnia wartość *response rate* w grupie kontrolnej wyniosła 43,8%, a w grupie eksperymentalnej (z listem) 49,4%; z kolei średnia wartość *cooperation rate* w grupie kontrolnej wyniosła 50,7% i 58,3% w grupie eksperymentalnej. Zatem, list zapowiedni w sondażach telefonicznych to środek podnoszący poziom realizacji, nie tyle ze względu na zwiększanie liczby kontaktów, ile chęci do kooperacji¹⁰⁰. Wyniki analizy jednocześnie świadczyły o tym, że rezultaty poszczególnych studiów empirycznych nie są jednorodne (odnotowano także przeciwny do oczekiwanego efekt listu¹⁰¹), ani nie są skupione wokół średnich wartości – odchylenia były

⁹⁷ D. Jobber, *Managing industrial mail surveys: A user guide*. Proceedings, Annual Conference of the Marketing Education Group, Plymouth, England, 1986, s. 570 p r z y - t a c z a m z a: B.B. Schlegelmilch, A. Diamantopoulos, op. cit., s. 254.

⁹⁸ B.B. Schlegelmilch, A. Diamantopoulos, op. cit., s. 252–254.

⁹⁹ M. Luppés, *A content analysis of...* op. cit.; por. J. Sobal, *The content of survey introductions and the provision of informed consent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 48, 1984, s. 789–791.

¹⁰⁰ E. de Leeuw, J. Hox, E. Korendijk, G. Lensvelt-Moulders, M. Callegaro, op. cit., s. 8.

¹⁰¹ W liście poinformowano, że pytania w sondażu będą dotyczyły zachowań seksualnych i AIDS.

duże, nie miały charakteru losowego. Okazało się, że tej zmienności nie tłumaczyły ani charakterystyki próby (rodzaj badanej populacji, rodzaj operatu losowania itd.) ani sondażu jako takiego (rok przeprowadzenia, waga tematyki, drażliwość tematyki, czas między listem a wywiadem, umiejętności ankierów itd.) – innymi słowy w każdych warunkach list zapowiedni „pracował” z porównywalną efektywnością. Czynniki, które w 54% objaśniły wariancję (dla *cooperation rate*) związane były z charakterystykami samego listu zapowiedniego – były nimi „personalizacja listu zapowiedniego”¹⁰² ale przede wszystkim „zamieszczenie informacji o tym jak skontaktować się z badaczem”. Pozostałe cechy listu nie wpłynęły istotnie na wartość analizowanych odsetków realizacji, co oznacza, że m.in. długość listu nie miała znaczenia, a kartki pocztowe były tak samo skuteczne jak listy zawierające komplet informacji. Ponieważ we wszystkich listach zapowiednich silnie akcentowano uniwersyteckiego sponsora, wpływ ośrodka badawczego i jego autorytetu nie mógł być badany¹⁰³.

Jednocześnie w analizie zakładano (podobnie jak we wcześniej omawianych), że list zapowiedni jest czytany przez wszystkie wylosowane do badania jednostki. Jak relacjonują autorzy, powołując się na badania innych, zwykle 60–70% deklaruje otrzymanie listownej zapowiedzi. Można zatem domniemywać, że o ile percepcja listu zapowiedniego będzie większa, zwiększy się również efekt oddziaływania bodźca; w czym niemałą rolę mogą odegrać odpowiednie rozwiązania i projekty graficzne¹⁰⁴. Badania innych z kolei wskazują, że procent tych, do których list faktycznie dociera może być znacznie niższy – w niemal połowie amerykańskich gospodarstw domowych korespondencja jest selekcjonowana przez jedną osobę; w ponad 60% z nich część przesyłek jest wyrzucana przed zapoznaniem się z treścią. Ustalono, że jednym z kryteriów selekcji jest sposób zaadresowania korespondencji – poczta

¹⁰² Zmienna „forma adresowania” mogła przyjmować trzy wartości: personalizowany indywidualnie; adresowany do członków gospodarstwa; w ogóle nie personalizowany.

¹⁰³ E. de Leeuw, J. Hox, E. Korendijk, G. Lensvelt-Moulders, M. Callegaro, *The influence of advance letters on response in telephone surveys: A meta-analysis*, [w:] (ed.) C. van Dijkum, J. Blasius, H. Kleijer & B. van Heiten, *Proceedings of the RC 33 Sixth International Conference on Social Science Methodology. Recent Developments and Applications in Social Research Methodology*, Wiesbaden, Germany: VS Verlag, 2005, s. 1–16.

¹⁰⁴ E. de Leeuw, J. Hox, E. Korendijk, G. Lensvelt-Moulders, M. Callegaro, op. cit., s. 10–13.

adresowana imiennie nie była wyrzucana¹⁰⁵. Właśnie ta ostatnia obserwacja może rzucać nowe światło na odkryty przez E. de Leeuw, J. Hox, E. Korendijk, etc związek między personalizacją listu zapowiedniego a współczynnikiem odpowiedzi.

Omawiając wpływ listu zapowiedniego w sondażach telefonicznych warto jeszcze zamieścić jedną, ważną obserwację pochodzącą z badań K.M. Goldstein i M.K. Jennings – okazało się, że w grupie eksperymentalnej, w odróżnieniu od kontrolnej, rozkłady zmiennych demograficznych odpowiadały rozkładom dla próby założonej. Mówiąc inaczej – mimo, iż współczynnik odpowiedzi w grupie eksperymentalnej był nadal bardzo niski (43%), zastosowanie listu zapowiedniego przewyższyło problem niereprezentatywności w tej części próby (zapewniając lepszą reprezentację przede wszystkim osobom w starszym wieku)¹⁰⁶. Większą efektywność listu zapowiedniego wśród osób powyżej 65 roku życia zaobserwowali też R. Groves i C. Snowden¹⁰⁷.

Dorobek badawczy zgromadzony w oparciu o technikę wywiadu *f-t-f* i wykorzystaniu w nim listu zapowiedniego jako eksperymentalnego bodźca, zgodnie z moją wiedzą, nie doczekał się odrębnych syntez w postaci meta-analiz. Ta sama uwaga dotyczy ankiety *e-mail*.

Z wyników meta-analizy J. Yu i H. Coopera (tabela 4), w której obliczono efekt oddziaływania wcześniejszego powiadomienia dla wszystkich trzech podstawowych technik zbierania materiałów łącznie¹⁰⁸, wynika, że w warunkach eksperymentalnych średnia wartość *response rate* wyniosła 46%, a w warunkach kontrolnych 37,9% (przy wysokich – rzędu 25% wartościach odchylenia standardowego)¹⁰⁹.

¹⁰⁵ M.P. Couper, N.A. Mathiowetz, E. Singer, *Related households, mail handling, and returns to the 1990 Census*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 7, No. 2, 1995, s. 172–177; przytaczam za: R. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 280.

¹⁰⁶ K.M. Goldstein, M.K. Jennings, *The effect of advance letters on cooperation in a list sample telephone survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 66, 2002, s. 612–613, tabela 1 i 2.

¹⁰⁷ R. Groves, C. Snowden, op. cit., s. 636.

¹⁰⁸ 10,4% analizowanych przypadków dotyczy wywiadu telefonicznego; 13,5% wywiadu kwestionariuszowego i 76,1% ankiety pocztowej. Na podstawie: J. Yu, H. Cooper, op. cit., s. 39, tabela 1.

¹⁰⁹ J. Yu, H. Cooper, op. cit., s. 40, tabela 5.

3.3. Obecność gratyfikacji i ich rodzaj

Wyróżnia się wiele rodzajów wynagrodzeń stosowanych w celu zwiększenia odsetka odpowiedzi. Zasadniczym kryterium podziału jest pieniężny / niepieniężny charakter gratyfikacji (*monetary / nonmonetary incentive*). Wynagrodzenia różnicuje się także ze względu na grupę jednostek, do której kierowana może być oferta – można ją wystosować do wszystkich wylosowanych w momencie rozpoczęcia realizacji badania bądź tylko do odmawiających. I w końcu wyróżnia się gratyfikacje przekazywane „awansiem” tj. w momencie postawienia zadania (*pre-paid incentive*) oraz oferowane w zamian za wywiązanie się z niego czyli pod warunkiem udziału w badaniu (*promised incentive; contingent upon completion*). Możliwe kombinacje w oparciu o trzy powyższe kryteria wyczerpują w zasadzie wachlarz typów wynagrodzeń stosowanych w celu zwiększenia odsetka realizacji.

Potencjalna wielość czynników wpływu zdecydowała, że w empirycznych studiach rozważano efektywność poszczególnych rodzajów gratyfikacji w odniesieniu do konkretnych technik otrzymywania materiałów; badano także zależność między odsetkiem realizacji a wysokością wynagrodzenia pieniężnego. Słusznie zwrócono uwagę, że badanie efektów stosowanych gratyfikacji nie może ograniczać się jedynie do monitorowania wielkości odsetka realizacji – działanie bodźcem gratyfikacyjnym może mieć swoje ważne konsekwencje dla jakości i kompletności zebranych materiałów, stopnia reprezentatywności próby, a także dla sposobu recepcji oferowanych gratyfikacji, kreacji oczekiwań jako konsekwencji wynagradzania, poczucia niesprawiedliwości w związku z wynagradzaniem tylko części respondentów itd.

Ogólny wgląd w skuteczność gratyfikacji pieniężnych w podnoszeniu odsetka odpowiedzi w ankiecie pocztowej dają informacje zawarte w tabeli 3 oraz 4. Przeglądy, w których badano tę zależność dostarczają konsekwentnie informacji (oprócz studium Eichler i Habermehl) o efektywności bodźca gratyfikacyjnego. Z innych prac należy wymienić jeszcze jakościowy przegląd J.S. Armstronga¹¹⁰ oraz ilościowy J.S. Armstronga i E.J. Luska¹¹¹ – przynoszą one spójne z poprzednimi rezultaty.

¹¹⁰ J.S. Armstrong, *Monetary incentives in mail surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39, 1975, s. 111–166.

¹¹¹ J.S. Armstrong, E.J. Lusk, *Return postage in mail surveys: A meta-analysis*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 51, 1987, s. 233–48 p r z y t a c z a m z a: A.H. Church, *Estimating the effect of incentive on mail survey response rates: A meta-analysis*, [w:]

Taki ogólny wniosek płynie także z meta-analizy przeprowadzonej przez A.H. Churcha¹¹². W kolejnym kroku badacz ten pogłębił swoje podejście sprawdzając efektywność następujących rodzajów gratyfikacji: pieniężne „awanssem”; pieniężne „warunkowo”; niepieniężne „awanssem”; niepieniężne „warunkowo”. Zróżnicowanie w obrębie rezultatów poszczególnych studiów eksperymentalnych¹¹³ zostało wyjaśnione przez rodzaj zastosowanej gratyfikacji – żadna ze zmiennych kontrolnych (rok publikacji, rodzaj populacji) nie objaśniała wariancji (część zależności uwzględniających np. długość kwestionariusza, wysokość wynagrodzenia nie mogła zostać zbadana z powodu znacznej liczby braków danych)¹¹⁴.

Okazało się, że nie wszystkie rodzaje gratyfikacji zapewniają poprawę wartości współczynnika realizacji – spośród czterech badanych typów zależność istotną statystycznie odnotowano tylko dla tych wynagrodzeń, które wylosowani otrzymują przed podjęciem decyzji co do uczestnictwa w badaniu („awanssem”). Wyniki nie dostarczyły argumentów do poparcia stawianej na wstępie hipotezy o prymacie gratyfikacji pieniężnych nad niepieniężnymi. Z dwóch typów wynagrodzeń „awanssem” bardziej efektywna jest gratyfikacja pieniężna – powoduje wzrost *response rate* o średnio 18,8 punktów procentowych podczas gdy gratyfikacja niepieniężna „awanssem” jedynie 7,9 punktów¹¹⁵.

Podobne wnioski wyciągają J. Yu i H. Cooper na podstawie rezultatów meta-analizy, w której obliczono efekty oddziaływania poszczególnych rodzajów gratyfikacji dla wszystkich trzech podstawowych technik zbierania materiałów łącznie¹¹⁶. W warunkach eksperymentalnych, zakładających wykorzystanie wynagrodzenia finansowego („pieniężne ogólnie”), średnia wartość *response rate* wyniosła 50,5%, a w warunkach kontrolnych 35,2% (zależność istotna statystycznie). Każda z rodzajów gratyfikacji pieniężnych – zarówno „awanssem” jak i „warunkowo” – podnosiła w sposób istotny statystycznie wartość odsetka odpowiedzi (w odróżnieniu od rezultatów analizy A.H. Churcha), niemniej ta

(ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, op. cit., t. 4, s. 265 (przedruk artykułu, który ukazał się „Public Opinion Quarterly”, vol. 57, 1993, s. 62–79).

¹¹² Ibidem, s. 269, 272.

¹¹³ Meta-analiza obejmuje 74 obserwacje (eksperymenty), które przeprowadzono na przestrzeni 1931–88, a ich wyniki prezentowano na łamach czasopism psychologicznych, *Public Opinion Quarterly*, *Journal of Marketing Research*: ibidem, s. 268.

¹¹⁴ Ibidem, s. 271, 274.

¹¹⁵ Ibidem, s. 271.

¹¹⁶ 10,4% analizowanych przypadków dotyczy wywiadu telefonicznego; 13,5% wywiadu kwestionariuszowego i 76,1% ankiety pocztowej. Na podstawie: J. Yu, H. Cooper, op. cit., s. 39, tabela 1.

pierwsza okazała się bardziej efektywna (wzrost o średnio 15,6 punktów procentowych) w porównaniu z drugą (5,8 punktów). Z kolei efektywność gratyfikacji niepieniężnych (ogólnie) podniosła istotnie poziom realizacji średnio o 9,2 punktu procentowego¹¹⁷.

Meta-analiza poświęcona wpływowi gratyfikacji na wartość *response rate* w technikach wywiadu została przeprowadziła E. Singer (i in.)¹¹⁸. Badacze stawiali sobie pytanie czy wynagrodzenia różnie „pracują” w zależności od techniki (wywiad kwestionariuszowy vs. telefoniczny), ale okazało się, że sposób gromadzenia informacji nie różnicuje w sposób istotny statystycznie efektywności bodźca gratyfikacyjnego, co stanowi pierwszy ważny wniosek ich analizy¹¹⁹. Druga ważna konkluzja jest następująca – wynagrodzenia podnoszą istotnie wartość *response rate* dla technik wywiadu, ale efekt ten jest znacznie mniejszy niż w przypadku techniki ankiety pocztowej (w odniesieniu do raportowanych przez A.H. Churcha i J. Yu i H. Coopera)¹²⁰. Po trzecie, chociaż nie zaobserwowano statystycznie istotnych różnic między skutecznością gratyfikacji „awansem” i „warunkowych”, kierunek zaobserwowanych różnic był zgodny z dotychczasową wiedzą tzn. efektywniejsza była opcja „awansem” (należy jednak wziąć pod uwagę, że w większości analizowanych eksperymentów stosowano gratyfikacje „warunkowe”)¹²¹. Gratyfikacje pieniężne „warunkowe”, podobnie jak u J. Yu i H. Coopera, ale w odróżnieniu od A.H. Churcha, okazały się tym środkiem, który istotnie podnosi wartość *response rate*¹²². Jednocześnie gratyfikacje niepieniężne, niezależnie od formy i wartości nagrody, mają mniejszą efektywność niż wszelkie wynagrodzenia finansowe. Hipoteza o większej efektywności bodźca gratyfikacyjnego w badaniach obciążających respondenta dłuższym kwestionariuszem i/lub dodatkowymi ankietami do wypełnienia nie została potwierdzona – gratyfikacje wywołały efekt istotny statystycznie nawet przy sondażach przewidujących zadania mało obciążające. I w końcu – gratyfikacje mają większy efekt w tych badaniach, w których w warunkach kontrolnych współ-

¹¹⁷ J. Yu, H. Cooper, op. cit., s. 39–40, tabela 3 oraz 4.

¹¹⁸ E. Singer, J. van Hoewyk, N. Gebler, T. Raghunathan, K. McGonagle, *The effect of incentives on response rates in interviewer-mediated surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 2, 1999, s. 217–230. Meta-analiza obejmuje 39 eksperymentów zrealizowanych na terenie USA i Kanady.

¹¹⁹ Ibidem, s. 223.

¹²⁰ E. Singer, J. van Hoewyk, N. Gebler, T. Raghunathan, K. McGonagle, op. cit., s. 223, E. Singer, *The use of incentives to reduce nonresponse in household surveys*, [w:] (ed.) R. Groves, D.A. Dillman, J.L. Eltinge, R.J.A. Little, op. cit., s. 165.

¹²¹ Ibidem.

¹²² E. Singer, J. van Hoewyk, N. Gebler, T. Raghunathan, K. McGonagle, op. cit., s. 223

czynnik odpowiedzi był niski – innymi słowy zależność między efektywnością gratyfikacji a współczynnikiem odpowiedzi uzyskanym bez stosowania wynagrodzeń jest odwrotnie proporcjonalna¹²³. Zatem zalecane jest, ażeby w badaniach, które nie dostarczają motywacji do uczestnictwa (np. mało atrakcyjna tematyka, duże obciążenie respondentów itd.) ten brak kompensować bodźcem gratyfikacyjnym¹²⁴.

Z powodu wzmiankowanego już braku odpowiednio dużej ilości obserwacji dla eksperymentów wykorzystujących gratyfikacje „awansu” w technikach wywiadu, E. Singer wraz z zespołem badawczym kontynuowała te badania wywołując źródła w wywiadzie telefonicznym (operat RDD). Użytymi miarami zmiennej zależnej był zarówno *response rate* i *cooperation rate*¹²⁵. Okazało się, że w żadnym z czterech eksperymentów z gratyfikacjami pieniężnymi „warunkowymi” nie odnotowano statystycznie istotnego wzrostu wartości współczynnika odpowiedzi ani kooperacji¹²⁶. Tymczasem załączenie pieniędzy do listu zapowiedniego (vs. list zapowiedni bez gratyfikacji) spowodowało zwiększenie wartości *response rate* o średnio 10,7 punktów procentowych, i wartości *cooperation rate* o 10,3 punktów, przy czym zależność ta jest wolna od wpływu oddziaływania ankierów¹²⁷.

Generalnie, analiz wykorzystujących subtelniejsze miary (*cooperation rate* i/lub *refusal rate*), pozwalające na pełniejszego rozumienia powodów skuteczności gratyfikacji, jest w literaturze bardzo niewiele. W eksperymentach wykorzystujących technikę wywiadu *f-t-f* uwzględnił je także D.K. Willimack (i inni), który sprawdzał efektywność niepieniężnych gratyfikacji przekazywanych „awansu”¹²⁸. Zgodnie z wynikami zastosowanie wynagrodzenia (załączonego w liście zapowiednim) zwiększyło wartość odsetka odpowiedzi o 5 punktów procentowych, co było przede wszystkim efektem zmniejszenia się wartości współczynnika odmów¹²⁹.

¹²³ Ibidem, s. 223–225.

¹²⁴ E. Singer, *The use of incentives to reduce...* op. cit., s. 165.

¹²⁵ E. Singer, J. van Hoewyk, M.P. Maher, *Experiments with incentives in telephone surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 64, 2000, s. 171–188.

¹²⁶ Ibidem, s. 174.

¹²⁷ Ibidem, s. 177–178.

¹²⁸ Studium włączone do meta-analizy E. Singer, J. van Hoewyk, N. Gebler, T. Raghunathan, K. McGonagle.

¹²⁹ D.K. Willimack, H. Schuman, B.-E. Pennell, J.M. Lepkowski, *Effects of prepaid nonmonetary incentive on response rates and response quality in a face-to-face survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 59, 1995, s. 81–82, 84–85.

O wpływie wynagrodzeń na poziom kooperacji w ankiecie pocztowej (w badaniach rządowych) donoszą z kolei C. Shettle i G. Money – agregując dane otrzymane po dwóch falach wysyłek odnotowano statystycznie istotny wzrost *cooperation rate* w grupie eksperymentalnej, gdzie wykorzystano gratyfikacje pieniężne „awansem” (o blisko 11 punktów procentowych)¹³⁰.

Skuteczność różnych typów gratyfikacji do konwersji odmawiających rozważali w sondażach telefonicznych M.E. Kropf, J. Scheib, J. Blair. W eksperymentach manipulowano wielkością i rodzajem wynagrodzenia. Zgodnie z wynikami pierwszego eksperymentu, wraz ze zwiększaniem wartości gratyfikacji pieniężnej, załączonej do listu zapowiedniego, istotnie zmniejsza się odsetek odmów¹³¹. Wedle wyników drugiego, w zmniejszaniu odsetka odmów bardziej skuteczna jest gratyfikacja pieniężna „warunkowa” niż obietnica wpłacenia tej samej kwoty na rzecz instytucji charytatywnej. I ostatecznie, oferta wpłacenia kwoty na rzecz instytucji charytatywnej (vs. brak gratyfikacji dla respondenta) nie przyniosła efektu istotnego statystycznie¹³².

O skuteczności gratyfikacji pieniężnych jako środka wspomagającego zabieg konwersji odmów w badaniach panelowych raportowali E. Martin (i inni)¹³³.

Interesującym, wzmiankowanym już problemem jest zależność między efektywnością gratyfikacji a wielkością oferowanych stawek. J.C. Hacker i P. Bourgette optowali za symbolicznymi opłatami („awansem”), wykorzystując teorię dysonansu Festingera – argumentowali, że wysłanie 1\$ wywołała u potencjalnych respondentów dysonans – większy niż gdyby otrzymali oni stawkę równoważącą wysiłek włożony w wypełnienie zadania. Możliwym sposobem pozbycia się dysonansu byłby zwrot wynagrodzenia, jednakże jak zakładali, odesłanie symbolicznego dolara będzie traktowane jako nie warte tego wysiłku; a bezpodstawne zatrzymanie gratyfikacji podtrzyma dysonans. Spodziewano się jednocześnie, że zapłata symboliczna, podobnie jak u badanych

¹³⁰ C. Shettle, G. Mooney, *Monetary incentive in U.S. government surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 2, 1999, s. 235–236.

¹³¹ M.E. Kropf, J. Scheib, J. Blair, *The effect of alternative incentives on cooperation and refusal conversion in telephone survey*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 2000, s. 1083.

¹³² Ibidem, s. 1084.

¹³³ E. Martin, D. Abreu, F. Winters, *Money and motive: Effects of incentive on panel attrition in survey of income and program participation*, „Journal of Official Statistics”, vol. 17, No. 2, 2001, s. 273.

przez Festingera, spowoduje większe wewnętrzne zaangażowanie w zadanie niż zapłata ekwiwalentna¹³⁴.

Na rzecz zapłaty symbolicznej jako efektywniejszej gratyfikacji argumentowali także inni, chociaż na bazie innych teoretycznych przesłanek. D.A. Dillman odwoływał się do koncepcji społecznej wymiany (*social exchange*), zgodnie z którą to nie wartość wynagrodzenia, ale dziękczynne intencje darczyńcy są ważne¹³⁵. Jednocześnie jeżeli wartość wynagrodzenia staje się ekwiwalentem w wymianie ekonomicznej tym łatwiej o odmowę¹³⁶. Z kolei R. Groves, R. Cialdini, M. Couper odwołali się do normy wzajemności (*norm of reciprocity*) regulującej wymianę społeczną¹³⁷.

Natomiast P.M. Binner, H.J. Kidd argumentują za stosowaniem wynagrodzeń równoważących wkład respondenta, odwołując się do koncepcji wymiany ekonomicznej i zasady sprawiedliwości (*equity principle*)¹³⁸.

Hipoteza, wedle której wraz ze zwiększaniem wartości gratyfikacji pieniężnej zwiększa się wartość *response rate* została potwierdzona w wielu analizach o charakterze przeglądowym – w części z nich ustalono istnienie liniowej zależności¹³⁹, a w części zaobserwowano coraz mniejsze przyrosty wraz ze zwiększaniem wartości wynagrodzenia¹⁴⁰. Z innych ciekawych prac, aczkolwiek raportujących wyniki pojedynczych badań warto wspomnieć o artykule C.D. Schewe i N.G. Courmoyer, gdzie ustalono, że jedynie większe niż 1\$ gratyfikacje przynoszą istotny

¹³⁴ J.C. Hackler, P. Bourgette, *Dollars, dissonance, and survey returns*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 37, 1973, s. 277–278; teorią dysonansu poznawczego posługiwali się także D.H. Furse, D.W. Stewart, *Monetary incentives versus promised contribution to charity: new evidence on mail survey response*, „Journal of Marketing Research”, vol. 18, 1982, s. 378–379.

¹³⁵ Por. D.A. Dillman, *Mail and telephone surveys...* op. cit., s. 16, por. podrozdział 6.6.2.

¹³⁶ D.A. Dillman, *Mail and telephone surveys...* op. cit., s. 16.

¹³⁷ R.M. Groves, R.B. Cialdini, M. Couper, op. cit., s. 480, por. R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse...* op. cit., s. 282.

¹³⁸ P.M. Binner, H.J. Kidd, *The interactive effects of monetary incentive justification and questionnaire length on mail survey response rates*, „Psychology and Marketing”, vol. 11, 1994, s. 483–492 p r z y t a c z a m z a: C. Shettle, G. Mooney, op. cit., s. 232.

¹³⁹ E. Singer, J. van Hoewyk, N. Gebler, T. Raghunathan, K. McGonagle, op. cit., s. 223; J. Yu, H. Cooper, op. cit., s. 39–40.

¹⁴⁰ J. S. Armstrong, op. cit., s. 115–116; L. Kanuk, C. Berenson, op. cit., s. 448; R.J. Fox, M.R. Crask, J. Kim, op. cit., s. 484–485.

wzrost wartości *response rate*¹⁴¹. Natomiast wyniki badań James'a i Bolsteina zasugerowały, że wysokie wartości wynagrodzeń mogą wręcz odnosić odwrotny skutek do zamierzonego tj. redukować chęć do kooperacji – przy stawkach \$5, \$10, \$20, \$40 („awansiem”) otrzymano odpowiednio odsetki realizacji w czwartej fali zwrotów – 67%, 67%, 79%, 69% (w żadnej z fal zwrotów nie zaobserwowano liniowego związku)¹⁴².

W latach '90 zainteresowanie badaczy przyciągnęły zagadnienia związane z konsekwencjami rozdawania gratyfikacji – oczekiwaniami w zakresie odpłatności przy kolejnych badaniach i chęcią uczestnictwa w nich.

E. Singer, J. van Hoewyk i M.P. Maher w swoich kolejnych badaniach odkryli, że respondenci poprzedniego sondażu, którym zapłacono za udział w badaniu, znacznie częściej niż ci, którym nie płacono, oczekują zapłaty w przyszłych badaniach (oczekiwania mierzono liczbą wskazań „respondentom należy płacić za udział w badaniu”). Co jednak nieco zaskakujące, okazało się, że deklaracje te nie odzwierciedlają faktycznych oczekiwań – respondenci, którzy poprzednio otrzymali zapłatę znacznie chętniej brali udział w kolejnych badaniu, mimo iż gratyfikacji nie przewidziano. Nie jest jednak wiadome czy efekt ten nie jest związany z faktem, że oba badania przeprowadzał ten sam ośrodek. Jak podkreślają autorzy, wnioski mają charakter wstępny i potrzebne są dalsze badania¹⁴³.

Innych doniesień dostarczają wyniki pracy E. Martin (i inni) – gratyfikacja w wysokości 20\$ za uczestnictwo w badaniach panelowych wypłacona w pierwszej fali, spowodowała, że respondenci ci znacznie częściej niż ci, którzy otrzymali mniejszą zapłatę bądź w ogóle jej nie uzyskali, zgłaszali później deklaracje o chęci wycofania się z badania z uwagi na męczący i forsowny charakter zadania. Nie jest do końca wiadome, czy efekt ten należy traktować jako potwierdzający hipotezę R. Grovesa i M. Coupera o wpływie wysokich wynagrodzeń na wyol-

¹⁴¹ C.D. Schewe, N.G. Cournoyer, *Prepaid vs. promised monetary incentives to questionnaire response: further evidence*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 40, 1976, s. 106–107.

¹⁴² J.M. James, R. Bolstein, *Large monetary incentives and the effects on mail survey response rates*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 56, 1992, s. 447.

¹⁴³ E. Singer, J. van Hoewyk, M.P. Maher, *Does the payment of incentives create expectation effects?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 62, 1998, s. 157–163.

brzymianie wyobrażeń o trudności zadania¹⁴⁴, czy raczej jako związany z pozyskaniem poprzez gratyfikację w pierwszej fali, respondentów niechętnych badaniu¹⁴⁵.

Pokrewny problem dotyczy percepcji nierównej dystrybucji gratyfikacji – czyli oferowania wynagrodzenia tylko osobom niechętnym do wzięcia udziału w badaniu. Decydując o zakresie jednostek, którym będą oferowane gratyfikacje bierze się z reguły pod uwagę dwa punkty widzenia. Patrząc z perspektywy ekonomicznej, sam fakt, że odmowy mają miejsce świadczy o tym, że dla pewnej grupy osób udział w sondażu niesie ze sobą zbyt małą wartość bądź też jest zbyt obciążający, zatem motywację tych osób należy wzmocnić innym, gratyfikacyjnym bodźcem. Z perspektywy społecznej i psychologicznej takie działanie nie jest uzasadnione, ponieważ odmowy nie powinny być traktowane jako wskaźnik większego obciążenia – praktyki te są niesprawiedliwe wobec tych, którzy bezproblemowo współpracują. Co więcej, stosowanie tych praktyk może jedynie nasilić oczekiwania odmawiających w zakresie gratyfikacji, a także zniechęcić respondentów dziś kooperujących¹⁴⁶.

Z badań mających charakter rekonesansu, przeprowadzonych techniką FGI, w USA w 1994 roku wynikało, że tak w grupie osób o niskim jak i średnim dochodzie, wiedza na temat nierównej dystrybucji gratyfikacji jest niewielka¹⁴⁷. Kontynuując badania przeprowadzono serię eksperymentów laboratoryjnych, w których bodźcem były nagrania ze scenami odpowiadającymi różnym typom aranżacji. Po pierwsze – wyniki odnoszące się do związku między efektywnością gratyfikacji a stopniem obciążenia respondenta były zgodne z uzyskanymi w meta-analizie E. Singer (i inni) – nie udało się potwierdzić hipotezy o większej efektywności gratyfikacji w sondażach przewidujących większe obciążenie respondenta zadaniami. Po drugie – ujawnienie przez ankietera w aranżacji informacji o udzielaniu gratyfikacji jedynie odmawiającym, bez dostarczenia racjonalnej podstawy takich praktyk istotnie zmniejszyło deklarowaną chęć kooperacji w sondażu. Dostarczenie wyjaśnienia tych

¹⁴⁴ R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 282.

¹⁴⁵ E. Martin, D. Abreu, F. Winters, op. cit., 278–280.

¹⁴⁶ E. Singer, R.M. Groves, A.D. Corning, *Differential incentives, beliefs about practices, perception of equity, and effects on survey participation*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 63, 1999, s. 252.

¹⁴⁷ R.M. Groves, E. Singer, A.D. Corning, A. Bowers, op. cit., s. 253.

praktyk hamowało ten efekt (na granicy istotności statystycznej)¹⁴⁸. Spodziewano się, że obserwacja w postaci mniejszej chęci do kooperacji wśród osób, którym ujawniono fakt płacenia tylko odmawiającym znajdzie potwierdzenie w badaniu terenowym. Mimo, że aż 74% wszystkich respondentów (zarówno tych, którym ujawniono i nie ujawniono tej informacji) wyraziło pogląd, że podobne praktyki są niesprawiedliwe, to okazało się jednak, że jest to czynnik, do którego respondenci ostatecznie nie przywiązują zasadniczej wagi – w obu grupach zaobserwowano taką samą deklarowaną chęć uczestnictwa w przyszłym badaniu i pomiary te okazały się dobrym predyktorem ich przyszłych zachowań¹⁴⁹.

Uwagę badaczy przyciągają także inne problemy związane z gratyfikacjami – niezamierzone efekty wynagradzania dotyczące kompletności otrzymanych materiałów (*item nonresponse*), błędu pomiaru oraz charakterystyk respondentów w próbie zrealizowanej (*sample composition*) z uwagi na ryzyko powstania błędu systematycznego (*nonresponse bias*). Zatrzymam się na zagadnieniu pierwszym i ostatnim, gdyż najbardziej korespondują one z problematyką niedostępności.

W literaturze funkcjonują dwie konkurencyjne hipotezy odnośnie wpływu gratyfikacji na jakość i kompletność uzyskanego materiału, mierzone ilością braków pozycyjnych, ilością odpowiedzi typu „nie mam zdania”, czy długością odpowiedzi na pytania otwarte. Z jednej strony argumentuje się, że gratyfikacje powinny zwiększyć dbałość w udzielaniu odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu; z drugiej podkreśla się, że jeżeli gratyfikacja stanowi jedyny powód uczestnictwa w badaniu, motywacja respondenta może być niewystarczająca, ażeby rzetelnie podszedł on do zadania¹⁵⁰. Doniesienia o poprawie jakości otrzymanych materiałów spowodowanej zastosowaniem wynagrodzeń są obecne w przeważającej części prac¹⁵¹. Doniesienia przeciwnie, wedle mojej wiedzy, stanowią mniejszość¹⁵².

¹⁴⁸ Ibidem, s. 261–262.

¹⁴⁹ E. Singer, R.M. Groves, A.D. Corning, op. cit., s. 255–259; E. Singer, *The use of incentive...* op. cit., s. 173.

¹⁵⁰ C. Shettle, G. Mooney, op. cit., s. 242.

¹⁵¹ R. Baumgartner, P. Rathbun, K. Boyle, M. Welsh, D. Laughland, *The effect of prepaid monetary incentive on mail survey response rates and data quality*, paper presented at the Annual Conference of the American Association of Public Opinion Research, St. Louis, Missouri, 1998 p r z y t a c z a m z a: E. Singer, *The use of incentive...* op. cit., s. 167; J.M. James, R. Bolstein, *The effect of monetary incentive and follow-up mailings on the response rate and response quality in mail surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 54, 1990, s. 356–357; E. Singer, J. van Hoewyk, M.P. Maher, *Experi-*

I w końcu ostatnie zagadnienie, które chcę skrótkowo przedstawić dotyczy charakterystyk respondentów, których udaje się nakłonić do badania dzięki zastosowaniu bodźca gratyfikacyjnego i kompozycji próby zrealizowanej po ich włączeniu. R. Kulka udokumentował skuteczność gratyfikacji wobec osób o niskich dochodach (nie mających najczęściej adekwatnej reprezentacji w próbie zrealizowanej)¹⁵³. Podobne wnioski sformułowali S. Mack (i inni) – zastosowanie w panelu rządowym SIPP¹⁵⁴ gratyfikacji pieniężnej o wyższej stawce (20\$), pozwoliło na efektywną rekrutację i zatrzymanie respondentów najbiedniejszych (*high poverty*) oraz gorzej wykształconych¹⁵⁵. W kolejnych eksperymentach, opartych o ten sam rodzaj badań panelowych, ustalono, że im gospodarstwa biedniejsze tym bardziej są skłonne do akceptacji mniejszych stawek i partycypacji (po wcześniejszej odmowie) niż gospodarstwa mniej biedne (*low poverty*); efekt ten zaobserwowano również wśród osób stanu wolnego vs. pozostających w związku małżeńskim, innej niż biała rasy vs. białej rasy (wszystkie zmienne: poziomokości, stan cywilny, rasa były ze sobą związane)¹⁵⁶. O skuteczności gratyfikacji wobec respondentów o niższym dochodzie i mniejszym poziomie wykształcenia donosi także A.J. Nederhof¹⁵⁷. W omawianych już badaniach E. Singer (i inni) nad skutecznością wynagrodzeń w sonda-

ments... op. cit., s. 178–179; D.K. Willimack, H. Schuman, B.-E. Pennell, J.M. Lepkowski, op. cit., s. 88–89; M.L. Berk, N.A. Mathowitz, E.P. Ward, A.A. White, *The effect of prepaid and promised incentives: results of a controlled experiment*, „Journal of Official Statistics”, vol. 3, No. 4, 1987, s. 454; S.W. McDaniel, C.P. Rao, *The effect of monetary inducement on mailed questionnaire response quality*, „Journal of Marketing Research”, vol. 17, 1980, s. 267–268; R.K. Godwin, *The consequences of large monetary incentives in mail surveys of elite*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1979, s. 383–385; C. Shettle, G. Mooney, op. cit., s. 242–243.

¹⁵² R.A. Hansen, *A self-perception interpretation of the effect of monetary and non-monetary incentives on mail survey respondent behavior*, „Journal of Marketing Research”, vol. 17, 1980, s. 80.

¹⁵³ R.A. Kulka, *The use of incentive to survey “hard-to-reach” respondents: A brief review of empirical research and current practice*, paper presented at the COPAFS Seminar on New Directions in Statistical Methodology, Bethesda, MD. May 1994
przypisy: E. Singer, *The use of...* op. cit., s. 169.

¹⁵⁴ Survey of Income and Program Participation.

¹⁵⁵ S. Mack, V. Huggins, D. Keathley, M. Sundukchi, *Do monetary incentive improve response rates in survey of income and program participation?*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1998, s. 531, 533.

¹⁵⁶ E. Martin, D. Abreu, F. Winters, op. cit., s. 274–277.

¹⁵⁷ A.J. Nederhof, *The effect of material incentives in mail surveys: two studies*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 47, 1983, s. 106.

zach telefonicznych, ustalono jedynie, że dzięki gratyfikacjom pozyskano więcej osób z niższym wykształceniem¹⁵⁸. Z kolei wyniki badań F.T. Juster i R. Suzman wykazały, że stosowanie rzeczywiście wysokich gratyfikacji (100\$) pozwala na włączenie do próby nie-respondentów „z drugiego skrzydła” – o wyższych dochodach i lepszym zdrowiu¹⁵⁹. Przytaczane już wyniki badań D.K. Willimack (i inni) sugerują natomiast, że wynagrodzenia nie wydają się być remedium dla likwidacji niedoreprezentacji mieszkańców miast¹⁶⁰.

W innych badaniach natomiast, widoczna jest interwencja trzeciej zmiennej w zależność między gratyfikacjami a chęcią kooperacji – efektywność gratyfikacji okazuje się być tam znacznie większa gdzie brakuje zainteresowania tematem¹⁶¹. Oznacza to jednocześnie, dzięki gratyfikacjom rozkłady charakterystyk w próbie zrealizowanej mogą być bardziej adekwatne niż wtedy gdy do próby dostają się przede wszystkim jednostki zainteresowane tematem.

Na temat etycznej strony stosowania gratyfikacji jako takich, refleksji w literaturze jest niewiele – podnosi je m.in. R. Kulka w cytowanym już artykule, wskazując, że wynagrodzenia mogą być odbierane jako ograniczające prawo do odmowy, szczególnie jeżeli są stosowane wobec osób o niskich dochodach czy dzieci¹⁶². J. Goyder podkreśla, że gratyfikacje są bardzo często formą ewidentnej manipulacji tym bardziej, że informacje uzyskane od respondenta mają znacznie większą wartość niż oferowane mu symboliczne kwoty. Działania te mogą być przez respondentów odebrane jako *stricte* instrumentalne, nieprzystające

¹⁵⁸ E. Singer, J. van Hoewyk, M.P. Maher, *Experiments...* op. cit., s. 184–185.

¹⁵⁹ F.T. Juster, R. Suzman, *An overview of the health and retirement survey*, „Journal of Human Resources”, vol. 30, 1995, s. 9–56 p r z y t a c z a m z a: E. Singer, *The use of incentives...* op. cit., s. 170.

¹⁶⁰ D.K. Willimack, H. Schuman, B.-E. Pennell, J.M. Lepkowski, op. cit., s. 84–86.

¹⁶¹ R.M. Groves, E. Singer, A. Corning, *Leverage-saliency theory of survey participation. Description and an illustration*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 64, 2000, s. 305–307.; R.M. Baumgartner, P.R. Rathbun, *Prepaid monetary incentives and mail survey response rates*, Proceedings of the Government Statistics Section of the American Statistical Association, 1996 p r z y t a c z a m z a: C. Shettle, G. Mooney, op. cit., s. 241–242; M. Berlin, L. Mohadjer, J. Waksberg, A. Kolstad, I. Kirsch, D. Rock, K. Yamamoto, *An experiment in monetary incentives*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1992, s. 395.

¹⁶² R. Kulka, op. cit. p r z y t a c z a m z a: J. Lengacher, C.M. Sullivan, M.P. Couper, R.M. Groves, *Once reluctant, always reluctant? Effect of differential incentives on later survey participation in a longitudinal study*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1995, s. 1029.

do reguł społecznej wymiany¹⁶³. Uczuleni na tą perspektywę patrzenia na gratyfikacje – C. Shettle, G. Money raportują, że nie odnotowali żadnych negatywnych reakcji ze strony respondentów pod tym względem¹⁶⁴.

3.4. Dostarczenie informacji umożliwiających podjęcie świadomej decyzji odnośnie partycypacji

Od 1974 roku w USA obowiązują dość restrykcyjne przepisy regulujące działalność badawczą w jej etycznym wymiarze¹⁶⁵. W związku z naruszaniem praw i dóbr jednostek w badaniach biomedycznych i społecznych, obecne regulacje wymagają, aby wobec kandydatów na badanych zastosować procedurę *informed consent* (świadomej zgody). Przypuszczenie, że zmiany w zakresie informacji, które mają być przekazane przed podjęciem decyzji co do uczestnictwa, nie są dla tej decyzji obojętne, stanowiło impuls do wielu studiów empirycznych¹⁶⁶. Problem ten jest żywotny również w Polsce, mimo tego, że przepisy regulujące działalność badawczą w Polsce są bardziej liberalne¹⁶⁷. Relacjonu-

¹⁶³ Także podrozdział 6.6.1.

¹⁶⁴ C. Shettle, G. Mooney, op. cit., s. 246.

¹⁶⁵ United States Department of Health and Social Services, *Code of Federal Regulations*, §46.116, §46.117, revised 2005; por. także The National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research, *The Belmont Report, Ethical Principles and Guidelines for the Protection of Human Subjects of Research*, 1979.

¹⁶⁶ E. Singer, F.J. LeVine, *Protection of human subjects of research: recent developments and future prospects for the social science*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 67, 2003, s. 148–149; E. Singer, *Exploring the meaning of consent: participation in research and beliefs about risks and benefits*, „Journal of Official Statistics”, vol. 19, no. 3, 2003, s. 273; por. M. Bulmer, *The impact of privacy upon social research*, [w:] (ed.) M. Bulmer, *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York, s. 1979, s. 17–18.

¹⁶⁷ W Polsce działalność badawczą regulują Kodeks ESOMAR oraz Ustawa o Ochronie Danych Osobowych. W Kodeksie odnajdujemy odwołania do dobrowolności, z podkreśleniem, że nakłanianie do uczestnictwa nie mogą być w tej kwestii wprowadzani w błąd, a także wymóg ochrony anonimowości. Jak dalej reguluje kodeks – o ile respondent, na prośbę badacza, zezwala na wydanie danych osobowych, to powinien on być wcześniej poinformowany komu i w jakim celu zostaną przekazane te informacje, a także zapewniony, że będą one użyte jedynie do działalności badawczej. Z zapisów tych jednak nie wynika jasno, że wszystkim respondentom należy dostarczyć zapewnienia o poufności; nie jest też wprost ujęte, że należy ich otwarcie i specjalnie informować o dobrowol-

jąc ustalenia części z nich, odniosę do następujących czynników związanych z „procedurą świadomej zgody” (*informed consent procedure*) – ogólne *versus* szczegółowe informowanie o zawartości kwestionariusza; zapewnienie o poufności lub anonimowości; wymaganie aktywnej *versus* pasywnej formy zgody; informowanie o dobrowolnym uczestnictwie w badaniu.

Doniesienia empiryczne o stosowanych w tym zakresie praktykach na gruncie amerykańskim wskazują, że postawione wymagania są raczej w niewielkim stopniu respektowane. Co ciekawe, uwaga ta dotyczy także grona znamiennych badaczy, o czym świadczą wyniki badania, które przeprowadził J. Sobal w 1980 roku wśród członków AAPOR¹⁶⁸. Obserwacja ta może sugerować istnienie wśród badaczy opinii, zgodnie z którą respondentowi powinno się przekazywać tylko minimum informacji niezbędnych do uświadomienia przedstawianej mu propozycji, natomiast szczegółowe informowanie może być z wielu powodów niekorzystne – również jeśli chodzi o prawdopodobieństwo partycypacji.

Hipotezę mówiącą o generowaniu wyższego poziomu zwrotów poprzez stosowanie krótkich, zawierających ogólne informacje aranżacji potwierdzono na przykład w badaniach H. Blumberga (i in.)¹⁶⁹. Natomiast E. Singer, w eksperymentach, w których dodatkowo części badanym ujawniono, że kwestionariusz zawiera drażliwe pytania, nie odno-

ności uczestnictwa. Por. ICC/ESOMAR *International Code of Marketing and Social Research Practice*, s. 6.

Ustawa o Ochronie Danych Osobowych nakłada obowiązek informowania o celach gromadzenia danych, tylko tych, którzy wyrazili zgodę na przetwarzanie danych. W odniesieniu do zbiorów danych osobowych sporządzanych doraźnie, wyłącznie ze względów technicznych (co odpowiada tym sytuacjom badawczym, w których dane osobowe potrzebne są jedynie do identyfikacji wylosowanych respondentów lub pozyskane w czasie wywiadu a zaraz po badaniu niszczone lub anonimizowane) istnieje tylko wymóg ich ochrony. Art. 24 punkt 1; Art. 3 punkt 1 oraz Rozdział 5 Ustawy o Ochronie Danych Osobowych z dn. 29.08.1997 roku; S. Mirowski, *Ustawa o ochronie danych osobowych*, [w:] (red.) Z. Sawiński, P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, *Podręcznik ankietera*, IFiS PAN Warszawa 2000, s. 298.

Zapisy, w których odnaleźć kategorię wymóg zapewniania o poufności i tajemnicy treści rozmowy obecne są natomiast w podręcznikach metodologicznych. P.B. Sztabiński, *Aranżacja sytuacji wywiadu*, [w:] (red.) Z. Sawiński, P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, op. cit., s. 128, P.B. Sztabiński, *Aranżacja wywiadu*, [w:] (red.) P. Daniłowicz, Z. Sawiński, F. Sztabiński, P.B. Sztabiński, A.P. Wejland, *Podręcznik socjologicznych badań ankietowych*, IFiS PAN Warszawa 1992, s. 120.

¹⁶⁸ Por. J. Sobal, op. cit., s. 789–790.

¹⁶⁹ H.H. Blumberg, C. Fuller, A.P. Hare, op. cit., s. 117.

towała żadnego efektu¹⁷⁰. W jednym z badań uzyskano wstępne poparcie dla hipotezy przeciwnej – dostarczenie pełnej informacji o tematyce poruszanej w sondażu zmniejszyło liczbę odmów. Uzupełnić jednak trzeba, że badanie to nie miało charakteru eksperymentalnego, użyte procedury aranżacyjne nie były w wysokim stopniu zestandaryzowane, a tematyka badania, dotycząca jakości usług świadczonych przez miasto jego obywatelom, wydaje się należeć do tych, które są generalnie atrakcyjne dla respondentów¹⁷¹. Warto dodatkowo wspomnieć, że w kilku innych analizach, których wyniki relacjonuje E. Singer, odkryto, że poinformowani respondenci rzadziej deklarowali zdenerwowanie i skrepowanie drażliwymi pytaniami, uzyskali także mniejszą liczbę punktów na skali mierzącej poziom niepokoju niż respondenci w grupie kontrolnej, jakkolwiek zależność ta była słaba¹⁷².

Rozważając zastosowanie w aranżacji takich argumentów jak anonimowość lub poufność, badacz staje często przed dylematem czy poprzez dostarczenie takich zapewnień wychodzi naprzeciw oczekiwaniom badanych usuwając ich obawy czy może odwrotnie – kreuje wątpliwości i wzbudza podejrzenia, uświadamiając problem¹⁷³.

Zapewnienia o anonimowości, zgodnie z wynikami analiz o charakterze przeglądowym (tabele 3 i 4) nie są czynnikiem, który podnosi poziom realizacji – taki konsekwentny wniosek sformułowano we wszystkich zamieszczonych tam studiach. Z tego zaś, że nie obserwuje się ani „dobroczynnego” ani „szkodliwego” wpływu czynnika, wynikałoby, że kwestia anonimowości nie jest punktem szczególnej uwagi respondentów. Osłabiając nieco siłę tej konkluzji, wskazać trzeba, że większość z cytowanych w tym zakresie prac to przeglądy o charakterze jakościowym, które objęły materiał badawczy zgromadzony przed wej-

¹⁷⁰ E. Singer, *The effect of informed consent procedures on respondents' reactions to surveys*, „Journal of Consumer Research”, vol. 5, 1978, 49–51; E. Singer, *Informed consent: consequences for response rate and response quality in social surveys*, „American Sociological Review”, vol. 43, 1978, s. 149–150; E. Singer, M.R. Frankel, *Informed consent procedures in telephone interviews*, „American Sociological Review”, vol. 47, 1982, s. 419–420.

¹⁷¹ M. Hauck, M. Cox, *Locating a random sample by random digit dialing*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 38, 1974, s. 254–259.

¹⁷² E. Singer, *Informed consent and survey response: a summary of the empirical literature*, „Journal of Official Statistics”, vol. 9, no. 2, 1993, s. 364–365.

¹⁷³ E. Singer, H.-J. Hippler, N. Schwarz, *Confidentiality assurances in surveys: reassurances or threat?*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 4, no. 3, 1992, s. 256.

ściem w życie restrykcyjnych przepisów i jednocześnie przed nagłoszeniem powodów ich wprowadzenia.

Jedne z pierwszych badań, w których testowano hipotezę o wzroście współczynnika odpowiedzi przy dostarczeniu zapewnień o poufności, nie przyniosły rezultatów pozwalających na potwierdzenie przypuszczenia – różnica między *response rate* uzyskanym w warunkach eksperymentalnych i kontrolnych była nieistotna statystycznie¹⁷⁴. Z kolei w innych eksperymentach, pochodzących z tego samego okresu, okazało się, że poprzedzenie pytań metryczkowych ponownym zapewnieniem o poufności, spowodowało, odwrotnie do przewidywań, większą liczbę pozycyjnych braków odpowiedzi w tym bloku pytań niż miało to miejsce w grupie kontrolnej¹⁷⁵. Raportowano także o innych negatywnych skutkach – u badanych, którym dostarczono mocnych zapewnień o poufności zaobserwowano, że przejawiają oni większy niepokój o to, że ich wypowiedzi mogą być innym ujawnione¹⁷⁶.

E. Singer (i inni) próbując wyjaśnić te niekonsekwentne doniesienia, postawili i wstępnie zweryfikowali hipotezę, zgodnie z którą mniejszą chęć do kooperacji będziemy obserwować wtedy gdy zostaną dostarczone bardzo mocne zapewnienia o poufności – powodują one bowiem kreację negatywnych wyobrażeń o wywiadzie jako zawierającym pytania drażliwe a także nasilenie obaw, że materiał dostarczony w badaniu może dostać się w niepowołane ręce. Negatywny efekt dostarczania „absolutnych” zapewnień będzie pogłębiony, jeśli będą one nieadekwatne do niskiego poziomu drażliwości pytań, wnioskowanego z informacji o tematyce badania¹⁷⁷.

Powyższe przypuszczenia, w nieco zmienionej formie, poddano jeszcze raz testom, tym razem w opracowaniu o charakterze meta-analitycznym, obejmującym eksperymenty laboratoryjne i terenowe. Generalna hipoteza mówiąca, że silniejsze zapewnienia o poufności, w porównaniu ze słabszymi, będą prowadzić do wyższych wartości

¹⁷⁴ E. Singer, *The effect of...* op. cit., s. 50; E. Singer, *Informed consent...* op. cit., s. 149–150.

¹⁷⁵ J.H. Frey, *An experiment with confidentiality reminder in telephone survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50, 1986 przytaczam za: E. Singer, *Informed consent and...* op. cit., s. 367.

¹⁷⁶ Badanie prowadzono na osobach, które popełniły wykroczenie. F.G. Reamer, *Protecting research subjects and unintended consequences: the effect of guarantees of confidentiality*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1979, s. 502–503.

¹⁷⁷ E. Singer, H.-J. Hippler, N. Schwarz, 261–265.

response rate, nie została potwierdzona¹⁷⁸. Jednocześnie druga hipoteza, zgodnie z którą większy odsetek odpowiedzi uzyskuje się tam, gdzie silniejszymi zapewnieniom towarzyszy drażliwa tematyka, uzyskała konfirmację¹⁷⁹.

W literaturze poświęcone jest także miejsce na dociekania o wpływie pasywnej *versus* aktywnej zgody na chęć uczestnictwa w badaniu. *Active consent* oznacza złożenie pisemnej zgody. *Passive consent* oznacza natomiast nie złożenie pisemnej odmowy (*opt-out consent*)¹⁸⁰.

Wyniki badań w tej materii pokazują, że zastosowanie procedury pasywnej zgody gwarantuje większą wartość *response rate* np. E. Singer odnotowała 7% różnicę w wartościach odsetków realizacji¹⁸¹. W empirycznie ugruntowanych interpretacjach tej obserwacji, zgodnie podkreśla się, że dzięki procedurze pasywnej zgody daje się rozdzielić osoby faktycznie chętne i niechętne do uczestnictwa w badaniu. Tymczasem procedura aktywnej zgody powoduje ubytek z próby osób przychylnych badaniu, jedynie niechętnych do podpisywania dokumentów¹⁸².

Zgodnie z przywołanymi już wynikami badań J. Sobala, zdecydowana większość badaczy (ok. 90%) nie zamieszcza w formułach aranżacyjnych oddzielnych, wyrażanych *explicite* informacji o tym, że udział w badaniu ma charakter dobrowolny, a rezygnacja z uczestnictwa nie pociąga za sobą żadnych negatywnych konsekwencji dla osoby odmawiającej. Praktyka ta, jak się wydaje wynika z powszechnego przekona-

¹⁷⁸ Obserwacja uzyskana dla 37 eksperymentów, w których manipulowano zapewnieniem o poufności. Dla 21,6% eksperymentów zaobserwowano wystąpienie istotnej zależności o kierunku potwierdzającym hipotezę. W przypadku 32,4% eksperymentów odnotowano, że zależność o tym kierunku była statystycznie nieistotna. Rezultaty 8,1% analizowanych badań wskazywały na istnienie istotnej statystycznie zależności odwrotnie proporcjonalnej (silniejsze zapewnienia prowadzą do mniejszych wartości współczynnika odpowiedzi); 37,8% eksperymentów dało rezultat nieistotny statystycznie o tym kierunku. E. Singer, D.R. von Thurn, E.R. Miller, *Confidentiality assurances and response, A quantitative review of the experimental literature*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 59, 1995, s. 73.

¹⁷⁹ Obserwacja ta dotyczy tych eksperymentów, w których manipulowano zapewnieniami o poufności lub anonimowości (N=64). Wśród tych, gdzie manipulowano tylko zapewnieniami o poufności efekt ten również wystąpił, jednak zależność była nieistotna statystycznie (N=37). E. Singer, D.R. von Thurn, E.R. Miller, op. cit., s. 71–74.

¹⁸⁰ *A guide to best practice in human subjects research*, http://www.bucknell.edu/About_Bucknell/Offices/Resources/Institutional_Research/Institutional_Review_Board/Best_Practice_in_Research.html, grudzień 2005.

¹⁸¹ E. Singer, *The effect of...* op. cit., s. 50.

¹⁸² E. Singer, *Informed consent and...* op. cit., s. 369.

nia badaczy o negatywnym wpływie tej informacji na chęć kooperacji¹⁸³. Obserwacjami zgodnymi z tą opinią dzielą się na przykład badacze holenderscy¹⁸⁴. Jak donosi E. Singer, dokonując przeglądu dotychczasowych ustaleń w tym zakresie, większość badań, w których zajmowano się tą problematyką ma charakter laboratoryjnych eksperymentów psychologicznych. Z tego względu ich wnioski nie są prosto przekładalne i mają ograniczoną przydatność do antycypowania zachowań osób, którym przedkłada się perspektywę uczestnictwa w swoistym przedsięwzięciu jakim jest badanie surveyowe. Co więcej, rezultaty badań nie są zbieżne, ani pozbawione pewnych niejasności natury metodologicznej. Autorka konkluduje, że badania należy powtórzyć w terenie, w kontekście *stricte* sondażowym¹⁸⁵.

3.5. Uciążliwość zadania (*respondent burden*)

Stopień w jakim obciążany jest respondent zadaniem przewidzianym dla niego przez badacza jest rozważany jako następny, potencjalny czynnik wpływający na chęć uczestnictwa w badaniu. Najłatwiej identyfikowalnym wskaźnikiem tego obciążenia jest długość kwestionariusza, mierzona liczbą pytań lub czasem jaki wymaga jego wypełnienie, względnie ilością stron (ich większa liczba nie zawsze idzie w parze z większą liczbą pytań, a różnica polega tylko na rozwiązaniach graficznych)¹⁸⁶.

¹⁸³ Ibidem, s. 369.

¹⁸⁴ E. de Leeuw, J. Hox, G. Snijders, W. de Heer, *Interviewer opinions, attitudes and strategies regarding survey participation and their effect on response*, (eds.) A. Koch, R. Porst, *Nonresponse in survey research*, ZUMA Nachrichten Spezial, 4, Mannheim, 1998, s. 243.

¹⁸⁵ E. Singer, *Informed consent and...* op. cit., s. 369–370.

¹⁸⁶ W federalnych regulacjach USA (*The Office of Management and Budget*) czas potrzebny do przeprowadzenia wywiadu lub wypełnienia ankiety jest traktowany jako *miara* tego obciążenia. W 1976 roku OMB obwieściło, że poza wyjątkowymi przypadkami wysiłek jednostki w dostarczaniu informacji nie może być jednorazowo dłuższy niż 30 minut – przepis ten, jakkolwiek obejmował również sytuacje *stricte* badawcze, był wdrożony w intencji odciążenia obywateli od nadmiaru pracy papierkowej i wymagań jakie stawiały przed nimi agencje państwowe zajmujące się gromadzeniem danych. L.M. Sharp, J. Frankel, *Respondent burden: a test of some common assumptions*, [w:] (ed.) D. de Vaus, op. cit., vol. 4, s. 222 (przedruk artykułu, który ukazał się „Public Opinion Quarterly”, vol. 47, 1983, s. 36–53); N.M. Bradburn, *Respondent burden*, *Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section*, 1978, s. 35.

W literaturze metodologicznej refleksja nad tym problemem, jakkolwiek bardziej złożona, nie jest wolna od zdroworozsądkowo przyjętych przekonań¹⁸⁷. W systematycznych podejściach kwestionowano to ujęcie, wedle którego obciążenie respondenta jest prostą funkcją czasu jaki poświęca on zadaniu – innymi słowy o stopniu forsowności nie można wnioskować biorąc pod uwagę tylko to obiektywne kryterium. Jak argumentował N.M. Brudburn, forsowność („*burdensomeness*”) to kategoria subiektywna – jest efektem interakcji między cechami zadania, np. jego długością, a sposobem w jaki są one odczytywane przez respondentów. Co więcej, inne cechy, które mogą wejść w tę interakcję to: wysiłek jaki respondent musi włożyć w wypełnienie zadania, co obejmuje m.in. stopień w jakim procesy pamięciowe i poznawcze muszą być uruchomione; stres i dyskomfort psychiczny jaki może pociągnąć za sobą treść pytań kwestionariusza; częstotliwość udziału w badaniach (dotyczy badań panelowych i jednorazowo przeprowadzanych)¹⁸⁸. N.M. Brudburn poddał pod rozwałę ewentualność, w której na skutek dostarczenia informacji o relatywnie długim czasie badania, u respondenta może pojawić się wyobrażenie o ważności jego osoby w realizowanym przedsięwzięciu. Innymi słowy, forsowność badania może zostać złagodzona, o ile w akcie partycypacji respondent dostrzega własne korzyści; odwołując się do innych przykładów – ma poczucie spełnienia obywatelskiej powinności, uczestnictwo postrzega jako wkład na rzecz nauki, dobra społecznego, czy zmian w zakresie oferowanych na rynku produktów i usług itd. Wiadome jest także, że podczas kiedy dla jednej kategorii osób, perspektywa uczestnictwa w sondażu będzie jawić się jako wizja poświęcenia własnego czasu; dla drugiej grupy respondentów definicja sytuacji będzie rysować się zupełnie odmiennie – to ankietera będą odbierać jako osobę, która im ten czas chce poświęcić¹⁸⁹.

Przeglądu o charakterze subiektywnym (w rozumieniu Dillmana), skupionym na problemie długości kwestionariusza dokonała w 1996 roku K. Bogen, rozpatrując oddzielnie studia wykorzystujące trzy podstawowe techniki otrzymywania materiałów. Przy uwzględnieniu jej pracy, wszystkie przeglądy subiektywne poświęcone ankiecie pocztowej, oprócz studium L. Harveya, pokazują ten czynnik jako nie wpływający na *response rate* (tabele 3 i 4). Kolejne, ilościowe – podkreślają

¹⁸⁷ D.R. Berdie, *Questionnaire length and response rate*, „Journal of Applied Statistics”, vol. 58, no. 2, 1973, s. 278 p r z y t a c z a m z a: K. Bogen, *The effect of questionnaire length on response rates – a review of the literature*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1996, s. 1020.

¹⁸⁸ N.M. Brudburn, *Respondent...* op. cit., s. 36–39.

¹⁸⁹ N.M. Brudburn, *Respondent...* op. cit., s. 35–36; L.M. Sharp, J. Frankel, op. cit., s. 221–223; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 288–290.

jego wagę (związek o kierunku negatywnym). Wyjątkiem jest praca J. Yu i H. Cooper'a, której rezultaty opracowano dla wszystkich trzech technik gromadzenia materiałów łącznie – tu odnotowano bardzo słaby związek negatywny (konkluzja zawarta w tabeli „czynnik nieistotny”), obserwując m.in. taką samą, niską wartość odsetka realizacji dla narzędzi najkrótszych i najdłuższych¹⁹⁰. Dopowiedzenia wymaga wynik przeglądu T.A. Heberleina i R. Baumgartnera (konkluzja w tabeli „czynnik raczej ważny”) – rezultaty ich badań pokazywały brak związku między długością kwestionariusza a wartością *response rate*, do momentu, w którym kontroli poddano wpływ wagi tematyki badania i liczby monitów. Tak wyizolowany związek miał kierunek negatywny – każde dodatkowe pytanie obniżało wartość odsetka realizacji o 0,05%¹⁹¹.

Jak pisze R. Groves i L. Lyberg, wśród badaczy konceptualizujących i realizujących badania za pomocą wywiadu telefonicznego, przekonanie o tym, że powinien on być krótszy niż wywiad *f-t-f* jest bardzo mocne¹⁹². Być może siła tego przekonania bierze się po części z norm społecznych nakazujących prowadzenie krótszych niż długich rozmów telefonicznych z nieznanymi, które to normy funkcjonują przynajmniej w pewnych obszarach kulturowych. Empirycznego uzasadnienia dla stosowania strategii krótkich wywiadów telefonicznych dostarczyły badania brytyjskie – różnica w *refusal rate* między wywiadem 20 min. i 40 min. wyniosła 5%¹⁹³. Jak ogólnie donoszą R. Groves i L. Lyberg, badacze w Szwecji spotykają się z mniejszą niechęcią respondentów do dłuższych wywiadów telefonicznych¹⁹⁴.

Literatura na temat wpływu informacji o długości badania w sondażach wykorzystujących technikę wywiadu kwestionariuszowego jest niewiele bardziej obszerna jak w przypadku wywiadów telefonicznych. Podstawowym źródłem wiedzy w tym zakresie jest praca L. Sharp i J. Frankel, której dodatkowym walorem jest to, że wstępnej weryfika-

¹⁹⁰ J. Yu, H. Cooper, op. cit., s. 39.

¹⁹¹ T.A. Heberlein, R. Baumgartner, *Factors affecting response rates to mailed questionnaires: a quantitative analysis of the published literature*, [w:] (ed.) D. de Vaus, op. cit., vol. 4, s. 301, 303 (przedruk artykułu, który ukazał się „American Sociological Review”, vol. 43, no. 4, 1978, s. 447–462).

¹⁹² R.M. Groves, L.E. Lyberg, op. cit., s. 346.

¹⁹³ M. Collins, W. Sykes, P. Wilson, N. Blakshaw, *Nonresponse: the UK experience*, [w:] (eds.) Groves, P. Biemer, L.E. Lyberg, J.T. Massey, W.L. Nichols II, op. cit. przytaczam za: R.M. Groves, L.E. Lyberg, *An overview...* op. cit., s. 346 oraz K. Bogen, op. cit., s. 1022.

¹⁹⁴ R.M. Groves, L.E. Lyberg, *An overview...* op. cit., s. 346.

cji poddana została trafność wskaźników obciążenia, zaproponowanych przez N.M. Brudburna. Podstawowe ustalenia są następujące – wśród tych wylosowanych osób, którym ankietę zdążył ujawnić informację o długości badania, zaobserwowano, że odsetek odmów w grupie, którą poinformowano o 75 min trwania wywiadu wyniósł 8%, natomiast w grupie, która dostała informację o 25 min badania wyniósł niemal tyle samo, bo 7%¹⁹⁵.

Interesujące są także dalsze rezultaty osiągnięte w kolejnym ich przedsięwzięciu, które zakładało dotarcie drogą telefoniczną i zdobycie informacji od odmawiających (*cooperation rate* wśród tych, którzy mieli telefon wyniósł ok. 44%) – odmawiający znacznie częściej niż respondenci podstawowego badania wygłaszali opinie, że pytania w sondażach są zbyt osobiste (73% *versus* 32%); oraz, że obecnie przeprowadza się zbyt dużo sondaży (78% *versus* 36%)¹⁹⁶.

Analiza zachowań i opinii badanych uzyskanych we właściwym sondażu (nie obejmującym „odmawiaczy”) pozwoliła ujawnić, że respondenci poddani dłuższemu badaniu częściej niż uczestniczący w krótszej jego wersji przejawiali zmęczenie i zniecierpliwienie (14% *vs.* 5%); deklarowali niechęć do uczestnictwa w przyszłym sondażu (27% *vs.* 13%); oceniali wywiad jako zbyt długi (47% *vs.* 13%), zgadzali się ze stwierdzeniem, że wskazane byłoby jego skrócenie (57% *vs.* 34%), a także ze stwierdzeniem, że czas i wysiłek włożony w odpowiadanie na pytania „nie był najlepiej spędzony” (*was „not very well spent”*) (14% *vs.* 5%). Jednocześnie wśród tych, którzy swoje uczestnictwo postrzegali w kategoriach własnych korzyści, nie zaobserwowano różnicy w niechęci do uczestnictwa w przyszłości między grupą długiego i krótkiego wywiadu (10% *vs.* 8%). Zupełnie inaczej przedstawiała się sytuacja w grupie osób, które takich korzyści nie widziały – dla nich długość badania miała znakomite znaczenie, osoby uczestniczące w dłuższej wersji badania częściej niż pozostałe deklarowały niechęć do partycypacji w przyszłym badaniu (44% *vs.* 19%)¹⁹⁷.

Nie zaobserwowano statystycznie istotnego związku między długością wywiadu a częstotliwością wygłaszania opinii o wadze sondażu, niemniej uzyskane wyniki sugerowały raczej odwrotną do suponowanej

¹⁹⁵ L.M. Sharp, J. Frankel, op. cit., s. 225–226,

¹⁹⁶ Ibidem, s. 225–226.

¹⁹⁷ Ibidem, s. 226.

przez Brudburna zależności (respondenci krótszego badania częściej niż dłuższego postrzegali sondaż jako „ważny”)¹⁹⁸.

Kiedy po pewnym czasie powrócono do respondentów tego sondażu z propozycją udziału w kolejnym, nie znaleziono potwierdzenia, że większa częstotliwość udziału w badaniach generuje większe obciążenie i niechęć do uczestnictwa – uwaga ta dotyczy także tych respondentów, w stosunku do których zarejestrowano wcześniej zachowania i odpowiedzi wskazujące na mniejszą chęć kooperacji w przyszłości¹⁹⁹.

Jak konkludują L. Sharp, J. Frankel – chociaż wyniki mają charakter wstępny i potrzebne są kolejne testy, forsowne zadania nie są czynnikiem zmniejszającym chęć współpracy z badaczami²⁰⁰. Słuszność tego wniosku potwierdza także obserwacja niedostępnych – odmawiających, podobnie jak respondenci poddani dłuższej wersji kwestionariusza, mówili o obciążającym charakterze zadania. Jednakże oceny respondentów nie znalazły odzwierciedlenia w ich rzeczywistych zachowaniach. Fakt, że opinie okazały się niepredyktywne skłonił autorów do wysunięcia wniosku, że przyczyn odmów należy poszukiwać w obrębie jakiś innych zmiennych, niż te którymi się zajmowano²⁰¹.

K. Bogen ostatecznie podsumowuje uzyskane dotychczas rezultaty analiz – ustalenia sugerują raczej pozytywny związek między długością badania a niedostępnością respondentów, jednak jest on zaskakująco słaby, a doniesienia nie są zgodne²⁰².

Warto się jeszcze odwołać do wyników studium M.P. Coupera, który zajmując się badaniem wypowiedzi potencjalnych respondentów w fazie aranżacji wywiadu kwestionariuszowego (*National Election Studies*) postawił m.in. pytanie czy i jakie rodzaje wygłaszanych stwierdzeń/pytań korespondują z mniejszą chęcią partycypacji²⁰³. Przytoczone poniżej wyniki, w zaadaptowanej formie są zaprezentowane w pracy R. Grovesa i M.P. Coupera – wskazują one, że pytania o to jak długo będzie trwał wywiad nie są wskaźnikiem niechęci do uczestnictwa – wśród tych, którzy nie pytali o długość badania *cooperation rate* wyniósł 73%; natomiast wśród tych, którzy zadali takie pytanie wyniósł on paradoksalnie znacznie więcej, bo 89%²⁰⁴.

¹⁹⁸ Ibidem, s. 227–228.

¹⁹⁹ Ibidem, s. 230.

²⁰⁰ Ibidem, s. 234.

²⁰¹ Ibidem, s. 226–227.

²⁰² K. Bogen, op. cit., s. 1024.

²⁰³ M.P. Couper, *Survey introductions and...* op. cit., s. 317–338.

²⁰⁴ R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 287.

3.6. Ośrodek przeprowadzający sondaż

Innym czynnikiem podejrzanym o wywieranie wpływu na chęć kooperacji jest ośrodek realizujący badanie. Istotne z tego punktu widzenia są takie charakterystyki agencji jak poziom legitymizacji i autorytet jakim się cieszy²⁰⁵. W budowaniu tego autorytetu rolę może odgrywać długość okresu prowadzenia działalności badawczej, obecność w komunikatach i wydarzeniach medialnych i/lub instytucjonalne afiliacje realizatora badań (przede wszystkim rządowe lub akademickie).

Naturalnie poziom wiedzy i stosunek do organizacji badawczej może być zróżnicowany – charakterystyczny dla określonych grup społecznych i subpopulacji czy też zmieniać się w czasie (np. B. Kojetin i C. Tucker postawili pytanie czy wraz z fluktuacją parametrów ekonomicznych stosunek do rządowych agencji badawczych i gotowość do współpracy z nimi także ulega zmianom²⁰⁶). Tam gdzie nastawienie do organizatora jest pozytywne i współpraca z nim jest odbierana jako przynosząca pewne, pośrednie korzyści, tam zwiększa się szansa przychyłnej reakcji respondenta; i odwrotnie. Tam gdzie brak wiedzy o instytucji przedkładającej prośbę, rolę inicjatora interakcji może w całości przejąć ankieter, a decyzja co do uczestnictwa w badaniu zostanie podjęta po dokonaniu oceny komunikatów przez niego wysyłanych²⁰⁷.

Dla potrzeb studiów meta-analitycznych, w których badany jest związek między realizatorem a wartością *response rate* bazuje się zwykle na podstawowej klasyfikacji instytutów badawczych, która pozwala wyróżnić trzy ich rodzaje: ośrodki komercyjne, akademickie, rządowe. Obszarem lepiej rozpoznany są badania wykorzystujące technikę ankiety pocztowej – dla technik wywiadu dysponują wynikami kilku eksperymentów.

Odwołując się ponownie tabel 3 i 4, widać, że przeglądy jakościowe przypisują temu czynnikowi różną wagę, ale istnieje zgoda co do kierunku zależności – mimo, iż nie wszystkie studia uwzględnione w metaanalizach operują wszystkimi wartościami zmiennej (komercyjne, akademickie, rządowe), można uogólnić, że wartość *response rate* skorelowana jest pozytywnie ze zmienną rodzaj ośrodka badawczego (zgodnie z w/w porządkiem). Zarówno w przeglądach jakościowych jak i ilo-

²⁰⁵ Ibidem, s. 21, 35.

²⁰⁶ B. Kojetin, C. Tucker, E. Cashman, *Response to a government survey as political participation: the relation of economic and political conditions to refusal rates in the Current Population Survey*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1994, s. 1236–1240.

²⁰⁷ R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 275.

ściowych, szczególnie widoczny jest prymat badań rządowych nad pozostałymi; np. T.A. Heberlein i R. Baumgartner szacują, że zmiana organizatora badań na jednostkę będącą agendą państwa, przy zachowaniu pozostałych warunków (liczba kontaktów, tematyka) spowodowałaby przyrost *response rate* o 12,5 punktu procentowego²⁰⁸. Wyjątek od tej prawidłowości odnotowali K. Eichner i W. Habermehl – efekt ten, wskazujący, że obecność rządowego sponsora była silnym czynnikiem niesprzysiężającym partycypacji, być może jest związany z tym, że sondaże (ankieta pocztowa) włączone do ich meta-analizy realizowane były na terenie Europy (Austria i Niemcy)²⁰⁹.

Odnosnie wywiadów telefonicznych dysponuję rezultatami dwóch studiów eksperymentalnych – w jednym testowano efekt ośrodek uniwersytecki vs. lokalna gazeta i uzyskano wartości *response rate* odpowiednio 65% vs. 61% (różnica nieistotna statystycznie)²¹⁰; w drugim badano efekt ośrodek uniwersytecki vs. komercyjny i uzyskano wartości *refusal rate* odpowiednio 4% vs. 6% (wynik dla ankieterek), 5% vs. 8% (wynik dla ankietów) (różnica między ośrodkami istotna statystycznie)²¹¹.

I w końcu, badanie nie spełniające do końca wymogów eksperymentu, przeprowadzone przez ośrodek rządowy i akademicki w sondażu wykorzystującym technikę wywiadu kwestionariuszowego przyniosło następujące rezultaty – *refusal rate* dla ankietów *U.S. Census Bureau* wyniosł 6%, a dla ankieterek z ośrodka akademickiego 13%²¹².

Kierunek i siłę obserwowanych tu zależności, potwierdzają także, choć w sposób pośredni, dane zaprezentowane we fragmencie dotyczącym trendów niedostępności w badaniach krajów zagranicznych oraz polskich²¹³ – bardzo wysokie wartości *response rate* tj. powyżej 90%,

²⁰⁸ T.A. Heberlein, R. Baumgartner, op. cit., s. 302.

²⁰⁹ K. Eichner, W. Habermehl, *Predicting response rates to mailed questionnaires*, „American Sociological Review”, vol. 46, 1978, s. 361–362.

²¹⁰ S. Presser, J. Blair, T. Triplett, *Survey sponsorship, response rates, and response effects*, „Social Science Quarterly”, vol. 73, no. 3, 1992, s. 699–702 *prz yt a c z a m* z a: R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 275.

²¹¹ S.E. Everett, S.C. Everett, *Effects of interviewer affiliation and sex upon telephone survey refusal rates*, paper presented at the annual conference of the Midwest Association for Public Opinion Research, 1989, Chicago *pr z y t a c z a m* z a: R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 275.

²¹² National Academy of Sciences, *Panel on privacy and confidentiality as factors in survey response*, Washington, 1979, DC: National Academy Press, *pr z y t a c z a m* z a: R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 275.

²¹³ Por. podrozdział 5.1.

osiągnęły jedynie rządowe ośrodki badawcze. Na tej podstawie, a także w oparciu o wiele cytowanych wcześniej prac, ujawniających na przykład 60%-owy współczynnik odmów w niektórych badaniach prowadzonych przez ośrodki komercyjne²¹⁴ (takiej wartości nie odnotowano nigdy w badaniach rządowych) można wyrazić p r z y p u s z c z e n i e, że rodzaj ośrodka badawczego jest jednym z czynników najsilniej determinujących wolę kooperacji.

3.7. Tematyka badania i jej waga dla respondenta (*topic saliency*)

Inną, istotną w tej problematyce cechą sondażu jest tematyka badania, a dokładniej zainteresowanie nią i jej subiektywna ważność dla potencjalnego respondenta. Informacja o tym czego dotyczy badanie, jak wiadomo praktykom, jest bardzo często poszukiwana przez kandydatów na respondentów. Wydaje się, że z perspektywy tych ostatnich, to jedna z najbardziej uchwytnych charakterystyk dobrze przybliżających definicję sytuacji. Przypuszcza się, że w tych przypadkach gdzie tematyka badania jest respondentowi bliższa i ważna dla niego, tam będzie bardziej skłonny przystać na propozycję badania, i odwrotnie. Zgodnie z tym mechanizmem bywają zachowania doświadczonych ankierów w fazie aranżacji – eksponują oni tematykę badania w tych przypadkach, w których oceniają, że może być ona ważna i interesująca dla potencjalnego respondenta; nie wykorzystują tego argumentu przedstawiając ogólnikowo to czego ma dotyczyć badanie, jeżeli temat oceniają jako mało atrakcyjny dla wylosowanej osoby²¹⁵.

Kluczową sprawą przy testowaniu powyższej hipotezy jest operacjonalizacja terminu „ważność tematyki” – innymi słowy chodzi tu o ustalenie jakie dziedziny i w jakich warunkach można określić jako istotne (*salient*); jakie można przypisać do kategorii przeciwnej, a jakie do ewentualnych kategorii pośrednich. Przypisywania stopnia ważności tematyki dla określonej populacji dokonuje się najczęściej apriorycznie, bez dokonywania pomiarów w tym względzie u respondentów (taki sposób kodowania materiału wykorzystują np. Heberlein i Baumgartner²¹⁶). Przy takim podejściu, z przynależności badanych osób do okre-

²¹⁴ F. Wiseman, P. McDonald, op. cit., s. 483.

²¹⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 286.

²¹⁶ D.A. Dillman, L.R. Carley-Baxter, op. cit., s. 394.

ślonych grup społecznych wnioskuje się o ich zainteresowaniu określonej problematyką – zakłada się, że największe zainteresowanie wywoła tematyka dotycząca spraw własnej grupy. Zasada ta jednak nie zawsze musi się sprawdzać. Przykładowo, obywatele wspierający kampanie wyborcze polityków (*campaign contributors*) w badaniach R. Grovesa, S. Pressera, S. Dipko wykazali większe zainteresowanie problematyką innych grup społecznych niż zagadnieniami związanymi z wyborami (zainteresowanie mierzono wartością *cooperation rate*)²¹⁷. Zasada ta często jest także niemożliwa do zastosowania, szczególnie wtedy gdy badaniem obejmuje się dużą, zróżnicowaną populację i/lub wtedy gdy sondaż jest badaniem omnibusowym.

W wielu badaniach o charakterze meta-analitycznym nie można jednak odnaleźć wyczerpujących definicji operacyjnych *topic saliency* – Heberlein i Baumgartner ograniczają się w tym względzie do podania przykładów, np. badanie statusu socjoekonomicznego w populacji czytelników gazety ogólnokrajowej oraz badanie zachowań konsumenckich w populacji mieszkańców miast zakodowano jako poruszające tematykę nieistotną (*not salient*)²¹⁸. W cytowanej wcześniej meta-analizie J.J. Hox i E.D. de Leeuw, której celem było określenie związku między techniką otrzymywania materiałów a odsetkiem odpowiedzi, a także ustalenie czy inne zmienne interweniują w tę zależność, również wzięto pod uwagę zmienną „waga tematyki”, niemniej nie zamieszczono w ogóle informacji o sposobie operacjonalizacji tej cechy²¹⁹. W badaniach K. Sheehan, ocenę ważności tematyki dla potencjalnych respondentów ustalono w toku dyskusji, której uczestnikami byli badacze akademicy – konkretnych rozwiązań nie zamieszczono w artykule²²⁰.

Wobec niejasności w sposobie kodowania materiałów, zaistniała trudność w interpretacji odnotowywanej przez niemal wszystkich autorów przeglądów pozytywnej, silnej zależności między ważnością tematyki a wartością odsetka odpowiedzi – uwaga ta odnosi się do wyników dotyczących ankiety pocztowej, zaprezentowanych w tabelach 3 i 4.

W innych podejściach, o stopniu ważności tematyki wnioskuje się *ex post* tj. na podstawie empirycznej obserwacji. Ponieważ jednak nie wykonuje się pomiarów tej cechy u wylosowanych jednostek, materiał

²¹⁷ R.M. Groves, S. Presser, S. Dipko, *The role of topic interest in survey participation decisions*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 68, 2004, s. 12.

²¹⁸ T.A. Heberlein, R. Baumgartner, op. cit., s. 298–299.

²¹⁹ J.J. Hox, E.D. de Leeuw, op. cit., s. 332.

²²⁰ K. Sheehan, op. cit.

nie stanowi zbyt mocnych dowodów na istnienie związku między tematyką a chęcią współpracy. Do tego rodzaju argumentacji odwołują się na przykład R. Groves i M. Couper, wskazując, że w sondażu poświęconym wydatkom konsumentów (*Consumer Expenditure Survey*) osiągnięto *response rate* w wysokości 90,5%, tymczasem w sondażu poświęconemu problemom zdrowotnym (*National Health Interview Survey*) uzyskano 96%. Jak zastrzegają odwołujący się do tego przykładu, nie można jednak wykluczyć, że różnica jest związana nie tyle z tematyką, ile długością badania (znacznie obszerniejszy kwestionariusz w badaniach budżetów). Wskazują też dość ogólnikowo, że obserwuje się konsekwentne różnice między wartościami odsetków odpowiedzi w poszczególnych typach sondaży np. surveye poświęcone problematyce zdrowotnej uzyskują zawsze wyższe wartości *response rate* niż te uwzględniające tematykę polityczną²²¹. Podobnymi uwagami, w oparciu o ten sam typ materiałów, podzielono się we fragmencie pracy dotyczącym trendów niedostępności w badaniach zagranicznych – dla *Labor Force Survey* uzyskiwano konsekwentnie wyższe wartości odsetka realizacji niż w *expenditure surveys* (obydwa przeprowadzane przez ośrodek rządowy); oraz wyższe dla *National Election Studies* w porównaniu z *Survey of Consumer Attitudes* (obydwa realizowane przez *Survey Research Center* przy *University of Michigan*)²²².

Ostatecznie, trudności ze zmierzeniem związku między rodzajem tematyki a chęcią współpracy, wynikają z tego, że zmienną niezależną jest tu faktycznie poziom zainteresowania tą tematyką – ta ostatnia cecha nie jest charakterystyką sondażu, ale respondenta.

* * *

Mimo pewnych niejasności w obrębie przytoczonych rezultatów, pierwszy, ważny wniosek z dotychczasowych rozważań jest taki, że zachowanie potencjalnych respondentów jest dość elastyczne – są oni w dużej mierze reaktywni na bodźce, którymi manipuluje badacz.

W podsumowaniu trzeba wyeksponować również fakt, że wiele empirycznych studiów przyniosło rezultaty niekonsekwentne, zasilające konkurencyjne hipotezy. Efekt ten, jak się wydaje, jest konsekwencją tego, że badacze nie są w stanie wskazać, a następnie zmierzyć i kontro-

²²¹ R.M. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 287

²²² Także podrozdział 5.1.

lować wszystkich czynników wpływu. W literaturze niezmiennie postuluje się potrzebę kontynuacji badań (tym bardziej, że w pewnych obszarach jest ich niedostatek), a przy próbach integracji dorobku zaleca się wykorzystanie narzędzi statystycznych, które pozwoliłyby odseparować i zmierzyć wpływ możliwie największej ilości czynników.

Praktycznie wszystkie badania, których wyniki wyżej relacjonowałam, zostały przeprowadzone poza Polską, a więc wniosków z tych analiz nie można w prosty sposób przełożyć na nasz grunt.

Jakkolwiek dokonywanie uogólnień jest ryzykowne, to w świetle przytoczonych badań, jeśli chodzi o techniki otrzymywania materiałów, najwyższy poziom realizacji generuje wywiad kwestionariuszowy, następnie wywiad telefoniczny, dalej ankieta pocztowa, a na końcu ankiety internetowe. Jednakże różnica między technikami wywiadu a ankiety (pocztowej) nie jest tak znaczna jak kiedyś i z upływem czasu zmniejsza się.

Wcześniejsze nawiązanie kontaktu i powiadomienie o realizowanym badaniu powinno przełożyć się na większy odsetek odpowiedzi i kooperacji.

Wydaje się zasadne poświęcenie większej ilości miejsca problemowi wynagradzania za udział w badaniach. W Polsce stosowanie gratyfikacji w badaniach sondażowych jest rzadką praktyką (swoistym wskaźnikiem tego może być brak polskich publikacji na ten temat), a tam gdzie się je przewiduje, zwykle przybierają one formę drobnych, niepięniężnych wynagrodzeń, których otrzymanie uzależnia się od wyrażenia zgody na udział w badaniu. Niechęć do stosowania gratyfikacji pieniężnych, szczególnie tych przekazywanych „awansem” bierze się najpewniej z obawy przed znacznym podniesieniem kosztów badania, a także z przypuszczenia, że ten sposób postępowania wykreuje powszechne wyobrażenie, że za udzielanie informacji w badaniach należy się zapłata. Pomijając kwestię podwyższenia kosztów, argumentować też można, że gratyfikacje finansowe uczą złe pojętej wymiany, która przysłania inne korzyści jakie respondenci, będący obywatelami, wyborcami i konsumentami, uzyskują dzięki sondażom. Tymczasem wyniki badań prowadzonych w Stanach Zjednoczonych – to jest tam, gdzie gratyfikacje stosuje się od dawna na większą skalę oraz tam, gdzie w rolę obywatela jest silnie wpisana rola respondenta – sugerują, że obawy te mogą okazać się w dużej mierze przesadzone. O ile prawidłowości obserwowane w krajach zachodnich demokracji wystąpiłyby w Polsce, oznaczałoby to, że badacze, przynajmniej potencjalnie mają w dyspozycji środki

istotnie podnoszący współczynniki realizacji – skuteczny przede wszystkim w odniesieniu do osób pochodzących z niższych warstw społecznych.

Doniesienia odnośnie wpływu elementów procedury *informed consent* oraz stopnia uciążliwości badania mówią o nieistotności tych czynników bądź ich niewielkiej sile (w różnych kierunkach).

Relacje na temat wpływu tematyki na chęć kooperacji, mimo uznawania tego czynnika za ważny, są mało konkluzywne z racji różnych sposobów traktowania tej cechy przez badaczy, problemów z jej operacjonalizacją i pomiarem (tematyka badania jako cecha sondażu vs zainteresowanie tematyką jako cecha respondenta).

W końcu, czynnikiem o dużej sile wpływu jest ośrodek przeprowadzający sondaż i poziom jego legitymizacji. Wyniki badań wskazywałyby na ośrodki rządowe jako sprzyjające najwyższym odsetkom kooperacji, następnie akademickie i na końcu komercyjne. Według mojej wiedzy, w III RP nie badano w rygorystyczny (eksperymentalny) sposób wpływ tego czynnika. Co może świadczyć o tym, że wyżej przedstawiony porządek odzwierciedla prawidłowości występujące w Polsce? Argumentem na rzecz słuszności tej hipotezy jest fakt, że GUS jako ośrodek, który w naszym kraju prowadzi badania kwestionariuszowe z ramienia państwa, uzyskiwał w latach '90 najwyższe odsetki realizacji (rzędu 90% i więcej)²²³. Przykład PGSS sugeruje, że niższe odsetki charakteryzują ośrodki akademickie²²⁴. Niewiele wiadomo na temat poziomu realizacji, jaki osiągają komercyjne ośrodki badawcze – ich udział w naukowej debacie jest niewielki. Jak pisze W. Jabłoński w odniesieniu do prowadzonych sondaży wyborczych, w Polsce nie jest prowadzony systematyczny monitoring działań firm badawczych, a istniejące dane w niepełny sposób ujawniają metodologię przeprowadzonych badań. Istnieje także tendencja zastępowania prób losowych doborami nieprobabilistycznymi²²⁵, wynikająca, być może, z poszukiwania remedium na niskie odsetki realizacji.

W rozważaniach na temat wpływu ośrodków badawczych na poziom kooperacji, trudno nie wziąć pod uwagę faktu, że w Polsce kilka z nich ma dość specjalny status. Takie instytucje jak CBOS czy OBOP, tylko z racji najdłuższego okresu działania, mają specyficzne miejsce na rynku badań i są lepiej rozpoznawalne. Wyróżnia je także uwikłanie w procesy polityczne, dziś o historycznym charakterze, co potencjalnie może wpływać na ich wizerunek i poziom społecznej legitymizacji.

²²³ Patrz także podrozdział 5.1.3.

²²⁴ Więcej na ten temat w podrozdziale 5.2.

²²⁵ W. Jabłoński, *Rynek sondaży przedwyborczych w Polsce*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LXVI/1, 2007, s. 116–117, 112.

Szczególnym przypadkiem będzie tu CBOS, które w PRL powstało jako instytucja rządowa, po przełomie 1989 roku zmieniło statut²²⁶, a w 1997 roku zostało fundacją o osobowości prawnej. Abstrahując od jej politycznej genezy, instytucji tej nie można dziś określić mianem komercyjnej ani rządowej – Rada CBOS powoływana jest przez organa władzy; prowadzi badania na użytek publiczny, otrzymując na ten cel dotacje z budżetu państwa; może prowadzić badania o komercyjnym charakterze²²⁷. Przypadek tego ośrodka wskazuje, że problem legitymizacji instytucji sondażowych w Polsce nie może być badany w oparciu o prosty schemat sprawdzający się w przypadku demokracji o dłuższych tradycjach.

Omawiając dokładnie wpływ części czynników wymienionych na początku rozdziału, innym nie poświęcono miejsca w rozwinięciu. Mniejszą wagę przyłożono między innymi do problemów związanych ze sposobem doboru respondenta. Jak piszą Groves i Couper, wśród badaczy istnieje zróżnicowana opinia co do ważności tego czynnika na poziom kooperacji²²⁸. Inna to sprawa, że w literaturze istnieje bardzo mało empirycznych relacji na ten temat, szczególnie jeśli chodzi o porównanie między odsetkiem realizacji generowanym przez próby imienne i próby gospodarstw domowych. Rozważając ten problem hipotetycznie, wydaje się, że rodzaj doboru może mieć przede wszystkim wpływ na odsetek nieobecności – o ile w próbach adresowych operat losowania trzeciego stopnia stanowią zwykle osoby na stałe zamieszkałe w wylosowanym adresie, tak próby imienne będą wychwytywać przypadki nieobecności z powodu dłuższych wyjazdów. Rodzaj doboru może też nie być obojętny dla poziomu kooperacji, trudno jednak wskazać, którego doboru oddziaływanie jest bardziej niekorzystne. Drażliwość może budzić zarówno fakt dysponowania przez ankietera danymi tożsamościowymi (przy próbie imiennej), podobnie jak pytanie o liczbę, płeć i wiek osób zamieszkałych w gospodarstwie (przy próbie gospodarstw domowych). Do tego ciekawego problemu nie potrafię się ustosunkować – zdecydował o tym niedobór źródeł literaturowych i niemożność przeprowadzenia własnych badań empirycznych.

Na tle wielości empirycznych analiz przeprowadzonych zagranicą, trudno nie sformułować postulatu o prowadzenie podobnych badań w Polsce. Podczas kiedy badacze zachodni integrują dorobek badawczy w postaci meta-analiz, u nas zainteresowanie prowadzeniem badań eksperymentalnych, które ten dorobek miałyby tworzyć, jest ciągle bardzo niewielkie.

²²⁶ M. Strzeszewski, *Centrum Badania Opinii Społecznej*, „ASK”, nr1, 1996.

²²⁷ Ustawa z dnia 20 lutego 1997 roku o fundacji – Centrum Badania Opinii Społecznej.

²²⁸ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 286.

Rozdział 4

CECHY ANKIETERA I PRZEBIEG INTERAKCJI W FAZIE ARANŻACYJNEJ WYWIADU JAKO CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA POZIOM KOOPERACJI

Pojęcia wpływu i efektu ankieterskiego zazwyczaj stosuje się w odniesieniu do uzyskiwanych od respondenta odpowiedzi w trakcie realizacji wywiadu. Jak wskazuje K. Lutyńska, jest to ujęcie zbyt wąskie – skoro wywiad kwestionariuszowy składa się z trzech faz, to wpływ ankieterski należy odnosić do wszystkich jego etapów, w tym szczególnie części wstępnej (aranżacyjnej) i podstawowej¹. Takie szerokie podejście znajduje także odzwierciedlenie w literaturze zachodniej. Dla jasności dalszego wywodu, dodam, iż przyjmuję zaproponowane przez K. Lutyńską znaczenia terminów: wpływ ankieterski (oddziaływanie ankietera) oraz efekt ankieterski (różnica między rezultatami jakie osiągają ankietrzy)².

Poniższe rozważania ograniczę do fazy aranżacji wywiadu, wpływu ankietera na kooperatywne i odmowne reakcje potencjalnych respondentów oraz pojawiającego się na skutek tego oddziaływania efektu ankieterskiego. Tu na początku należy zwrócić uwagę, iż jakkolwiek wielu metodologów wskazuje na ankietera jako istotne źródło wpływu na decyzję odnośnie kooperacji, zarówno wpływ jak i efekt ankieterski trudno jest badać, co w literaturze przejawia się relatywnie małą, w stosunku do zainteresowania, liczbą publikacji empirycznych na ten temat. Zasadniczy problem z pomiarem wyniku z restrykcyjnego wymogu, ażeby przypisywanie ankietom adresów odbywało się na zasadzie losowej (*interpenetrated design*). Innymi słowy, ankietrzy mają otrzymać ekwiwalentne tj. zrandomizowane próbki adresów/respondentów, co oznacza jednocześnie,

¹ K. Lutyńska, *Wpływ ankieterski w pierwszej fazie badań kwestionariuszowych*, „ASK”, nr 1–2 (5–6), 1997, s. 54.

² K. Lutyńska, *Ankietrzy i badacze. Z badań nad wpływem ankieterskim*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XXX, 1978, s. 147.

że każda *mała próbka* przydzielona ankieterowi ma być pod kątem wszystkich cech odzwierciedleniem *dużej próby* (całości wylosowanych do badania). Zabieg ten pozwala badać czysty, nie zakłócony oddziaływaniem innych zmiennych, wpływ ankietera³.

W badaniach wykorzystujących technikę wywiadu *f-t-f*, wymóg ten ze względów ekonomicznych i czasowych jest w wielu przypadkach w zasadzie nie do spełnienia, szczególnie jeśli badaniem obejmowana jest populacja rozmieszczona na dużym terytorium. Jedynie dla potrzeb badań o charakterze *stricte* metodologicznym stosuje się schemat eksperymentalny, ale badania tego typu należą do rzadkości. W normalnych (nieeksperymentalnych) warunkach ankieterzy najczęściej otrzymują zlecenie realizacji wywiadów w niedalekiej odległości od swojego miejsca zamieszkania – oznacza to między innymi, że jedni ankieterzy będą „obsługiwać” tereny wiejskie, inni miejskie – nieporównywalne jeśli chodzi o chęć kooperacji mieszkających tam ludzi. Jest także prawdopodobne, że profil ankietera „miejskiego” będzie inny od „wiejskiego” (wśród tych pierwszych może być więcej studentów, osób z wyższym wykształceniem itd.). Wiadomo, że w analizach statystycznych nie sposób kontrolować wszystkich możliwych czynników wpływających na efekty pracy ankieterów (mierzonych procentem zrealizowanych wywiadów).

Problemów z losowym przydzieleniem jednostek do ankieterów nie nastręczają badania telefoniczne – pod tym kątem stanowią najlepszą okazję do badania efektu ankieterskiego – zaaranżowanie wymaganych warunków eksperymentalnych w żaden sposób nie dezorganizuje tu fazy zbierania materiałów⁴.

Inny problem to liczba ankieterów, która zwykle jest na tyle mała, że nie pozwala na przeprowadzenie analiz statystycznych⁵. Trudność ta może nie wystąpić w sondażach przeprowadzanych w relatywnie krótkim okresie czasu, których obsługa wymaga większej ilości ankietujących, ale tu z kolei powstaje problem małej liczby przydzielonych adresów (na przykład w badaniach CBOS-u ankieter zwykle otrzymuje ich sześć) – rozwiązanie tej sprawy będzie wiązało się z koniecznością przeprowa-

³ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 360–361; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 193; K. Lutyńska, *Ankieterzy...* op. cit., s. 148.

⁴ Przykładem jest studium E. Singer, M.R. Frankel, M.B. Glassman, *The effect of interviewer characteristics and expectations on response*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1983, s. 69.

⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 193.

dzenia w przemyślany sposób agregacji uzyskanych przez każdego ankietera rezultatów podczas kolejnych sondaży.

Zwraca się także uwagę, że poszukiwanie związku między cechami ankieterów a ich osiągnięciami w zakresie częstotliwości uzyskiwania zgody na wywiad jest ograniczone ilością posiadanych zmiennych niezależnych, zwykle są to podstawowe charakterystyki społeczno-demograficzne⁶, a nie wszyscy badacze mają możliwość dokonania pomiaru cech dotyczących innych wymiarów. Swoją drogą, można się spodziewać, że dane, które otrzymuje się w wyniku pomiaru cech ankieterów (takich jak pewność siebie; uogólnione oczekiwania co do możliwości nakłonienia do kooperacji) są w szczególny sposób narażone na błędy – ankieterzy z pewnością mają pewne rozpoznanie co do celów takiego badania, stąd też mogą udzielać takich odpowiedzi, które stawiają ich w dobrym świetle w oczach badaczy poszukujących przyczyn newralgicznego zjawiska jakim są odmowy. Bliskość w czasie przeprowadzania szkoleń uwrażliwiających na problemy kooperacji i wykonywania pomiarów na ankieterach stwarza dodatkowe problemy w tej materii⁷.

Warto zwrócić także uwagę, że prowadzenie analiz związku między cechami ankieterów a ich efektywnością w zakresie namawiania do współpracy może być utrudnione jeśli dochodzi do wspomnianej agregacji danych – nie można bowiem zapominać, że zmiana w czasie podlegają wartości niektórych cech wyjaśniających, takich jak wiek, poziom wykształcenia (dotyczy ankieterów uczących się), doświadczenie (dotyczy ankieterów, którzy rozpoczęli pracę w tym charakterze po raz pierwszy) itp.

Nad znaczną częścią omawianych poniżej wyników badań nad efektem ankieterskim ciąży pewne niedomagania w zakresie metodologicznych wymogów. Uwaga dotyczy w pierwszym rzędzie zasady przypisywania ankieterom respondentów⁸, a także sposobu pomiaru zmiennej zależnej. W badaniach nad wpływem ankietera na generowanie odmów powinno się raczej stosować indywidualnie obliczany dla każdego z nich *cooperation rate*, a nie *response rate*⁹. Nieodpowiednią miarą

⁶ Ibidem.

⁷ Por. E. de Leeuw, J. Hox, G. Snijders, W. de Heer, op. cit., s. 244.

⁸ Zasada losowego doboru *nie* występuje w pracach: R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 211; K. Lutyńska, *Wpływ ankieterski...* op. cit.; E. de Leeuw, J. Hox, G. Snijders, W. de Heer, op. cit.

⁹ Taką miarą, zamiast współczynnika kooperacji, zmuszeni byli posługiwać się R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 194. Występuje ona także w studium E. Singer, M.R. Frankel, M.B. Glassman, op. cit., s. 71.

byłby tym bardziej odsetek realizacji uwzględniający w podstawie procentowania liczbę wszystkich przekazanych ankieterowi adresów (znajdują się w nich jednostki nie należące do badanej populacji)¹⁰. Co więcej, w pewnych pracach operuje się danymi, w których jednostką agregacji jest sondaż (a nie ankieter). Analizy te polegają na porównaniu rozkładów cech ankieterów pracujących w różnych ośrodkach (czy przy różnych przedsięwzięciach badawczych) – w różnicy w tych rozkładach upatruje się przyczyn uzyskania innych wartości współczynnika realizacji w sondażu. Należy nadmienić, że wymienione słabości występują często z przyczyn niezależnych od badaczy tj. nie wynikają one z ich intencjonalnego działania. Nie zmienia to faktu, że do rezultatów tych analiz należy podchodzić pewną z ostrożnością.

Przy badaniu efektu ankieterskiego zwykle wskazuje się na różne rodzaje charakterystyk ankieterów, które efekt ten mają objaśniać. Należy tu wymienić cechy społeczno-demograficzne; fizyczne (wygląd, ubiór, głos); osobowościowe; a także cechy związane bezpośrednio z pracą ankieterską – doświadczenie; nastawienie wobec badacza i stosunek do narzędzia¹¹, ocena organizacyjnych aspektów przedsięwzięcia badawczego (terminy, obciążenie pracą, wynagrodzenie)¹², ocena społecznego klimatu wokół badań sondażowych, oczekiwania co do możliwości pełnej realizacji zlecenia itd. Jak widać, część cech określa względnie stałe własności, podczas gdy inne w większym stopniu są podatne na zmianę.

4.1. Cechy demograficzno-społeczne

Badania nad wpływem **płci** ankietera na generowanie odmów należą wbrew pozorom do rzadkości, a wynika to głównie z faktu, że w dużej ilości ośrodków badawczych zawód ankietera został niemal w całości sfeminizowany¹³. Jakkolwiek opis ten nie pasuje do struktury ankieterów zatrudnionych w polskich ośrodkach badawczych, K. Lutyńska analizując dane z trzech sondaży CBOS, w przypadku dwóch z nich

¹⁰ Taka miara, nazywana zresztą przez autorów „konserwatywną” jest stosowana w badaniach E. de Leeuw, J. Hox, G. Snijders, W. de Heer, op. cit., 242; K. Lutyńska pisze, że *zmienną zależną jest odsetek wywiadów zrealizowanych przez ankietera*. K. Lutyńska, *Wpływ ankieterski...* op. cit., s. 59.

¹¹ K. Lutyńska, *Ankieterzy i badacze...* op. cit., s. 151–164.

¹² K. Lutyńska, *Wpływ ankieterski...* op. cit., s. 55.

¹³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 196–197.

nie odnotowuje zależności między płcią a efektywnością ankietera w zakresie pozyskiwania respondentów – wyniki z trzeciego sondażu wskazywały natomiast na wyższy poziom realizacji wśród ankieterów-mężczyzn¹⁴. Rezultat ten jest istotny przez wzgląd na hipotezę o powstawaniu odmów na skutek lęku przed przestępczością – hipoteza ta bazuje bowiem na domniemaniu, że większe obawy wzbudza w kontaktach z obcymi osoba mężczyzny.

W badaniach nad **wiek**iem, wpływu tej zmiennej na odsetek realizacji nie odnotowują E. de Leeuw (i in.)¹⁵. W badaniach E. Singer (i in.) okazało się, że najmłodsza grupa ankieterów (w wieku 18–21) osiąga najgorsze rezultaty pod tym kątem¹⁶. Z kolei, słaby związek, ale wskazujący na ankieterów z grup młodszych jako efektywniejszych w tym względzie obserwuje K. Lutyńska¹⁷. Niemniej, jak dalej autorka relacjonuje wyniki odnośnie statusu zawodowego, to w grupie emerytów jest największy poziom realizacji, a najmniejszy wśród studentów¹⁸.

Jeśli chodzi o **poziom wykształcenia** – o istnieniu związku informuje K. Lutyńska, dodając, że jego siła była różna w poszczególnych sondażach, ale generalnie korelacje nie były znaczące. Zgodnie z jej wynikami najwyższy poziom realizacji charakteryzuje ankieterów z wyższym wykształceniem. Autorka badań wskazuje także na ankieterów z wyższym wykształceniem psychologicznym i pedagogicznym jako osiągających najwyższe odsetki realizacji. Przedmiotem jej uwagi są także socjologowie, którzy pod tym względem najgorzej sobie radzą w grupie wykształconych na kierunkach humanistycznych. Jest jednocześnie potwierdzenie odnotowywanej już wcześniej w Polsce prawidłowości mówiącej o tym, że socjologowie nie są najlepszymi ankieterami¹⁹.

4.2. Doświadczenie

Doświadczenie w pracy ankieterskiej jest jedną z tych cech, w stosunku do których oczekuje się silnego, dodatniego wpływu na wartość odsetka kooperacji – istotnie, taką zależność potwierdzono w wielu

¹⁴ K. Lutyńska, *Wpływ ankieterski...* op. cit., s. 60–61.

¹⁵ E. de Leeuw, J. Hox, G. Snijders, W. de Heer, op. cit., s. 244.

¹⁶ E. Singer, M.R. Frankel, M.B. Glassman, op. cit., s. 73–74.

¹⁷ K. Lutyńska, *Wpływ ankieterski...* op. cit., s. 61.

¹⁸ Ibidem, s. 62.

¹⁹ Ibidem, s. 61–62.

empirycznych testach. Powszechnie przytaczane odkrycia J. Durbina i A. Stuarta z 1951 roku zainspirowały późniejszych badaczy do dalszych poszukiwań w tej materii²⁰.

Jak zwracają uwagę Groves i Couper, doświadczenie ankierów można mierzyć na kilka sposobów. Najczęściej brana pod uwagę miarą jest długość pracy w zawodzie; inną może być praca w różnych ośrodkach, czy praca przy różnego rodzaju sondażach. Rozróżnienie jest uzasadnione podejrzeniem, że pierwszy wskaźnik może korelować pozytywnie z odsetkiem kooperacji, natomiast drugi – ujemnie (w oparciu o sugestię, że ankierzy zmieniają miejsca pracy z powodu niepowodzeń zawodowych w poprzednich instytucjach). Możliwe jest także, że każdorazowy przyrost doświadczenia (mierzonego długością pracy) nie przełoży się proporcjonalnie na przyrost wartości współczynnika kooperacji – tu raczej należy się spodziewać, że największe „postępy” ankierów będą miały miejsce w początkowym okresie pracy, obejmującym pierwsze kilka miesięcy. Praktyka badawcza podsuwa także myśl, że efekt doświadczenia będzie najbardziej widoczny wśród ankierów realizujących wywiady *f-t-f*, podczas kiedy może być trudny do uchwycenia wśród tych, którzy prowadzą wywiady telefoniczne. Domniemanie to wynika z faktu, że ci pierwsi realizują wywiady z respondentami, którzy zamieszkują ograniczone przestrzenie terytorium, zatem pracują we względnie jednorodnych, często znanych im środowiskach. Ci drudzy natomiast doświadczenia kontaktów z respondentami znacznie bardziej zróżnicowanymi, a co więcej odbywa się to za pośrednictwem „niedoskonałego” medium pozbawionego sfery wizualnej – jest to, jak się wydaje, okoliczność utrudniająca szybkie wypracowanie odpowiednich strategii w nakłanianiu do kooperacji²¹.

Zależność o oczekiwanym kierunku odnotowali R. Groves i N. Fultz w badaniach wykorzystujących technikę wywiadu telefonicznego – zgodnie z ich wynikami ankierzy-nowicjusze, którzy pracowali mniej niż 6 miesięcy osiągnęli najmniej poziom współczynnika kooperacji. Generalnie zbieżne z tą prawidłowością wyniki uzyskano w badaniach angielskich, holenderskich i prowadzonych przez amerykańskie *Census Bureau* (wykorzystujących różne techniki gromadzenia materiałów). Potwierdzono w nich także przypuszczenie, że wpływ doświadczenia zaznacza się wyraźnie w pierwszym okresie pracy, a później przestaje

²⁰ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 200–201.

²¹ Por. ibidem, s. 202–203.

się ujawniać (wartość współczynników kooperacji stabilizuje się na określonym poziomie)²². Podobnie Groves i Couper, zarówno w analizach dwuzmiennowych jak i wielozmiennowych potwierdzają istnienie prawidłowości mówiącej o tym, że doświadczenie ankietera mierzone długością zatrudnienia koreluje pozytywnie z procentem zrealizowanych przez ankietera wywiadów. Obserwowana początkowo w analizach dwuzmiennowych, negatywna zależność między *response rate* a pracą w wielu ośrodkach, zanika w analizie regresji²³.

Można dodać, że rezultaty niezgodne z ogólną prawidłowością mówiącą o wzroście efektywności pracy ankietera wraz ze wzrostem doświadczenia otrzymali E. Singer, M. Frankel, B. Glassman – wyróżnili trzy grupy ankieterów w oparciu o kryterium długości pracy w zawodzie i zaobserwowali, że grupa środkowa uzyskała największy poziom odsetka odpowiedzi (*response rate*). Wnioski z tego badania osłabia jednak fakt, że w grupie najbardziej doświadczonych znalazła się bardzo mała liczba (*n*) ankieterów²⁴.

4.3. Oczekiwania i stosunek do problemu niedostępności

Jedną z kluczowych charakterystyk ankietera są w analizowanym kontekście jego wyobrażenia na temat trudności w uzyskiwaniu zgody na udział w badaniach. Z pewnością te oczekiwania zależą w dużej mierze od tego jak ankieter postrzega własne umiejętności w zakresie perswazji. Nie bez znaczenia pozostaje także jego stosunek do odmów oraz nastawienie do idei realizowanego przedsięwzięcia. Wydaje się, że jeżeli nastawienie to jest pozytywne, wtedy można się spodziewać większego zaangażowania w nakłanianie respondentów do udzielania zgody na badanie. Natomiast w przypadku braku takiej motywacji, prawdopodobne jest, że ankieter będzie skłonny uznać niechętnie i odmowne reakcje za bardziej usprawiedliwione i zasadne. Z kolei Groves i Couper wysuwają przypuszczenie, że oczekiwania ankieterów mogą być w dużej mierze uzależnione od rodzaju ośrodka badawczego w jakim pracują. Ankieter występujący w roli przedstawiciela instytucji o wysokim poziomie legitymizacji, np. urzędu statystycznego, może czuć się w pełni uprawniony do nawiązywania kontaktu z respondentami i żądania od

²² Por. ibidem, s. 201.

²³ Ibidem, s. 204, 212.

²⁴ E. Singer, M.R. Frankel, M.B. Glassman, op. cit., s. 73–74.

nich informacji. W odmiennym położeniu znajdują się ankieterzy zatrudnieni w agencjach, które nie cieszą się takim poważaniem i nie mogą dać swoim wysłannikom takiego „wsparcia”. Dokonując pomiaru przewidywań ankietera i jego „pewności siebie” w kontakcie z respondentami warto więc mieć na względzie możliwą interwencję dodatkowych zmiennych.

Mierząc skłonność do podejmowania wysiłków perswazyjnych, badacze chętnie stosują tzw. skalę Lehtonen, a uzyskane wyniki, w postaci rozkładu cech w zbiorowości ankieterów, porównują zwykle z rezultatami jakie otrzymał Lehtonen. Opracowane przez niego narzędzie zbudowane jest z pięciu stwierdzeń²⁵:

1. *Niechętnych respondentów zawsze powinno się nakłaniać do uczestnictwa;*
2. *Przy wystarczająco dużym wysiłku nawet najbardziej niechętnych respondentów da się namówić do wzięcia udziału w badaniu;*
3. *Ankieter powinien szanować prywatność respondentów;*
4. *Jeśli respondent jest niechętny, jego odmowę należy zaakceptować;*
5. *Dobrowolność uczestnictwa w badaniu zawsze powinna być podkreślana.*

Hipotezę mówiącą o tym, że ankieterzy antycypujący trudności w uzyskaniu wysokiego współczynnika realizacji będą rzeczywiście uzyskiwać gorsze „noty” potwierdzono w badaniach E. Singer (i in.)²⁶, a także Grovesa i Coupera – zależność okazała się statystycznie istotna nawet w analizach wielozmiennowych²⁷.

4.4. Osobowość

Do badania „klasycznego” efektu ankieterskiego od dawna wykorzystuje się zmienne psychologiczne, określające osobowość ankietera²⁸. Zgodnie z koncepcją osobowości, cechy te mają trwały charakter. Niestety brakuje analogicznych badań nad wpływem „osobowościowych” charakterystyk ankietera na reakcje kooperatywne i odmowne w sonda-

²⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 205–206; por. E. de Leeuw, J. Hox, G. Snijders, W. de Heer, op. cit., s. 243.

²⁶ E. Singer, M.R. Frankel, M.B. Glassman, op. cit., s. 73–74.

²⁷ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 208–209, 212.

²⁸ Por. P.B. Sztabiński, *Ankieterzy i ich respondenci. Od kogo zależą wyniki badań ankietowych*, IFiS PAN, Warszawa 1997, s. 57–60.

zach. Groves i Couper przywołują tu wyniki dwóch analiz, które co najwyżej mogą sugerować pewne zależności.

Pierwsza to studium J. McFarlane Smith, w którym ustalono, że emocjonalna stabilność (*vs.* neurotyzm), a także skłonność do introwertyzmu charakteryzuje ankieterów dobrze wypełniających swoje zadania (także w zakresie pozyskiwania respondentów do wywiadu). Druga to praca R. Johnson i Y. Price – zgodnie z ich rezultatami ankieterzy osiągający najwyższe wartości *response rate* posiadali umiejętność perswazji, a także odznaczali się wysokim poziomem organizacji w działaniu. Szczególnie interesująca, z punktu widzenia Grovesa i Coupera, jest pierwsza z tych charakterystyk. Koresponduje ona z inną kategorią psychologiczną, wprowadzoną do naukowego obiegu przez M. Snydera, jaką jest monitorowanie własnych zachowań (*self-monitoring*). Monitorowanie reguluje auto-prezentację poprzez dopasowywanie działań do odbieranych sygnałów z zewnątrz. Jednostki uzyskujące wysokie wyniki na skali mierzącej tę zmienną oceniają się jako elastyczne i łatwo adaptujące się w środowisku społecznym – posiadają umiejętność odczytywania komunikatów z niego płynących oraz potrafią dopasowywać swoje zachowanie do obecnej sytuacji. Jakkolwiek Groves i Couper nie odnajdują bezpośredniego związku między tą zmienną a wartością współczynnika realizacji (wskazują, że efekt ten może być zakłócony przez introwertyzm obserwowany u ankieterów), to jednak ustalają, że ankieterzy charakteryzujący się wysokimi notami na skali *self-monitoringu*, częściej deklarują wykorzystywanie tej zdolności podczas pracy w terenie tj. w kontakcie z potencjalnymi respondentami. Szczególną rolę odgrywa tu cecha składowa tej zmiennej jaką jest ukierunkowanie na innych (*other-directedness*)²⁹.

W zakończeniu tego fragmentu należy podkreślić, że wśród badaczy zachodnich wydaje się upowszechniać mniemanie, że łatwo mierzalne atrybuty ankieterów, takie jak płeć, wiek, czy wykształcenie słabo objaśniają efekt ankierski. Do tego punktu widzenia częściowo przychyliła się także K. Lutyńska³⁰. Obecnie obserwuje się raczej przeniesienie uwagi z postaci ankietera na obszar interakcji z potencjalnym respondentem – analizie poddawany jest jej przebieg, śledzone są wzory reakcji występujące u obu podmiotów. Takie przeorientowanie widoczne jest zarówno w podejściu ilościowym (R. Groves, M. Couper) jak i jakościowym (J. Morton-Williams, P. Young; D. Maynard, N. Schaeffer).

²⁹ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 199–200.

³⁰ K. Lutyńska, *Wpływ ankierski...* op. cit., s. 65.

4.5. Przebieg interakcji między ankieterem a potencjalnym respondentem

Podstawową cechą interakcji przebiegającej w fazie aranżacji wywiadu jest to, że zwykle jest ona niesłuchanie krótka – w kontakcie bezpośrednim trwa do 5 minut, a w telefonicznym do 1 minuty³¹. Stroną, która wydatnie przyczynia się do ograniczenia czasu trwania tego kontaktu jest przede wszystkim osoba potencjalnego respondenta. Jest to związane z kolejną prawidłowością mówiącą o tym, że komunikaty wysyłane przez respondentów są lakoniczne i nie rozbudowane, mało zróżnicowane w formie i treści. Zachowanie takie towarzyszy nie tylko odmowom, ale i zgodom na uczestnictwo. W przypadku tych pierwszych, objawia się to charakterystycznymi zwrotami „*nie jestem zainteresowany*” oraz „*nie mam czasu*”. Zwraca uwagę fakt, że takie doniesienia pochodzą od badaczy analizujących zjawisko niedostępności w krajach zróżnicowanych ze względu na poziom w jakim sondaże są zakorzenione w kulturze (np. USA, Kanady, Wielkiej Brytanii). Na występowanie tego zjawiska zwróciła już uwagę K. Lutyńska³².

Użyteczność materiału, który jest relacją z przebiegu interakcji między ankieterem a respondentem jest przez badaczy różnie oceniana. Abstrahując od formy jaką może mieć ta relacja (transkrypcje z nagrań; materiał pochodzący z kart realizacji badania), jeden z zasadniczych problemów dotyczy kwestii na ile tego rodzaju materiał jest w stanie dostarczyć trafnych i pewnych informacji o motywach czy szerzej – przyczynach rezygnacji z badania. Problem trafności sprowadzałby się do tego jak dużą eksplikacyjną wartość mają dla badaczy treści komunikowane przez niedoszłych respondentów. Przykładowo Bebbington, odnosząc się do warstwy merytorycznej przekazów, wyraża wątpliwość czy jest w ogóle sens różnicowania podawanych powodów³³. J. Goyder, któremu bliska jest wizja racjonalnie działającej jednostki, nie widzi jednak możliwości, aby na poziomie interakcji w fazie aranżacyjnej ujawniły się bardziej rozbudowane sądy i opinie pozwalające zrekonstruować stosunek do badań³⁴.

Odmienne podejście prezentują D. Maynard i N. Schaeffer. Oni także do dosłownej treści przekazu respondentów nie przykładają wielkiej

³¹ Także podrozdział 3.1.

³² K. Lutyńska, *Analiza odmów...* op. cit., s. 229.

³³ A.C. Bebbington, op. cit., s. 173.

³⁴ Por. J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 20–21, 132–134.

wagi, natomiast skupiają się na formalnych właściwościach konwersacji, dostarczając tym samym wnikliwego opisu jej przebiegu. Jakkolwiek ustalone przez nich prawidłowości dotyczą w pierwszym rzędzie sondażu CATI (*computer assisted telephone interview*), to wydaje się, że zakres działania tych reguł może być szerszy i mogą one pod wieloma względami dobrze opisywać przebieg interakcji w badaniach realizowanych innymi technikami wywiadu. Podejście D. Maynarda i N. Schaeffer polega na wykorzystaniu metody analizy konwersacyjnej H. Sacksa do badania dynamiki interakcji kończących się odmową. Jak zauważają, interakcje te, mimo krótkotrwałości, mają bardzo zorganizowaną strukturę, w której można wydzielić sekwencje otwierające, pełniące funkcję prośby o uczestnictwo, akceptujące, odrzucające, zwiastujące zakończenie i zamykające. Badacze posługują się kategorią *gate-keeping*, pokazując sposób w jaki potencjalni respondenci dążą do zamknięcia ankieterom dostępu do siebie i informacji na swój temat³⁵.

Sekwencja otwierająca kontakt (wyświetlająca się ankieterom na monitorach) składała się z następujących elementów, które ankieter miał zawrzeć w jednej wypowiedzi (nie oczekując włączenia się respondenta w trakcie): powitanie, przedstawienie się, podkreślenie afiliacji z instytucją, informacja o przeprowadzaniu sondażu, informacja o próbie dotarcia do osób z domowym numerem telefonu, pytanie weryfikujące typ numeru. Ustalono, że w ponad połowie (53%) rozmów reakcja odmowna nastąpiła w trakcie lub natychmiast po wygłoszeniu przez ankietera formuły otwierającej. Przypadki te nazwano **wczesnymi odmowami** (vs. **odmowy późne**). Dla decyzji o otwarciu lub zamknięciu dostępu najważniejszy był moment, w którym doszło do zdefiniowania sytuacji tj. rozpoznania celu osoby dzwoniącej³⁶. Takim krytycznym momentem (przed nim nie pojawiały się wypowiedzi świadczące o chęci wycofania się i zamknięcia interakcji) było dostarczenie informacji o przeprowadzaniu ogólnokrajowego sondażu opinii publicznej³⁷.

Innym rodzajem podziału są tzw. **odmowy uprzejme i nieuprzejme** (*polite vs. impolite*), odzwierciedlające kategorie analityczne wypracowane przez Sacksa. W odmowach uprzejmych respondent jest nieprzychylnie nastawiony do propozycji, ale dążąc do zakończenia konwersacji przestrzega jej reguł – wprowadza sekwencję

³⁵ Por. D.W. Maynard, N.C. Schaeffer, op. cit., s. 35.

³⁶ Por. ibidem, s. 47.

³⁷ Por. ibidem, s. 49.

zwiastującą chęć zakończenia kontaktu, przez co stwarza okazję ku temu by interakcja mogła być systematycznie zamykana przez obie strony. Przy odmowach tego rodzaju respondent nie stosuje krótkiego, odrzucającego „*nie*”, natomiast dostarcza uzasadnienia dla swojej decyzji („*nie jestem zainteresowany*”; „*nie mam czasu*”), inicjuje i/lub odwzajemnia uprzejmości („*przepraszam*”, „*dziękuję*”, „*do widzenia*”).

Z kolei w odmowach nieuprzejmych rozmówca dystansuje się od obowiązków uczestnika rozmowy i nie przestrzega konwencjonalnych reguł konwersacji – wyraża swoją niechęć w sposób uniemożliwiający podtrzymanie kontaktu i obopólne zamknięcie interakcji. Odłożenie bez słowa słuchawki (czy w przypadku interakcji *f-t-f* – zatrzasknięcie drzwi przed nosem bez uprzedniego „*dziękuję*” czy „*do widzenia*”) to klasyczny przykład odmów tego rodzaju. W omawianym badaniu ich udział wynosił 11%³⁸. W ramach uzupełnienia, warto w tym miejscu przytoczyć E. Goffmana, który zachowanie polegające na zawieszaniu reguł nakazujących okazywanie zaangażowania i zainteresowania temu kto mówi, dosadnie określa mianem interakcyjnego *barbarzyństwa*³⁹.

Kolejny podział polega na wyróżnieniu **odmów minimalistycznych i ekspresyjnych** (*minimalist vs. expressive*). Te drugie polegają na tym, że respondent zadaje pytania bądź odnosi się do określonego aspektu badania (np. „*to jest jeden z tych sondaży, który zajmuje pięć minut?*”; „*nie chcę ujawniać takich informacji*”), co umożliwia ukierunkowanie i podtrzymanie rozmowy. Odmowy ekspresyjne stanowią podzbiór odmów uprzejmych i stanowią niewiele, bo ponad 20% badanych przypadków⁴⁰.

Cechą odmów minimalistycznych jest to, że charakterystyczne dla nich zwroty typu „*nie jestem zainteresowany*” oraz „*nie mam czasu*”, z racji swej ogólności i powierzchowności, są niejasne w interpretacji, co także dla ankieterów stanowi trudność w kontynuowaniu rozmowy, wyborze jakiegoś aspektu do dalszej argumentacji. Specyficznym przykładem może być wypowiedź „*Nie mam czasu, żeby odpowiadać na jakiegokolwiek pytania w tej chwili*”. Z jednej strony wskazuje ona na zgeneralizowaną niechęć, a odwołanie się do argumentu czasu ma charakter rytualny i wynika z potrzeby dostarczenia uzasadnienia tak by uczynić zadość regułom konwersacji. Z drugiej strony, dodanie „*w tej*

³⁸ Por. ibidem, s. 51–61.

³⁹ Por. E. Goffman, *Rytuał interakcyjny*, PWN, Warszawa 2006, s. 114–126.

⁴⁰ Por. ibidem, s. 61–62.

chwili” sugeruje rzeczywiste problemy i szansę przeprowadzenia wywiadu w innym terminie⁴¹.

Warto tu też zwrócić uwagę na jeszcze jedną prawidłowość. Mianowicie tam gdzie interakcja jest dłuższa obserwuje się, że kolejne wypróbowywane przez ankietera argumenty spotykają się z niezmienną, zachowawczą reakcją respondenta, który za każdym razem powtarza krótkie „*Nie jestem zainteresowany*” albo „*Nie, dziękuję*”. Taką postawę z rezerwą tłumaczy się w ten sposób, iż jest to nic innego jak wyczekiwanie na zamknięcie interakcji przez ankietera⁴². Na marginesie można dodać, że jest to taki rodzaj zachowania, które działa w sposób frustrujący na ankieterów – wkładając wysiłek w interakcję doświadczają swojej bezsilności.

Maynard i Schaeffer w konkluzji formułują wniosek, że odmowom towarzyszą najczęściej standardowe uzasadnienia – takie same jakimi ludzie posługują się w codziennych praktykach⁴³. Parafrazując, skoro odwołanie się do tych uzasadnień wynika z reguł konwersacji, to w komunikatach tych nie są zawarte jakieś znaczące treści.

Inaczej na ten problem patrzy J. Brehm, który do dosłownych przekazów przykładą większą wagę w myśl tego, że nie pojawiają się one przypadkiem i argumentuje, że przekładają się one na stosunek do sondaży⁴⁴. Pokazuje też na przykład, że wśród osób, które posługują się uzasadnieniem „*jestem zbyt zajęty*” jest więcej osób młodych oraz lepiej uposażonych⁴⁵, a obserwacje te znajdują potwierdzenie w badaniach M. Coupera, który także stwierdza, że profil „*nie zainteresowanych*” jest różny od „*zbyt zajętych*”. Wśród tych pierwszych jest więcej osób z niższym poziomem wykształcenia, starszych, mających mniejszy poziom wiedzy i zainteresowania polityką⁴⁶.

Pytań o znaczenie poszczególnych typów wypowiedzi nie stawiają R. Groves i M. Couper, których interesuje przede wszystkim sposób prowadzenia aranżacji przez ankietera. Wypracowują odnośnie tego koncepcję teoretyczną, którą następnie poddają testom.

R. Groves i M. Couper wnioskuje o przebiegu interakcji *f-t-f* na podstawie materiału zgromadzonego w karcie realizacji badania. Jak-

⁴¹ Por. ibidem, s. 65–66.

⁴² Por. ibidem, s. 58–60.

⁴³ Ibidem, s. 68.

⁴⁴ J. Brehm, *The phantom respondents. Opinion surveys and political representation*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 1993, s. 89–90.

⁴⁵ Ibidem, s. 60–61.

⁴⁶ M. Couper, *Survey introductions*.... op. cit., s. 324, 334.

kolwiek tu także wypowiedziami o relatywnie największej częstotliwości są „*not interested*” oraz „*too busy*”, jednak na potrzeby kolejnych analiz materiał jest kodowany w czterech kategoriach, które opisują przebieg wszystkich złożonych wizyt, niezależnie od tego czy zakończyły one się odmową, wywiadem czy przyłożeniem wizyty. Kategorie te i ich rozkład (przy kodowaniu wielowątkowym) dla pierwszego kontaktu to: stwierdzenia negatywne (np. *sondaże to marnowanie pieniędzy*) – 9,6%; wypowiedzi odraczające (np. *nie mam czasu*) – 17,2%; stwierdzenia pozytywne (np. *sondaże służą społeczeństwu*) – 3,4%, pytania (np. *jaki jest cel badania?*) – 50,2%⁴⁷. Z analiz wielozmiennowych, w których uwzględnia się cechy ankietera a także gospodarstwa domowego wynika, że negatywne wypowiedzi najczęściej pojawiają się wśród respondentów zamieszkujących tereny silnie zurbanizowane. Jakkolwiek obserwuje się związek między cechami ankietera a częstością formułowania przez respondenta negatywnych stwierdzeń i wystosowywania przez niego pytań, efekt ten jest niewielki. Zależność występuje w oczekiwanym kierunku tzn. ankieterzy mający większe doświadczenie rzadziej napotykają (wywołują) tego rodzaju reakcje⁴⁸.

Wielu metodologów już od dłuższego czasu postuluje odejście od prowadzenia aranżacji wywiadu w ujednolicony, standaryzowany sposób, a zalecenie to formułuje się ze względu na występujące obecnie trudności w pozyskiwaniu respondentów do badań. Standaryzowana forma zakładająca obecność formuł, które należy wygłosić przed respondentem miała służyć temu, aby wszystkim wylosowanym jednostkom zapewnić takie same warunki do odpowiadania, zminimalizować wpływ niekontrolowanych czynników i ostatecznie umożliwić porównywanie uzyskanych w wywiadach informacji. Z drugiej strony, ujednolicenie procedury wynikało z przesłanek etycznych – miało być gwarantem przekazania potencjalnemu respondentowi wszystkich istotnych informacji, które pozwalały mu na podjęcie świadomej zgody. Obecnie prymatem jest pozyskanie respondenta – przeorientowanie to nie implikuje konieczności zarzucenia dyrektyw etycznych, niemniej pewien rodzaj napięcia między celami a wymogami się utrzymuje (o czym na przykład świadczy konstrukcja skali Lehtonena)⁴⁹.

Na sztywność procedury aranżacyjnej i sztywność formułek, w których operuje się żargonem niekoniecznie jasnym i przyjaznym dla respondentów, zwracają uwagę Maynard i Schaeffer⁵⁰. Morton-Williams i Young jako niekorzystne dla szans realizacji badania postrzegają nie-

⁴⁷ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 233–235.

⁴⁸ Ibidem, s. 243.

⁴⁹ Także podrozdział 3.4.

⁵⁰ Por. D. Maynard, N. Schaeffer, op. cit., s. 70.

elastyczne zachowanie ankietera, działanie według utartej ścieżki⁵¹. Na potrzebę odejścia od standaryzacji procedur aranżacyjnych wskazują *explicite* R. Groves i M. Couper⁵² i przedstawiają własną koncepcję – *dopasowywania* do respondenta komunikatów wysyłanych przez ankietera (*tailoring*) oraz *podtrzymywania* interakcji (*maintaining*).

Procedura *dopasowywania*, „szycia na miarę” wymaga od ankietera szczególnych umiejętności. Po pierwsze, ankieter powinien mieć w swojej dyspozycji wachlarz różnych technik i strategii pomocnych do wywołania uległości. Po drugie, powinien być dobrym obserwatorem, potrafiącym odczytać werbalne i niewerbalne sygnały, które pochodzą od potencjalnego respondenta, a także wykorzystać wskazówki, które biorą się z analizy cech jego najbliższego otoczenia. Po trzecie, musi istnieć sprzężenie między odczytaniem sygnałów a wyborem techniki. Po czwarte, aby procedura mogła działać interakcja nie może być zbyt krótka, co wiąże się z kolei z wymogiem podtrzymywania kontaktu (*maintainig*). Dzięki podtrzymywaniu do ankietera dochodzi coraz większa liczba sygnałów wysyłanych przez respondenta, stąd ankieter potencjalnie zwiększa sobie pole działania. Dodatkowo, im dłuższy kontakt tym zwiększa się zaangażowanie respondenta i trudniej mu odmówić. Wskazuje się, że zachowanie ankietera polegające na parciu w kierunku wymuszenia decyzji odnośnie uczestnictwa jest błędem. W to miejsce powinno się raczej pojawić rozłożone w czasie staranie o akceptację i zgodę (nawet wśród pobocznych wątków). W sytuacjach kiedy wizyta ankietera przypada na moment niesprzyjający, a ilość wysyłanych przez respondenta sygnałów negatywnych intensyfikuje się ankieter powinien w odpowiednio wczesnym momencie wstrzymać kontakt i wznowić go za jakiś czas⁵³. Takich wskazówek dostarczają także Morton-Williams i Young na podstawie obserwacji zachowania ankieterów, którzy osiągają najlepsze rezultaty w nakłanianiu do kooperacji⁵⁴.

Koncepcję *dopasowywania* i *podtrzymywania* bardzo trudno jest testować. Za wskaźnik *dopasowania* badacze mogli jedynie przyjąć zmianę, która informuje o tym czy na przestrzeni kontaktów (z jednym gospodarstwem) ankieter zmieniał swoje zachowanie odwołując się do innej

⁵¹ J. Morton-Williams, P. Young, op. cit., s. 51.

⁵² R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 216.

⁵³ Por. ibidem, s. 248–250.

⁵⁴ J. Morton-Williams, P. Young, op. cit., s. 51–52.

argumentacji⁵⁵. Na poziomie analiz wielozmiennowych Groves'owi i Couperowi nie udało się potwierdzić hipotezy o wpływie procedury *dopasowywania* na chęć kooperacji. Związek występuje co prawda w oczekiwanym kierunku, ale jest niewielki i statystycznie nieistotny. W tym modelu regresji moc predykcji straciło także doświadczenie ankietera. Ustalono, że pojawienie się negatywnych wypowiedzi ze strony respondentów źle wróży powodzeniu interakcji (najsilniejszy predyktor). Powoływanie się na problemy z czasem także nie sprzyja partycypacji, ale nie w tak dużym stopniu jak ma to miejsce w przypadku stwierdzeń wyrażających otwartą niechęć. Zadawanie pytań przez respondenta jest z kolei dobrym zwiastunem⁵⁶. Interpretując te rezultaty trzeba pamiętać o argumentach metodologicznych i wspomnieć o nie do końca adekwatnej mierze zmiennej zależnej, problemach z pomiarem zmiennej wyjaśniającej (*dopasowywanie*), braku losowego przydziału adresów.

4.5.1. Doświadczenia z badań

Przestrzenne zróżnicowanie kapitału społecznego w Łodzi

Podjęto także własne badania, które umożliwiłyby uzyskanie pewnego wglądu w to jak obecnie w Polsce przebiegają interakcje między ankieterami i respondentami. Materiał do tego badania został zebrany podczas realizacji kwestionariuszowych badań akademickich *Przestrzenne zróżnicowanie kapitału społecznego w Łodzi*, prowadzonych w Katedrze Socjologii Wsi i Miasta Instytutu Socjologii UŁ, w okresie 2003/2004. Do zebrania materiału skonstruowano narzędzie o stosunkowo niskim stopniu standaryzacji. Karta realizacji badania⁵⁷, wypełniana przez ankietera, zawierała kilka pytań otwartych i prośbę o stosowanie zapisu rejestrującego. W zamyśle badacza, rozwiązanie to miało sprzyjać ujawnieniu się szerszego i bogatszego spektrum motywów odmów zgłaszanych przez rozmówców, a także zabezpieczyć przed sytuacją, w której efekt lapidarności i niewielkiej informatywności wypowiedzi potencjalnych respondentów można przypisać zastosowaniu wysoce zestandaryzowanego narzędzia.

Prezentowane wyniki są tylko częścią uzyskanych rezultatów. Analiza została przeprowadzona w stosunku do tych przypadków interakcji,

⁵⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 260

⁵⁶ Ibidem, s. 263–264

⁵⁷ Aneks, Załącznik 4.

które zakończyły się przystąpieniem do wywiadu lub odmową uczestnictwa w badaniu. Obejmuje ona następujące zagadnienia:

- zadawanie pytań dotyczących realizowanego badania,
- przerwanie, uniemożliwienie ankieterowi wygłoszenia w całości formuły aranżacyjnej;
- wygłaszanie stwierdzeń w trybie orzekającym.

Chęć poszukiwania dodatkowych informacji u ankietera odnotowano w średnio co piątym adresie (19,2%) wśród tych, w których wizyta ankietera zakończyła się zgodą lub odmową. Pytania zadawane przez poszczególne typy rozmówców wraz z częstotliwością ich występowania przedstawia zestawienie 1. Z uwagi na niewielką podstawę oprecenowania, w przypadku odmawiających zaznaczono jedynie (znakiem „X”) rodzaj pytań, jakie stawiali ankieterom.

Zestawienie 1

Pytania zadawane ankieterom w fazie aranżacji wywiadu

Pytanie	Respondenci	Odmawiający
<i>W jakim celu realizowane jest badanie? Czemu ma służyć?</i>	32,1%	
<i>Czego dotyczy badanie? Jaki jest temat badania? Jakie są pytania?</i>	27,5%	x
<i>Ile potrwa wywiad? Ile jest pytań?</i>	22,9%	x
<i>Jak zostałam wybrany? Dlaczego ja? Skąd macie mój adres?</i>	15,3%	x
<i>Czy pytania są trudne? Czy sobie poradzę? Czy jestem kompetentny?</i>	9,2%	
<i>Czy badanie jest anonimowe? Czy ankietę jest imienna?</i>	8,4%	x
<i>Kto korzysta z badań? Dla kogo zbierane są informacje?</i>	6,1%	
<i>Na czym polega badanie? Co mam robić?</i>	4,6%	
<i>Czy wyniki tych badań coś zmienią w społeczeństwie?</i>	3,8%	
<i>Czy muszę brać udział? Czy badanie jest przymusowe?</i>	2,3%	x
<i>Czy to są badania naukowe?</i>	1,5%	
<i>Co będę z tego miał?</i>	0,8%	
<i>Co Pani będzie z tego miała?</i>	0,8%	
	n=131	n=13

Procenty nie sumują się do 100% (liczba wskazań przewyższa n).

Źródło: Opracowanie własne.

Głębsza interpretacja wyników zamieszczonych w tym zestawieniu, jest utrudniona przez wzgląd na fakt, że charakteryzują one tylko niewielką część potencjalnych respondentów. Treść zdecydowanej większości pytań wskazywałby natomiast na refleksyjne i racjonalne podej-

ście respondentów do badań – żądają oni dokładnych informacji o tematyce badania, jego użyteczności; chcą ocenić koszty uczestnictwa pod kątem poświęconego czasu, utraty anonimowości, konsekwencji odmowy itd. Zwraca uwagę niewielka liczba osób, które swoim pytaniem *na czym polega badanie?* wskazują na słabą znajomość roli respondenta.

Inny problem, który można postawić to pytanie o to czy zadawanie pytań wpływa na przystąpienie do wywiadu. Dane pokazują, że spośród osób, które zadawały pytania 91% przystąpiło do wywiadu (9% odmówiło uczestnictwa), a spośród osób, które nie zadawały pytań 60,6% stało się respondentami (39,4% odmówiło). W efekcie tej obserwacji można wstępnie sformułować wniosek o potwierdzeniu prawidłowości obserwowanej przez Grovesa i Coupera, iż zadawanie pytań przez respondenta sprzyja kooperacji. Jednocześnie ankieterzy w bardzo wysokim stopniu (91%) wykorzystują tę szansę namówienia do uczestnictwa, jaką poprzez zadanie pytania stworzył im potencjalny rozmówca.

Inny sposób opocentowania tych danych pokazywałby z kolei, w której grupie – odmawiających czy respondentów – są częściej zadawane pytania. Okazuje się, że znacznie częściej pytania zadają przyszli respondenci (26,5%) niż odmawiający (5,1%).

Następnie, skupiając uwagę tylko na grupie respondentów można odpowiedzieć na pytanie czy istnieje związek między stosunkiem do badania, a zadawaniem pytań.

Okazuje się, że zachowania te najczęściej występowały u respondentów, których stosunek do badania ankieterzy ocenili jako *raczej niechętny* (41,5%); z mniejszą częstością występowały u *raczej chętnych* (29,2%) i najmniejszą u *bardzo chętnych* (18%). Zależność jest liniowa dopóty nie weźmie się pod uwagę grupy respondentów ocenianych jako *bardzo niechętni* (11,8%), którzy jednak nie mają wystarczającej do procentowania reprezentacji ($n=17$). Wyniki te są zgodne ze zdroworozsądkowymi oczekiwaniami. Pytania zadają przede wszystkim ci, którzy mają pewne obiekcje co uczestnictwa w badaniu. Z drugiej jednak strony, jak sugerują wcześniej prezentowane wyniki, zadanie pytania jest otwarciem się rozmówcy – sygnałem, że dysponuje gotowością i wolą do rozwiania tych obiekcyj przez ankietera.

W porównaniu z respondentem, odmawiający to *gatekeeper*, który znacznie bardziej strzeże dostępu do siebie. Zamykanie tego dojścia odbywa się nie tylko poprzez nie stawianie pytań, ale także poprzez przerywanie ankieterowi wygłaszania tekstu aranżacji – w ten sposób przebiegało 37,5% interakcji zakończonych odmową. Przerwania miały

też miejsce podczas interakcji z respondentami (14%) i pojawiały się w dwóch różnych przypadkach. W pierwszym, poprzez wchodzenie w słowo rozmówcy chcieli zmanifestować swoje dobre nastawienie do sytuacji badania i zbytniość dalszych zabiegów ankietera. Pozostałe sytuacje są typowe dla odmów i odnoszą się do osób niechętnych badaniu, które o swoim nastawieniu i kategoryczności decyzji chcą przekonać ankieterów odwołując się do tej „nieeleganckiej” metody – zaburzającej ład interakcyjny i mającej zbić rozmówcę z tropu.

Gate-keeping stosowany przez odmawiających przejawia się również w ten sposób, że rozmówcy bardzo często nie tłumaczą swojej decyzji i nie podają jej powodów. W sytuacjach, w których wystąpiła reakcja werbalna na propozycję ankietera, zachowanie takie bardzo często się pojawia. Efektem próby kategoryzacji stwierdzeń wygłoszonych w trybie orzekającym jest zestawienie 2, w którym przedstawiono dodatkowo fragmenty oryginalnych wypowiedzi towarzyszących odmowom.

Zestawienie 2

Wypowiedzi w trybie orzekającym pochodzące od osób odmawiających udzielenia wywiadu (według relacji ankieterów)

Reakcja	[%]
1	2
Rozmówca swoją wypowiedzią informuje jedynie o odmowie, nie wskazuje na jej powody: <i>Odmawiam udziału!; Do widzenia!; Dziękuję!; Nie chcę mieć z tym nic wspólnego!; Nie jesteśmy zainteresowani; Nie interesuje mnie to; Przykro mi, ale rezygnuję z badania; Nie zawracać głowy!; Nie nachodzić!; Nie uznaję takich rzeczy; Nie uczestniczy w badaniach; Proszę stąd wyjść!; Wynoś się stąd!; Proszę znaleźć kogoś innego; Nie będę z tobą rozmawiać; Nie mam ochoty; Proszę nie przychodzić więcej i nic nie przysyłać; Gdy spytałam o powód odmowy odpowiedział: „Bo nie!”; Pan powiedział głośno: „Nie!” i nie tłumaczył się; To było tylko: „Nie, dziękuję” i odłożono słuchawkę domofonu; Idź pan do diabła!; Pan powiedział, że oni tę sprawę przemyśleli z żoną i Uniwersytet nie skorzysta z ich usług.</i>	48,3%
Rozmówca rytualnie odwołuje się do argumentu braku czasu; straty czasu: <i>Nie ma czasu i nie będzie brał udziału w czymś takim; Oświadczone mi, że nie mają czasu i dziękują za wizytę. Kategorycznie nie wyrażają zgody na badanie; Powiedziała, że nie ma czasu. Nie chciała, abym przyszła kiedy indziej; Mężczyzna odmówił tłumacząc, że jest zajęty cały czas. Zapropomował, żeby znaleźć kogoś wśród sąsiadów do badania. Sam potraktował moją wizytę ironicznie; R powiedziała, że nie ma czasu. Gdy powiedziałam, że może być inny dzień odpowiedziała „nie mam czasu na takie pierdoły”; Osoba powiedziała, że nie ma czasu zajmować się takimi bzdurami i odłożyła słuchawkę domofonu.</i>	23,7%

Zestawienie 2 (cd.)

1	2
Rozmówca tłumaczy swoją odmowę sprawowaniem opieki nad chorym, dzieckiem	2,6%
Rozmówca wyraża obawę odnośnie intencji ankietera: <i>Ja nie wiem czy Pani nie chce ode mnie jakiś pieniędzy; Ja nic od Pani nie kupię</i>	0,9%
Rozmówca odwołuje się do argumentu nie otrzymania listu zapowiedniego	2,6%
Rozmówca posługuje się argumentem braku obowiązku uczestnictwa w badaniach: <i>Przecież to nie jest przymusowe!</i>	1,3%
Rozmówca tłumaczy odmowę podeszłym wiekiem: <i>Mama jest starszym człowiekiem, nie zgodzi się; Ja jestem już stara i się na tym nie znam; Jestem stary, chory, nie chcę.</i>	3,9%
Rozmówca argumentuje odmowę tym, że brał już udział w badaniach; wskazuje na koszty uczestnictwa: <i>Ja już brałam udział w takiej ankiecie; Brałam wcześniej udział w badaniu i było nudno; Ankiety są długie, nie chcę brać udziału</i>	1,7%
Rozmówca tłumaczy odmowę niechęcią, obawą przed udostępnianiem swoich danych: <i>Trzeba chronić swoje dane; To nie jest ankieta anonimowa; Nie chce, żeby posługiwano się jego danymi</i>	1,7%
Odmawiając rozmówca wskazuje na swoje położenie materialne: <i>Ja za 36 lat pracy mam teraz 500 zł – co to jest?! Gówno. Nikt mi nie pomaga, to ja też tym chamom nie pomogę; Respondent jest niechętny wszelkim badaniom, gdyż sam korzysta z opieki społecznej i nie może dostać pracy</i>	0,9%
Rozmówca argumentuje odmowę negatywną oceną sytuacji w kraju: <i>Burdel jest taki i będzie. Szkoda na nich nerwów i słów!; Nie interesuję się życiem publicznym, mam negatywny stosunek do publicznych spraw!; Podarłem list. Jestem wściekły na to co się dzieje; W niczym mi to niepotrzebne, jakby podnieśli emerytury to tak; Pani bardzo negatywnie nastawiona do wizyty ankietera. Wyraziła opinię na temat prezydenta [...], nazywając go bandytą, który powinien odejść, bo jest źle.</i>	1,7%
Rozmówca informuje, że obcych osób nie wpuszcza do domu: <i>Nie wpuszczam obcych do domu; Ja nikomu nie otwieram drzwi</i>	1,3%
Rozmówca informuje o problemach osobistych, zdrowotnych: <i>Rozmówca płakał i powiedział, że nie chce mu się żyć; R płakał, powiedział, że jest po pogrzebie i nie chce żadnych wyjaśnień; Mam teraz problemy osobiste i nie chce mi się rozmawiać. Inny termin nie wchodzi w grę; Ja jestem chora, męża nie ma w domu, nie będziemy odpowiadać; Osoba wylosowana jako powód odmowy podała swój zły stan zdrowia, przebycie w ostatnim czasie 8 operacji</i>	3,5%
Rozmówca odwołuje się do argumentu braku własnych korzyści wynikających z uczestnictwa: <i>Co będę z tego miał?; Mnie to w niczym niepotrzebne, w niczym mi to nie pomoże</i>	1,7%
Rozmówca odwołuje się do argumentu osiągania korzyści przez realizatora badań: <i>Moim kosztem Uniwersytet nie będzie się bogacił!</i>	0,4%
Rozmówca argumentuje odmowę tym, że badania nie przyczyniają się do zmiany sytuacji: <i>To nic nie daje!; R nie wierzy w sens badań</i>	0,9%
Rozmówca argumentuje odmowę antypatią do ankieterów: <i>Mąż na pewno się nie zgodzi, nie cierpi ankieterów</i>	0,4%

Zestawienie 2 (cd.)

1	2
Rozmówca argumentuje odmowę nadmierną ilością propozycji składanych przez osoby chodzące po domach: <i>Ma dosyć domokrajców „i innych takich”;</i> <i>Jak powiedział „za dużo tu przychodzi tego wszystkiego”</i>	0,9%
Rozmówca mówi o problemach sytuacyjnych (nieporządek, zmęczenie): <i>Jestem zmęczony, brudny, głodny, nie chcę; Nieporządek w domu, śpiąca żona respondenta, zmęczenie</i>	0,9%
Inna sytuacja	0,9%
	n=232

Procenty nie sumują się do 100% (liczba wskazań przewyższa n). Kodowanie wielowątkowe nie obejmuje dwóch pierwszych typów reakcji.

Źródło: Opracowanie własne.

Jak pokazuje powyższe zestawienie niemal połowa odmawiających (wśród tych, którzy komunikat o odmowie przekazują werbalnie) nie kierunkuje swoich wypowiedzi poprzez umieszczenie w nich argumentacji tłumaczącej decyzję. Ze względu na możliwość działania ankietera są to więc przypadki niemal patowe, choć niewątpliwie jeszcze gorsze będą te, w których rozmówca zrywa interakcję zaprzestając kontaktu słownego – nagle odwiesza słuchawkę, zamyka drzwi, odchodzi od nich (*Kobieta odeszła od drzwi, przestała reagować na pytania; W momencie gdy usłyszała, że jestem studentką socjologii zatrzęsnęła drzwi; Gdy tylko powiedziałam o liście Pani trzasnęła słuchawką domofonu; Rozmówca nic nie powiedział odłożył słuchawkę*). Według zapisów ankietów przypadki takie stanowiły 13,3% wszystkich odmów, choć można wyrazić wątpliwość czy ich liczba była rzeczywiście tak duża, bowiem nie wszystkim skategoryzowanym zapisom towarzyszyły notatki (podobne do powyższych). Ostatecznie, wskazany procent można potraktować jako przybliżony szacunek ilości odmów *nieuprzejmych*. Odmowy *minimalistyczne*, obejmujące odmowy *nieuprzejme* oraz te, którym nie towarzyszyło zadanie pytania ani podanie powodu decyzji stanowiłyby około 57% wszystkich odmów⁵⁸.

Natomiast jeśli chodzi o respondentów (uczestników), to stwierdzenia (w trybie orzekającym) odnośnie realizowanego badania wypowiedziało niewiele, bo ponad 4%. Najczęściej miały one charakter negatywny, wskazywały na jakąś barierę i potencjalnie oddalały perspektywę uzyskania zgody na udział w badaniu. Respondenci przede wszystkim skarżyli się, że nie otrzymali listu zapowiadającego. Często wypowiadały się osoby starsze mówiąc: *powinno się pytać młodszych; jestem stary*

⁵⁸ Dla porównania skali, dane CBOS z 2002 roku mówią o tym, że 64% (średnia roczna) odmów w największych miastach stanowiły *odmowy wpuszczenia do mieszkania* (więcej na temat w podrozdziale 5.2.5).

i się na tym nie rozumiem; wpuszczanie obcych jest niebezpieczne. Incydentalnie pojawiały się stwierdzenia pozytywne takie jak: *badania są ważne; zawsze chętnie uczestniczę* (choć wcale to nie oznacza, że były to jedyne osoby entuzjastycznie nastawione do badań).

Jak widać materiał, który opisuje przebieg interakcji ankieterów z potencjalnymi respondentami, zbierany w celu zdobycia informacji o motywach jakie podmioty działania przypisują swoim decyzjom, nie przyniósł pełni oczekiwanych rezultatów i ma ograniczoną użyteczność przy rozwiązywaniu szerszej kwestii jaką jest problem czynników sprzyjających odmowom. Ujmując to swobodnie, można rzec, że materiał ten odsłonił kolejny wymiar niedostępności respondentów niedostępnych. Ostatecznie więc, główna korzyść jaka wynika z próby zrozumienia zjawiska odmów poprzez obserwację ich przebiegu, ustalenie dominującego „stylu” reakcji, to zbliżenie się do odpowiedzi na pytanie *jak?*, a nie *dlaczego?* Analiza form interakcji ujawnia jakie „chwyt” stosują odmawiający i tym samym wyjaśnia niepowodzenie ankieterów. Naturalnie, mechanizmem tym nie można objasnić wszystkich sytuacji, w których wywiad nie dochodzi do skutku.

*

W reakcji na niskie odsetki zwrotów realizatorzy badań szukają w pierwszym rzędzie błędów i niedociągnięć leżących po ich stronie – praktycznie oznacza to większe zainteresowanie postacią ankietera, którego zwykło się uważać za najsłabsze ogniwo procesu badawczego. Pomimo to, w literaturze zagranicznej trudno zetknąć się z hipotezą, iż to z powodu pogorszenia się jakości pracy ankieterów, dokonał się wzrost odmów. Co więcej, przytaczane wyżej wyniki badań wskazywałyby, że większą rolę w generowaniu ostatecznego efektu jakim jest zgoda bądź odmowa pełni przede wszystkim potencjalny respondent, a wpływ ankieterów na ten rezultat, aczkolwiek zauważalny, jest jednak mniejszy niż pierwotnie sądzono. Mimo tego, że ankieterzy różnią się między sobą stopniem doświadczenia, oczekiwaniami, umiejętnościami perswazyjnymi i osiągają zróżnicowane wyniki w zakresie skłaniania do kooperacji, to jak wskazują wyniki badań, słabo radzą sobie z przełamywaniem oporu respondentów. I choć z pewnością w ich pracy można wskazać na błędy to, jak się wydaje, problem nie jest umiejscowiony tylko po ich stronie.

Trzeba jednak powiedzieć, że prezentowane tu stanowisko, jeśli chodzi o ocenę wpływu ankietera na poziom dostępności respondentów, nie jest jedynym. Zdaniem Prof. P. Sztabińskiego: [...] *teza o niechęci społeczeństwa do udziału w badaniach nie jest prawdziwa, przynajmniej*

w Polsce. Odpowiedzialność za niski odsetek realizacji próby ponoszą przede wszystkim ankieterzy⁵⁹. Autor badań wskazuje, że źródłem niskich zwrotów jest niechęć ankieterów do powracania pod adresy, przy których nie ma pewności zrealizowania wywiadu. Na skutek tych praktyk, próba niezrealizowana zawiera redukowalne przypadki niedostępności – nieobecności i miękkie odmowy. Swoje wnioski autor opiera dodatkowo na wynikach ankiety rozesłanej do respondentów niedostępnych (odmawiających i nieobecnych). Z wypowiedzi osób, które odesłały wypełniony kwestionariusz wynika, że bardzo duża część powodów braku uczestnictwa związana jest brakiem czasu i nieobecnościami⁶⁰.

Być może przypuszczenia o pogorszeniu się jakości pracy ankieterskiej nie powinno się pochopnie eliminować, przynajmniej w odniesieniu do polskich realiów. Liczba przeprowadzanych badań bardzo się zwiększyła, co spowodowało większe zapotrzebowanie na pracę ankieterską. Prawdopodobnie zwiększył się także dystans między badaczami a ankieterami – stopień uczestnictwa ankieterów w procesie badawczym ograniczył się do wykonywania przez nich prac najemnych. Zjawiska te zaszły w stosunkowo krótkim czasie. Jednocześnie praca ankietera lokuje się nisko na skali prestiżu zawodów i zwykle nie wiąże się z wysokimi, ani stałymi zarobkami, czy możliwością awansu. Czynniki te mogą wydatnie sprzyjać obniżeniu motywacji i rzetelności pracy ankieterskiej. Moim zdaniem, zjawiska te nie wyczerpują jednak problemu. Choć inicjatywa zwiększenia szkoleń i kontroli nad przebiegiem fazy renowej jest z gruntu słuszna, to atrakcyjna teza, że głównym źródłem problemów jest ankieter nie znajduje większego potwierdzenia – umiejętności, w które realizatorzy badań wyposażają ankieterów są dziś pożytkowane na „nawracanie” odmawiających. Chodzi mi tym samym o wskazanie, że jeżeli nawet jakość pracy ankieterów uległa pogorszeniu, to racja ta stanowi komplementarne, a nie konkurencyjne wyjaśnienie dla argumentu zmian, które dokonały się po stronie potencjalnych respondentów. Stwierdzenie to, w odniesieniu do potencjalnych respondentów, staram się dodatkowo uzasadniać w kolejnych częściach pracy. Chcę jednocześnie zaznaczyć, że moja wypowiedź odnosi się jedynie do problemów stricte związanych z kooperacją – nie wykluczam natomiast, że winę za niską wartość współczynnika kontaktów, jeśli okres badania był wystarczająco długi, mogą w całości ponosić ankieterzy.

⁵⁹ P. B. Sztabiński, *Dlaczego...* op. cit., s. 26.

⁶⁰ Ibidem, s. 15, 25–26.

Rozdział 5

CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA POZIOM KOOPERACJĘ ZWIĄZANE Z OTOCZENIEM SPOŁECZNYM

Jak zakłada model kooperacji, interakcja w fazie aranżacji między ankierem a potencjalnym respondentem nie odbywa się w próżni, ale w szerszym kontekście społecznym, który kształtuje dyspozycje wylosowanych jednostek do reagowania w określony sposób. Oddziałuje także na ankierów – wpływa na ich nastawienia i oczekiwania wobec osób, które znalazły się w próbie. Do badania wpływu tego kontekstu wykorzystuje się analizy dynamiczne i statyczne, które prowadzi się w odniesieniu do jednego lub kilku terenów kulturowych.

W badaniach dynamicznych, oddziaływanie warunków kulturowych może się ujawnić przy zestawieniu krzywych kooperacji (lub odmów), odpowiadających sondażom podobnym ze względu na charakterystyki metodologiczne (tematyka, rodzaj agencji badawczej, technika doboru próby, rodzaj populacji itp.), ale różnym ze względu na teren kulturowy (zwykle kraj), na którym były prowadzone. Użytecznych informacji dostarczają także wyniki badań międzynarodowych, prowadzonych cyklicznie lub jednorazowo.

Analizy dynamiczne prowadzone w ramach jednego obszaru kulturowego będą miały na celu wskazanie konkretnych czynników sprzyjających spadkom i wzrostom odsetków kooperacji. Będą one uwzględniały rolę pojedynczych wydarzeń, a także zmieniających się warunków politycznych, ekonomicznych i społecznych. W analizach dynamicznych mogą być rozpatrywane nie tylko czynniki makrospołeczne – badacze uwzględniają także zmieniające się w czasie warunki występujące na małych obszarach (np. terenach wyznaczonych jako jednostki losowania I stopnia). Jednakże, poszukiwanie czynników wpływających na wartość odsetka kooperacji wśród charakterystyk miejsca zamieszkania potencjalnego respondenta oraz zbiorowości, w której funkcjonuje będzie przede wszystkim domeną podejścia statycznego. Rozpatrywanymi

własnościami obszaru będą poziom urbanizacji, gęstość zaludnienia, poziom zagrożenia przestępczością; natomiast zmiennymi odnoszącymi się do zbiorowości będą wskaźniki więzi społecznej i wspólnotowości. Warto przy okazji wyeksponować problem metodologiczny, który wiąże się ze stosowaniem analiz ekologicznych, na których oparte są te badania.

Jak pokazuję w wielu miejscach pracy, istnieje znaczny niedostatek wiedzy o cechach respondentów niedostępnych. Uzyskanie informacji o tej grupie jest w wielu sytuacjach niemożliwe albo bardzo utrudnione. Metody zdobywania tych informacji mają poważne wady, co powoduje, że nabyta wiedza jest mało pewna i/lub poznawczo ograniczona (obejmuje kilka charakterystyk demograficznych). Wydaje się, że właśnie te okoliczności w dużym stopniu przyczyniły się do poszukiwania determinantów zachowań na wyższym (niż jednostka) poziomie agregacji. Sytuacja, o której mówi W. Robinson¹ – *korelacje ekologiczne stosuje się po prostu dlatego, że korelacji między własnościami jednostek ustalić nie można* – doskonale pasuje do położenia badacza zajmującego się problematyką respondentów niedostępnych. Biorąc pierwszy przykład z brzegu – zamiast zależności między reakcją na prośbę o wywiad a poczuciem zagrożenia przestępczością, badacz musi zadowolić się korelacją między odsetkiem kooperacji a odsetkiem przestępczości na obszarach (względnie odsetkiem osób odczuwających takie zagrożenie – o ile dysponuje danymi). Jak jednak argumentują metodologowie, w tym W. Robinson, wnioskowanie o cechach jednostek na podstawie obserwacji grup jest ryzykowne² – z korelacji między odsetkiem kooperacji a poziomem przestępczości nie wynika, że odmawiający to osoby, które obawiają się doznania krzywdy fizycznej czy szkody finansowej. Jak pisze E. Babbie – *pomimo tych niebezpieczeństw przedstawiciele nauk społecznych często nie mają wyboru i muszą odnieść się do konkretnego pytania badawczego przez analizę ekologiczną*³. Mocno rygorystyczna postawa, przejawiająca się w zaniechaniu analiz ekologicznych spowodowałaby znaczny brak postępu jeśli chodzi o ustalenia dotyczące *możliwych* przyczyn powstawania odmów. Uwaga ta szcze-

¹ W.S. Robinson, *Korelacje ekologiczne a zachowania jednostek*, [w:] A. Sulek, *Logika analizy socjologicznej. Wybór tekstów*, WUW, Warszawa 1979, s. 90–91.

² W.S. Robinson, op. cit.; H. Menzel, *Komentarz do artykułu „Korelacje ekologiczne a zachowania jednostek”*, [w:] A. Sulek, *Logika analizy socjologicznej...* op. cit.; J. Galtung, *Theory and methods of social research*, George Allen & Unwin LTD, London, 1967, s. 45–48.

³ E. Babbie, op. cit., s. 120.

gólnie stosuje się do badań o charakterze dynamicznym (opierających się na materiałach historycznych) – bez analiz ekologicznych niemożliwe byłoby rzucenie światła na *prawdopodobne* mechanizmy, które stoją za niepokojącym i jednocześnie wymagającym wyjaśnienia zjawiskiem, jakim jest długofalowy trend wzrostu odmów w badaniach sondażowych.

Kolejny problem znowu dotyka zagadnień natury metodologicznej i powstaje wtedy, gdy wartości zmiennych niezależnych zdobywa się na drodze pomiaru sondażowego. Jest to kwestia dość zasadnicza, ponieważ dotyczy wskazania warunków potwierdzenia hipotezy. Bezkrytyczny sposób podchodzenia do danych sondażowych (uzyskanych od respondentów) wiąże się z założeniem, że mają one status reprezentatywności, tak jak inne dane oparte na „zewnętrznych” (nie-sondażowych) źródłach (np. stopa bezrobocia mierzona liczbą zarejestrowanych bezrobotnych). Krytyczny ogląd polega na poddaniu w wątpliwość tego założenia i wskazaniu, że dane te mogą być obciążone błędem systematycznym właśnie na skutek wystąpienia jednostek niedostępnych. Problem z operacjonalizacją ilustruje przykład hipotezy mówiącej o spadku kooperacji z powodu wzrostu lęku przed przestępczością. Przyjęcie założenia o reprezentatywności danych sondażowych będzie najogólniej rzecz ujmując prowadzić do sformułowania takich warunków konfirmacji hipotezy, w których spadkowi kooperacji będzie towarzyszyć proporcjonalny do niego wzrost poczucia zagrożenia przestępczością. Podważenie tego założenia będzie z kolei prowadzić do sformułowania takich warunków konfirmacji hipotezy, w których spadkowi kooperacji będzie towarzyszyć stały poziom poczucia zagrożenia przestępczością – skoro osoby, które czują się zagrożone nie uczestniczą w badaniach to w próbie zostają ci „odważni”. Z podobnym przypadkiem, ale odnoszącym się do innego problemu, zetknął się Burden, który zaobserwował, że spadkowi odsetka realizacji towarzyszył znacznie wolniejszy spadek odsetka deklarowanej frekwencji wyborczej⁴.

Pomocą w rozwiązaniu tego dylematu jest przypomnienie, że wyniki danych sondażowych są poddawane zabiegowi ważenia, który ma skorygować zachwianie reprezentatywności. Na takim założeniu *implicit*e bazowali Kojetin, Tucker i Cashman, którzy tego problemu nie podnieśli, a do wartości danych sondażowych podchodzili w sposób

⁴ Por. podrozdział 6.3.

nazwany tu bezkrytycznym. Takie też założenie przyjmuję na potrzeby dalszych analiz.

Pierwszym krokiem w kierunku wyjaśnienia zjawiska musi być próba jego opisu. W tym przypadku chodzi o weryfikację powszechnie podzielanej w środowisku badaczy opinii o spadających systematycznie odsetkach realizowalności prób, głównie z powodu wzrostu odmów. Zestawienia mają też ujawnić potencjalne oddziaływanie kontekstu kulturowego występującego w poszczególnych krajach.

5.1. Odmowy udziału w badaniach – skala zjawiska i trendy

5.1.1. Zjawisko odmów w Stanach Zjednoczonych

W odniesieniu do badań sondażowych prowadzonych w Stanach Zjednoczonych, diagnozę o spadających od dłuższego czasu odsetkach realizacji postawił w 1992 roku Norman Brudburn, którego wypowiedź, jako prezesa AAPOR, niesłuchanie podkreśliła wagę problemu⁵. Znamienne jest uogólnienie, sformułowane przez J. Brehma, że współczynniki realizacji dla wszystkich sondaży – akademickich, rządowych, rynkowych – spadają od lat pięćdziesiątych. Za zjawiskiem tym *nie* stoją trudności w nawiązaniu kontaktu z respondentami – z tym komponentem niedostępności badacze radzą sobie coraz lepiej. Narastające problemy z realizacją wynikają ze wzrostu odsetków odmów⁶.

Wyniki sondażu przeprowadzonego przez NORC na przełomie 1993 i 1994 roku wśród przedstawicieli amerykańskich firm badawczych pokazują, że zjawisko odmów jest największym problemem dla 43% z nich⁷.

Nie ujmując zawczasu słuszności tej powszechnej opinii, która wszak opiera się na obserwacji rynku badań, trzeba przyznać, że podjęte próby bardziej systematycznego oglądu sytuacji nie prowadzą do tak prostych i daleko pesymistycznych wniosków. Niemniej trzeba powie-

⁵ N. Bradburn, *Presidential address: A response to the nonresponse problem*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 56, 1992, s. 392.

⁶ J. Brehm, *Stubbing our toes for foot in the door? Prior contact, incentives, and survey response*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 6, no. 1, 1994, s. 45.

⁷ T.W. Smith, *Trends in non-response rates*, [w:] (ed.) D. de Vaus, op. cit., vol. 4, s. 142–143 (przedruk z: „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 7, no. 2, 1995).

dzieć, że prowadzone w tym kierunku badania opierają się na dość ograniczonym zasobie materiałów – informacje, które są dostępne, dotyczą przede wszystkim „sondaży – okrętów flagowych” realizowanych przez rządowe i akademickie ośrodki badawcze⁸.

W przypadku krzywej obrazującej odsetek odmów w okresie 1955–1990 dla rządowego *Current Population Survey*, obserwuje się tendencję wzrostową, jednakże zmiana ta dotyczy wąskiego przedziału wartości – na początku badanego okresu wartość współczynnika nie przekraczała ona 1%, a na jego końcu nie osiągnęła 3%. Podobny przebieg krzywej obserwuje się w okresie 1970–1990 dla *National Health Interview Survey*. Przebiegająca niemal poziomo, oscylująca wokół 2%, krzywa charakteryzuje odsetki odmów w okresie 1975–1990 uzyskane w *National Crime Survey*. W przypadku *Consumer Expenditure Survey* odsetki te są już znacznie wyższe – w badanym okresie 1979–1990 mieściły się w przedziale ok. 7–11%, ale od połowy lat '80 utrzymują się konsekwentnie na jednym poziomie, wyznaczonym przez górną wartość⁹.

Badania prowadzone przez ośrodki akademickie charakteryzują generalnie wyższe wartości *refusal rate*, niż te odnotowywane przez agencje rządowe. Ilustrują to dane dla *National Election Studies (NES)* oraz *Survey of Consumer Attitudes (SCA)* – obydwie realizowane przez *Survey Research Center at the University of Michigan (SRC)*; a także dane dla *General Social Survey (GSS)* przeprowadzanego przez *National Opinion Research Center at the University of Chicago (NORC)*.

Porównywanie wyników utrudnia fakt dokonywania pomiarów w okresach, które nie pokrywają się w pełni, niemniej otrzymane rezultaty wydają się być zbliżone. Dane dla *NES* i *SCA*, analizowane w dwóch podokresach, pokazują skok wartości odsetka odmów o około 10 punktów procentowych (tabela 1). Trzeba jednak dodać, że po roku 1980 tendencja wzrostowa tego trendu, tak dla *NES* jak i *SCA*, uległa wyhamowaniu¹⁰. Dość podobna obserwacja pojawia się w wyniku analizy przebiegu krzywej dla *GSS* w latach 1975–1993, gdyż w jej przypadku nie wykształcił się liniowy trend, a niewielkie fluktuacje występowały w obu kierunkach (dane nie prezentowane)¹¹.

⁸ R. Groves, M.P. Couper, *Nonresponse in...* op. cit. s. 158.

⁹ Por. ibidem, s. 160–162.

¹⁰ Por. C. Steeh, N. Kirgis, B. Cannon, J. de Witt, op. cit., s. 233–234

¹¹ T.W. Smith, *Trends in non-response rates*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, Sage Publications, London, vol. 4, 2002, s. 146

Tabela 1

Średnie współczynnika odmów dla NES, SCA oraz GSS

NES	
1952–1978	12,3%
1980–1992	21,7%
SCA	
1953–1976	10,1%
1980–1999	20,6%
GSS	
1975–1993	18,7%

Źródło: C. Steeh, *Trends in nonresponse rates, 1952–1979*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45, 1981, s. 46; opracowanie własne na podstawie P. Luevano, *Response rates in National Election Studies, 1948–1992*, [w:] NES Technical Report #44, 1994, Ann Arbor: Center for Political Studies, s. 1, tabela 1; C. Steeh, N. Kirgis, B. Cannon, J. de Witt, *Are they really as bad as they seem? Nonresponse rates at the end of the twentieth century*, „Journal of Official Statistics”, vol. 17, No. 2, 2001, s. 232; T.W. Smith, *Trends in non-response rates*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, Sage Publications, London, vol. 4, 2002, s. 146.

Stosunkowo najmniej wgląd w uzyskiwane wartości odsetków odmów istnieje w przypadku sondaży realizowanych przez komercyjne agencje badawcze (posługujące się głównie wywiadami telefonicznymi), jakkolwiek zasadnie podejrzewa się, że tu zjawisko odmów przybiera największy rozmiar. Wskazują na to chociażby wyniki badań F. Wisemana i P. McDonalda z 1978 roku¹². Organizacją, która zajmuje się od pewnego czasu śledzeniem trendów w niedostępności respondentów w telefonicznych badaniach komercyjnych jest *Council for Marketing and Opinion Research (CMOR)*, który zbiera informacje od własnych firm członkowskich oraz zrzeszonych w CASRO. Zgodnie ze wstępnymi wynikami średnia odmów w 1995 roku wyniosła 58% i tendencja wzrostowa utrzymuje się¹³.

¹² Podrozdział 3.1.

¹³ CMOR, *Respondent Cooperation Audit. Preliminary Results*, 1997, www.cmor.org/pdf/1997refrate.Pdf, grudzień 2005; CMOR, *2000 Respondent Satisfaction Measurement, Topline summary*, 2000, www.cmor.org/downloads/resp-studies/2000resp2p.pdf, grudzień 2005.

5.1.2. Zjawisko odmów w krajach europejskich

W Europie doniesienia o trendach w niedostępności pochodzą przede wszystkim z Holandii – kraju, który uchodzi za jeden z najtrudniejszych przypadków na tle pozostałych krajów europejskich, jeżeli chodzi o poziom realizacji badań. Dane dotyczące współczynnika odmów na przestrzeni 1974–1991 dla sondażu dotyczącego warunków życia wskazują na wyraźny trend zwyżkowy (z 17% na 35%). Dane dla *Health Survey*, obejmujące okres 1982–1991 pokazują podobną tendencję (wzrost z 24% na 30%). Należy jednak dodać, że prawidłowość ta dotyczy tylko sondaży realizowanych techniką wywiadu *f-t-f*. W sondażu mierzącym nastroje konsumenckie oraz *National Travel Survey*, po zmianie techniki zdobywania informacji na wywiad telefoniczny, odnotowano znaczny spadek odmów, który utrzymał się w czasie – pod koniec badanego okresu (1991) wynosił on 19% dla *Consumer Sentiments Survey*, a dla *National Travel Survey* 12%¹⁴. Zmiana techniki przyniosła korzystny efekt – jest to obserwacja niezgodna z doświadczeniami badaczy amerykańskich, o czym pisano w rozdziale III.

Niemniej, współczynnik realizacji na poziomie 60% jest uważany za typowy dla wszystkich instytutów badawczych w Holandii¹⁵. Powszechnie ocenia się, że wyższy wynik generalnie trudno jest uzyskać¹⁶. Próby wznawiania kontaktów z odmawiającymi w celu ich „nawrócenia” nie są generalnie stosowane w Holandii, ponieważ wytworzył się tu klimat mało sprzyjający surveyom – stały się one czułym, drażliwym punktem obywateli Holandii („*sensitive*” *survey climate*). Przypuszcza się, że jest to konsekwencją swoistego przeciążenia badaniami (*survey burden*), wynikającego z ogromnej ilości prowadzonych tu sondaży (i działalności typu tele--markteing). Ważny w tym kontekście jest także fakt, że na początku lat ’80 w Holandii miała miejsce publiczna debata, w której podniesiono problem prywatności¹⁷ (wątek ten znajdzie kontynuację w dalszej części rozdziału).

¹⁴ W.F. de Heer, A.Z. Israëls, op. cit., s. 97–98.

¹⁵ W. de Heer, G. Moritz, op. cit., s. II-C/6.

¹⁶ W. de Heer, *International response trends: results of an international survey*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 2, 1999, s. 131.

¹⁷ W. de Heer, G. Moritz, op. cit., s. II-C/9.

5.1.3. *International Survey on Nonresponse*

W 1990 roku podjęto inicjatywę *International Workshops on Household Survey Nonresponse*, której celem była wymiana doświadczeń między badaczami z różnych krajów, a także praca nad wyłonieniem z dostępnych, istniejących materiałów, takiego zestawu danych dotyczących niedostępności, który pozwoliłby na dokonywanie porównań wzdłuż czasowych dla różnych krajów. W tym celu przeprowadzono *International Survey on Nonresponse*, w którym zbierano wśród rządowych agencji badawczych szczegółowe informacje na temat prowadzonych przez nich badań. Na bazie uzyskanego materiału ustalono, że podstawę do porównań międzynarodowych mogą stanowić jedynie *Labor Force Surveys* (badania siły roboczej) oraz *Budget Surveys (Expenditure Surveys)* (badania budżetów gospodarstw domowych)¹⁸. Tutaj ograniczę się jedynie do przedstawienia wyników dla *Labor Force Survey*, ponieważ w stosunku do tego typu badań udało się zgromadzić obszerniejszy materiał.

Pierwszą obserwacją, dotyczącą niemal wszystkich państw, jest relatywnie wysoki odsetek odpowiedzi (*response rate*). Jakkolwiek nie dla wszystkich krajów dysponujemy pełną serią danych dla całości okresu 1983–1997, odsetek równy bądź większy od 90% występował na przestrzeni badanego okresu dla państw: Australia, Kanada, Francja, Irlandia, USA, Polska oraz na terenach byłych Niemiec Wschodnich i Zachodnich. Analiza wyników nie pozwala na sformułowanie generalizacji o spadku współczynnika. Taką wyraźną tendencję widać jedynie w przypadku Danii, Finlandii, Szwecji i przede wszystkim Holandii, gdzie spadek był największy, a w 1997 roku zrealizowano tu zaledwie ponad połowę próby. Mniejszy spadek odnotowujemy w Polsce. Tymczasem w wielu krajach *response rate* utrzymuje się na stałym poziomie, tak jak w Hiszpanii, Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Australii, terenach byłych Niemiec Zachodnich i Wschodnich, Słowenii, Francji i na Węgrzech. Nie ukiepunkowane, niewielkie zmiany obserwuje się w przypadku Irlandii. Podobnie rzecz się ma w Belgii, gdzie ostrożnie formułując prognozę, odsetek realizacji przybiera postać trendu zwykłego¹⁹.

Natomiast analiza odsetka odmów, przy mniejszej niż poprzednio liczbie danych, dostarcza informacji o stałej, mimo upływu czasu, war-

¹⁸ W. de Heer, op. cit., s. 130–131; W. de Heer, G. Moritz, op. cit., s. II-C/5i6.

¹⁹ W. de Heer, op. cit., s. 132–133.

tości współczynnika dla części krajów, lub też wskazuje na pewną zmienność, niekoniecznie ukierunkowaną, natomiast mieszczącą się w relatywnie wąskim przedziale wartości. Inna sprawa, że między krajami są istotne różnice – najwięcej odmów odnotowano w Holandii (między 26–28%). Dość wysoka wartość współczynnika odmów występuje także w Wielkiej Brytanii (między 9–15%), a dalej w Danii (powyżej 8%), Słowenii (średnio między 5–8%), na Węgrzech (średnio między 4–7%). W przypadku Wielkiej Brytanii, współczynnik charakteryzuje się największą zmiennością, jednak w badanym okresie czasu trudno wychwycić wyraźną tendencję w jego zachowaniu. Kraje o najmniejszym odsetku odmów (między 1–2%) to Australia, Belgia i Kanada. Pozostałe państwa mieszczą się w przedziale (2–5%)²⁰.

Dokładniejsza analiza metod i praktyk stosowanych przez ośrodki badawcze wskazuje na bardzo duże różnice między krajami²¹. W konsekwencji dyskusje na temat obserwowanych różnic we współczynnikach kieruje się na płaszczyznę metodologiczną, natomiast takie czynniki jak społeczne przyzwolenie i klimat wokół sondaży zostawiane są siłą rzeczy na dalszym planie. Wydaje się oczywiste, że współczynnik realizacji w największym stopniu będzie uzależniony od prawnie uregulowanej zasady partycypacji w badaniach – udział dobrowolny vs. obowiązkowy. Ten ostatni, w przypadku *Labor Force Survey*, jest nałożony na obywateli Australii, Belgii²², Kanady, Francji, Niemiec, Hiszpanii.

Trzeba też nadmienić, że stosuje się różne techniki zbierania materiałów – w Finlandii i Szwecji przeprowadza się telefoniczne wywiady, w pozostałych wywiady *f-t-f* bądź *CAPI* (*computer assisted personal interview*). Respondentom poszczególnych krajów nie proponuje się zadań o tym samym stopniu uciążliwości – w Belgii i Holandii badanie ma charakter jednorazowy (*cross sectional survey*), w pozostałych krajach realizuje się badania panelowe²³. Różne praktyki są stosowane wobec odmawiających – tylko w Holandii i Hiszpanii nie podejmuje się prób „nawrócenia” (*refusal conversion*) czyli skłonienia do podjęcia roli respondenta w dodatkowej wizycie. Nie ma jednolitej strategii odnośnie liczby wymaganych prób kontaktu (niska w Belgii, Irlandii i Holandii).

²⁰ W. de Heer, op. cit., s. 134–135.

²¹ brak danych dla Danii, Polski, Węgier, Słowenii, i w dużym procencie – Niemiec.

²² Mimo obowiązku uczestnictwa w *LFS* nie przewiduje się sankcji wobec odmawiających. Faktem tym próbuje się tłumaczyć stosunkowo niski odsetek realizacji (por. W.F. de Heer, A.Z. Israëls, op. cit., s. 94.

²³ Podane współczynniki zawsze jednak dotyczą pierwszej fali panelu.

Z kolei w Belgii i Hiszpanii stosuje się rezerwę wobec przypadków nie skontaktowania się z członkiem gospodarstwa domowego. I w końcu – ośrodki badawcze prowadzą różną politykę w zatrudnianiu i wynagradzaniu ankietników²⁴.

Nadmienić warto, że odsetki realizacji dla drugiego typu sondażu (badanie budżetów domowych) analizowanego w ramach *International Workshops on Household Survey Nonresponse* są już wyraźnie niższe. Efekt ten generalnie tłumaczy się wpływem tematyki badań na wartość współczynnika realizacji. Jednocześnie obserwowane spadki są dużo większe, niemniej konsekwentnych tendencji spadkowych zwykle nie obserwuje się (przedziały: dla Węgier 82–54%; dla Polski 74–58%; Wielkiej Brytanii 87–69%; Stanów Zjednoczonych 87–69%). Wskazać też trzeba na wyjątkowo niskie wartości współczynnika realizacji dla Belgii (między 12–30%)²⁵ i Holandii (25%). W Australii, z której pochodzi tylko jeden pomiar, otrzymano wynik 57% (trzeci najniższy na tle innych krajów w tym typie badań)²⁶.

5.1.4. Doniesienia o odsetkach odmów z badań międzynarodowych

Warto wziąć pod uwagę wyniki *World Fertility Survey*, międzynarodowego badania (raport z 1984 roku), którym objęto 42 państwa (przede wszystkim słabo rozwinięte). Jakkolwiek we wszystkich krajach uzyskano bardzo wysokie odsetki realizacji (poza dwoma przypadkami sięgały one powyżej 90%) oraz bardzo niskie (najczęściej nie przekraczające 1%) odsetki odmów – pewne różnice między krajami są dostrzegalne, przy czym wydają się one być w dużej mierze pochodną stopnia rozwoju gospodarczego²⁷.

Źródłem ważnych informacji odnośnie odsetka realizacji prób jest Europejski Sondaż Społeczny (*European Social Survey*) (ESS).

²⁴ W. de Heer, op. cit., s. 136–139.

²⁵ Tak niski odsetek realizacji w Belgii można próbować wyjaśnić faktem, że udział w badaniach budżetu nie jest obowiązkowy (w odróżnieniu od *LFS*). Istotniejsze wszakże wydaje się zadanie, jakie przewidział badacz dla respondenta – zapis wszystkich wpływów i wydatków miesięcznych prowadzonych metodą dzienniczkową przez rok czasu. Wyjątkowo obciążające zadanie nie zostało zrekompensowane przez wynagrodzenie przewidziane przez badacza, W. de Heer, A.Z. Israëls, op. cit., s. 94–95.

²⁶ W. de Heer, op. cit., s. 134–136.

²⁷ R.M. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 152–153.

Porównując wyniki trzeba mieć jednak na względzie istnienie pewnych czynników różnicujących ogólny projekt i przebieg badania w poszczególnych krajach. Są to między innymi: rodzaj instytucji przeprowadzającej badanie (komercyjne, akademickie, statystyczne, organizacje non-profit)²⁸; rodzaj próby i procedura selekcji respondenta, procent doświadczonych ankierów w ekipie, użycie listu zapowiadnego, minimalna liczba wizyt w przypadku nie nawiązania kontaktu, podejmowanie prób „nawrócenia” odmawiających a także procent obejmowanych procedurą konwersji²⁹.

W inicjatywie *European Social Survey*, jednym z przedmiotów badań jest zjawisko niedostępności respondentów. W sposób ujednolicony zbierane są drobiazgowo informacje o okolicznościach wszystkich wizyt ankietera dla każdej wylosowanej jednostki. Rekomendowane jest stosowanie technik mających maksymalnie podnieść poziom realizacji³⁰.

Podstawą wszystkich prezentowanych odsetków jest liczba wylosowanych do próby jednostek należących do populacji (*eligible*)³¹. Wyniki przedstawia tabela 2.

Wśród krajów, które uczestniczyły we wszystkich trzech edycjach badania, ogólny wymóg uzyskania współczynnika realizacji powyżej 70%³² spełniła jedynie Polska, niemniej najwyższe wartości *response rate* osiągała, uczestnicząca w dwukrotnie w projekcie, Grecja. Oscylujące wokół pożądanej wartości kraje, to: Finlandia, Portugalia, Słowenia i Słowacja. Najniższe odsetki – nie przekraczające progu 55%, konsekwentnie relacjonowane na przestrzeni trzech rund badania dotyczą: Szwajcarii, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Luksemburga.

²⁸ M. Philippens, A. Koch, *Understanding and combating nonresponse*, Bruksela, 2003, s. 4 <http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/publicity/274>, lipiec 2005.

²⁹ M. Philippens, J. Billiet, G. Loosveldt, I. Stoop, K. Achim, *Non-response and fieldwork efforts in the ESS: Results from the analysis of call record data*, s. 17, 27 http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/methodology/nonresponse_fieldwork_efforts.doc, lipiec 2005.

³⁰ *Specification for participating countries, Round 2*, s. 11; http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/proj_spec/round_2/r2_spec_participating_countries.doc, lipiec 2005.

Field Procedures in the European Social Survey: Enhancing Response Rate, http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/fieldwork/response_enhancement_round_2.doc, lipiec.

³¹ M. Philippens, J. Billiet, *Monitoring and Evaluating Non-response Issues and Fieldwork Efforts in the European Social Survey. Results of the analysis of contact form data*, http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/methodology/monitoring_evaluating_non_response.doc, s. 6, lipiec 2005.

³² M. Philippens, J. Billiet, op. cit., s. 4.

Tabela 2

Wartości współczynników realizacji dla poszczególnych krajów w trzech rundach
Europejskiego Sondażu Społecznego^{a)}

	Odsetek odpowiedzi			Odsetek nieobecności			Odsetek odmów		
	2002	2004	2006	2002	2004	2006	2002	2004	2006
Austria	60,4	62,4		10,1	6,9		27	29,7	
Belgia	58,4	61,2	61,01	4,5	3,5	2,88	25,2	26,4	24,09
Bułgaria			64,75			2,68			26,13
Cypr			67,28			2,16			4,19
Czechy	43,3	55,3		11,6	10,9		20	11,1	
Dania	68,4	64,2	50,78	4,6	4,9	3,34	23	24,6	37,85
Estonia		79,1			3,4			11,3	
Finlandia	73,3	70,7	64,36	2,9	2,1	2,68	20,8	22,7	23,18
Francja	0	43,6	46	14,7	8,6	6,62	38,5	39,3	40,6
Grecja	79,5	78,8		1,7	3,6		16,9	16,5	
Hiszpania	51,5	54,9	66,24	7,6	7,1	3,28	33,9	25,1	21,72
Holandia	67,8	64,3	59,80	2,5	2,7	2,6	26,2	29,1	33,3
Irlandia	64,4	62,0		8,1	10,6		22,9	21,6	
Luksemburg	42,6	50,1		6,7	7,1		36,5	34,8	
Niemcy	51,7	51,0	52,94	5,7	7,0	5,01	28,2	32,8	25,42
Norwegia	65	66,2	64,35	3	1,7	0,77	24,2	25,9	25,86
Polska	72,1	73,7	70,09	0,8	0,9	1,26	19,6	19,1	16,32
Portugalia	68,8	71,3	72,69	3,2	2,7	3,77	26,9	18,2	20,96
Rosja			69,49			4,96			23,87
Słowacja		62,7	73,19		5,90	3,85		22,70	14,75
Słowenia	70,5	70,2	64,85	5,1	10,2	2,86	17,3	15,3	15,88
Szwajcaria	32,5	48,5	50,01	3,8	2,1	2,22	51,2	44,0	40,74
Szwecja	69	65,4	65,53	4	2,4	2,04	21	22,0	22,9
Ukraina		66,6			6,3			16,1	
Węgry	69,3	66,6	65,97	3,1	5,7	2,92	14,9	15,0	26,41
Wielka Brytania	55	50,6	52,09	3,5	7,9	7,16	30,6	33,2	26,67

^{a)} Z tej racji, że tabela ma dać ogólny wgląd w występujące tendencje, zrezygnowano z podawania drobiazgowych informacji w zakresie źródeł danych (ankieta do ankietera, kwestionariusz skierowany do koordynatorów zawierający żądanie podania zagregowanych danych itp.).

Na podstawie: K. Symonos, H. Matsuo, K. Beullens, J. Billiet, *Response based quality assessment in the ESS – round 3. An update for 19 countries*, Center of Sociological Reserch, Leuven, 2008, tabela A2, s. 50, 51, <http://ess.nsd.uib.no/>, grudzień 2008.

Szczególną uwagę zwracają relatywnie wysokie odsetki odmów, obserwowane dla wszystkich państw-uczestników badania. Najniższe (poniżej 20%) obserwuje się przede wszystkim dla państw, którym udało się przekroczyć wymagany próg 70% realizacji (Grecja, Polska, Sło-

wenia). Najwięcej odmów odnotowano we Francji, Luksemburgu i przede wszystkim Szwajcarii. Podczas pierwszej edycji, w tym ostatnim kraju skuteczność powtórnych wizyt nakłaniających do kooperacji wyniosła około 6%, chociaż próbę „nawracania” podjęto w stosunku do 90% niechętnych. W tym czasie, efektywność wysiłków w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii była nieco wyższa – odpowiednio 12% i 14%³³. Natomiast pozytywnie zaskoczył wynik Holandii, w stosunku do której, podobnie jak i Szwajcarii, przewidywano niską wartość response rate³⁴. Zastosowanie konwersji odmów w pierwszej rundzie, pozwoliło uzyskać wywiad aż od 40% objętych tą procedurą, co w konsekwencji spowodowało wzrost odsetka realizacji z poziomu 51,8 do 67,8%³⁵, niemniej tych efektów nie udało się utrzymać w kolejnych edycjach.

Znaczące różnice między poszczególnymi krajami sugerują wpływ czynników makrospołecznych, jednak obserwacja skoków wartości współczynników na przestrzeni krótkich okresów czasu jest zastanawiająca i kieruje uwagę raczej na praktyki terenowe i jakość pracy ankietatorów. Podobną uwagę zgłasza P.B. Sztabiński pisząc (bezpośrednio w odniesieniu do Czech i Szwajcarii), że trudno założyć aby na przestrzeni krótkiego okresu czasu zaszło coś, co mogłoby radykalnie zmienić stosunek społeczeństwa do badań³⁶.

Podsumowując, mimo, że pewien zasób informacji udało się zebrać, przedstawiają one dość wycinkowy, czasami mało spójny obraz. Liczba relacji z poszczególnych krajów jest niewspółmierna. Pewne prawidłowości są jednak obserwowalne – istnieje grupa państw, w których konsekwentnie obserwuje się poważne trudności w realizacji sondaży (o ile udział w nich jest dobrowolny). Warto zwrócić uwagę, że są to najczęściej te kraje, w których wystąpiły protesty przeciwko spisom powszechnym³⁷.

Wracając do drugiego problemu, omawianego w tym fragmencie, należy podkreślić niedobór materiałów, utrudniający możliwość weryfikacji twierdzenia o systematycznie spadających odsetkach realizacji we wszystkich badaniach surveyowych. W Europie inicjatywa systematycznego gromadzenia danych w zakresie współczynników realizacji

³³ M. Philippens, J. Billiet, G. Loosveldt, I. Stoop, K. Achim, op. cit., s. 16–18.

³⁴ M. Philippens, J. Billiet, op. cit., s. 4.

³⁵ M. Philippens, J. Billiet, G. Loosveldt, I. Stoop, K. Achim, op. cit., s. 18–19.

³⁶ P.B. Sztabiński, *Dlaczego ...* op. cit., s. 27.

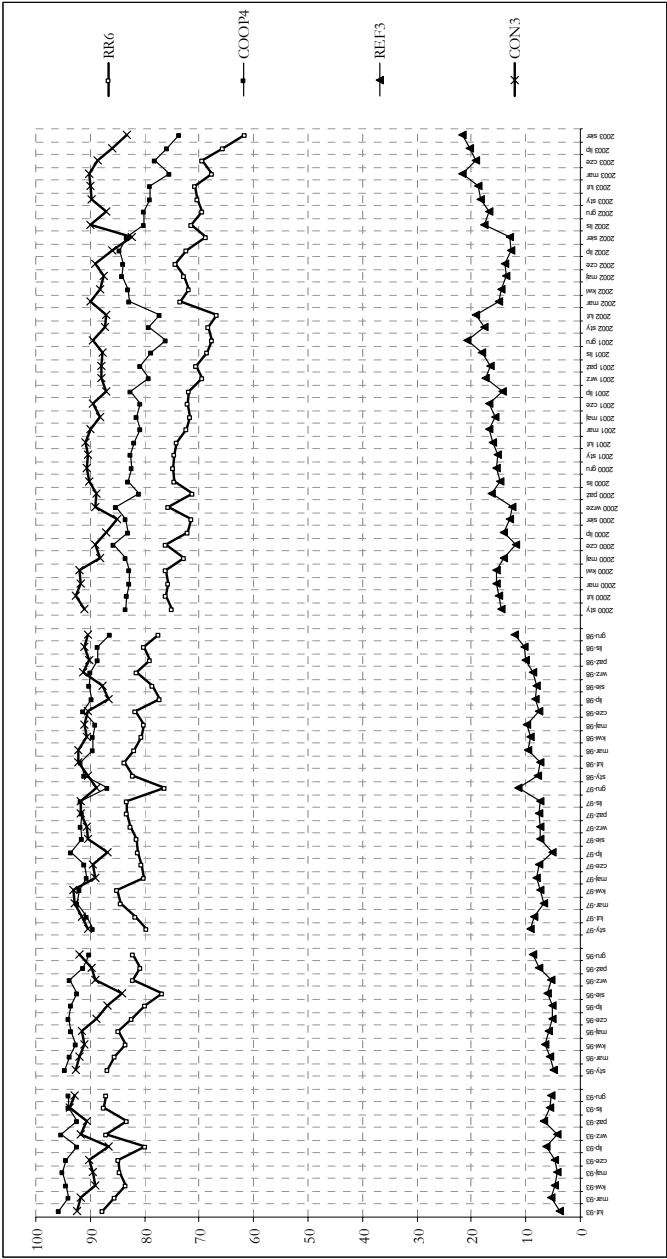
³⁷ Zjawisko protestów przeciwko spisom przedstawiam szerzej w podrozdziale 5.3.4.

próby została podjęta dość późno. Dostępne dane pokazują, że długofalowe spadki dotyczyły tylko części krzywych. W interpretacji należy jednak zachować ostrożność, gdyż nie wiadomo czy wszystkie zmiany w stosowanej procedurze i wysiłki podjęte w kierunku zwiększenia poziomu realizacji zostały wystarczająco udokumentowane. Gdyby jednak nie podchodzić zbyt restrykcyjnie do postawionego problemu, na podstawie dostarczonego materiału, można co najmniej wysunąć wniosek o istniejących obecnie poważnych trudnościach w uzyskaniu wysokiego poziomu realizacji w badaniach surveyowych, choć mogą być one mniejsze lub większe w zależności od instytucji badawczej i kraju, w którym badanie jest przeprowadzane. Zwiększające się zainteresowanie problematyką niedostępności, owocujące nowymi inicjatywami badawczymi koncentrującymi się na tym zagadnieniu, liczba technik aplikowanych dla zwiększenia odsetka realizacji mogą być także potraktowane jako wskaźniki narastających trudności w pozyskiwaniu respondentów³⁸.

5.2. Zjawisko niedostępności respondentów w Polsce na przykładzie badań CBOS

Przedmiotem analiz są uzyskiwane odsetki realizacji na przestrzeni 1993–2003 w badaniach CBOS *Aktualne problemy i wydarzenia*. Uszeregowane czasowo kolejne pomiary dla czterech wybranych do prezentacji współczynników (RR6, COOP4, CON3, REF3) przedstawia wykres 1. Jego pobieżna analiza pokazuje wyraźny spadek wartości odsetka odpowiedzi i kooperacji, przy wzroście odsetka odmów. Nieznaczną tendencją spadkową charakteryzuje krzywą współczynnika kontaktów. Jeżeli odsetek odpowiedzi spada, natomiast odsetek kontaktów utrzymuje się na względnie stałym poziomie to wiadomo, że zmiana w obrębie wartości pierwszego współczynnika dokonała się za sprawą wzrostu odmów. Układ ten oznacza także, że krzywe kooperacji i odmów będą ze sobą silnie związane. Silny związek wystąpi także między wartościami odsetka odpowiedzi i kooperacji oraz odsetka odpowiedzi i odmów. Zależność między *response rate* a *contact rate* będzie zdecydowanie słabsza. Ważne jest też ustalenie w jaki sposób wahania współczynnika kontaktów wpływają na współczynnik kooperacji. Jakkolwiek

³⁸ Por. American Statistical Association, *Is the public acceptability of social survey research declining?*, [w:] (ed.) M. Bulmer, *Censuses, surveys...* op. cit., s. 112–119.



Wykres 1. Wartości współczynników RR6, COOP4, REF3, CON3 w latach 1993-2003 dla kraju
Źródło: Opracowanie własne.

zależność jest dość słaba (0,414) mówi o tym, że im większy odsetek kontaktów tym większy poziom kooperacji. Prawidłowość, która się tu pojawiła świadczy o tym, że liczba osób, z którymi ankietom udawało się skontaktować nie była obojętna, ponieważ osoby łatwe i trudne do skontaktowania charakteryzowała różna chęć kooperacji. Kierunek zależności wskazuje na grupę trudnych do zastania w domu jako bardziej chętnych współpracy. Prawidłowości te przedstawia tabela 3.

Tabela 3

Wartości współczynnika korelacji r Pearsona między poszczególnymi odsetkami realizacji

	RR6	COOP4	REF3	CON3
RR6	1	0,958**	-0,937**	0,650**
COOP4		1	-0,997**	0,414**
REF3			1	-0,350**
CON3				1

$n=82$

** $p < 0,01$

Źródło: Opracowanie własne.

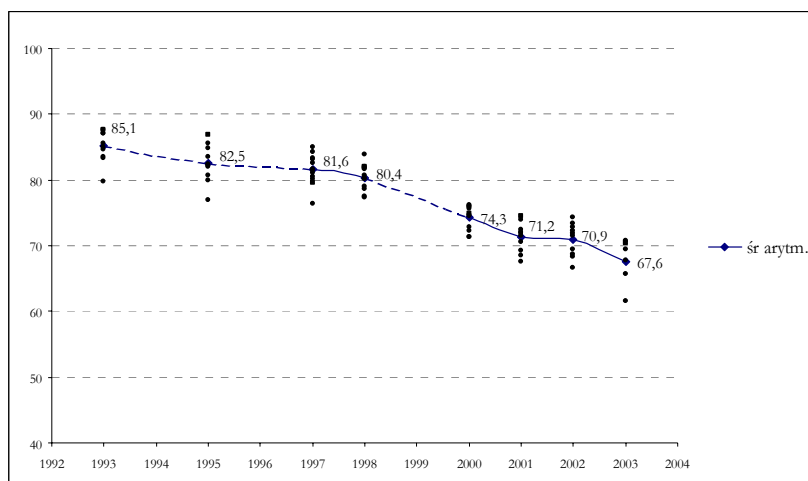
5.2.1. Współczynnik odpowiedzi

Podstawową miarą poziomu realizacji, która pozwala na pierwszy ogólny ogłąd sytuacji i informuje o tym jaka część potencjalnych respondentów uczestniczy w badaniu, jest odsetek odpowiedzi (*response rate*).

Wykres 2 przedstawia dane dla roczników. Wartości średnich rocznych³⁹ wyznaczają „wygładzony”, monotoniczny trend spadkowy. Tabele przedstawiające wartości statystyk opisowych są umieszczone w aneksie (załącznik 7, tabela 9).

Dość duża fluktuacja wartości współczynnika w roku, o czym świadczą wielkości rozproszenia od średniej, jest pochodną wahań jakim podlegała liczba odmów oraz nieobecności w próbie – skoki wartości RR6 pojawiają się wtedy gdy w obydwu zbiorach dokonała się nagle zmiana o tym samym kierunku lub wtedy, gdy zmiana wystąpiła w jednym, a nie wystąpiła w drugim zbiorze.

³⁹ Średnie wartości współczynników obliczone dla 2003 roku opierają się tylko na 6 pomiarach, co może powodować duże wartości odchylenia standardowego.



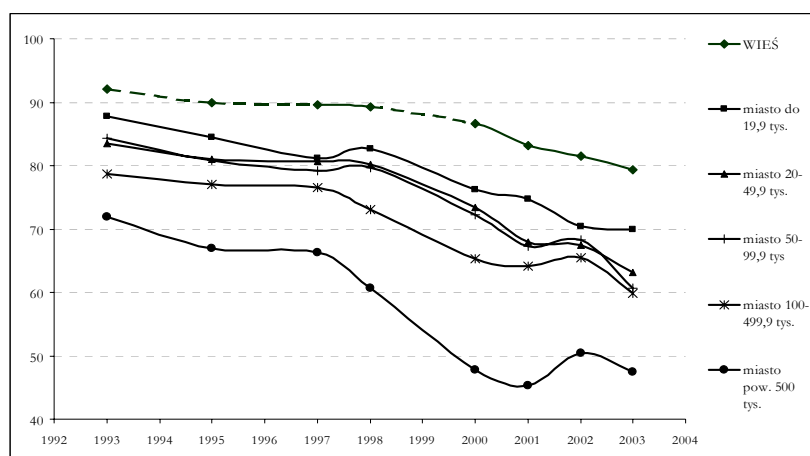
Wykres 2. Wartości współczynnika odpowiedzi RR6 w poszczególnych latach dla kraju
Źródło: Opracowanie własne.

Ogólnie, na przestrzeni badanego okresu nastąpił spadek wartości RR6 o 17,5 punktu procentowego; w każdym roku jego wartość spadała o średnio 2,28%. Do roku 1998 spadek przebiegał stosunkowo wolno; w kolejnych latach aż do roku 2001 miał największe tempo; znaczne wyhamowanie nastąpiło w 2002 roku, ale od 2003 roku znów pojawiła się silna tendencja spadkowa.

Krzywe obrazujące wartości RR6 w klasach miejscowości przedstawia wykres 3. Linie nie są idealnie równoległe, niemniej zwraca uwagę podobieństwo ich kształtu – niemal wszystkie obrazują monotoniczną tendencję spadkową. Podniesienie się wartości współczynnika w 2002 roku obserwuje się w trzech klasach miast – im silniej zurbanizowane tym bardziej wyraźna poprawa.

Różnica punktów procentowych między średnią dla 1993 i 2003 roku jest największa w przypadku wielkich miast (24,3 pkt), ale równie duża występuje w miastach o liczbie ludności 50–99 tys. (23,7 pkt). Najmniejsza różnica charakteryzuje wieś (12,8 pkt). W przypadku pozostałych miast mieści się ona w przedziale ok. 18–20 punktów. Taki porządek wynika też z analizy średniego rocznego tempa spadku – najszybsze było dla wielkich miast (4,05%), a najmniejsze dla wsi (1,48%).

Wartości statystyk opisowych dla typów miejscowości przedstawiają tabele zamieszczone w aneksie (załącznik 7, tabela 10).



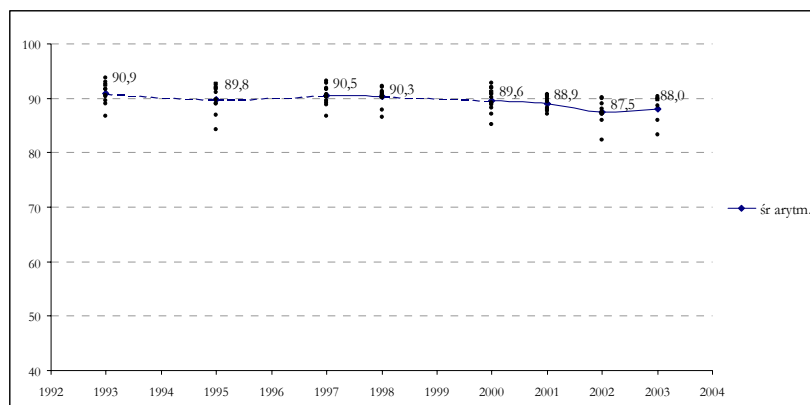
Wykres 3. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika odpowiedzi RR6 w poszczególnych klasach miejscowości

Źródło: Opracowanie własne.

Zależność między średnim rocznym tempem spadku a wielkością miejscowości, mimo, iż nie jest idealnie liniowa, jest jednak bardzo wyraźna. Podobny wniosek można sformułować analizując związek między wielkością miejscowości a poziomem współczynnika odpowiedzi. Jak pokazuje wykres 3, wartości osiągnięte na wsi były zawsze najwyższe, a wielkich aglomeracjach (pow. 500 tys.) – najniższe. Krzywe dla pozostałych czterech miast lokują się pośrodku tych biegunów.

5.2.2. Współczynnik kontaktów

Jak przedstawia wykres 4, krzywa dla współczynnika kontaktów CON3 przebiegała niemal równoległe do osi X, przyjmując wartości na poziomie 90%. Uwzględniając dwa skrajne momenty pomiaru, obserwuje się nieznaczny spadek – różnica punktów procentowych wynosi 2,9; a średnie roczne tempo spadku wynosi 0,32%. Przebieg krzywej charakteryzują niewielkie zmiany w obu kierunkach.

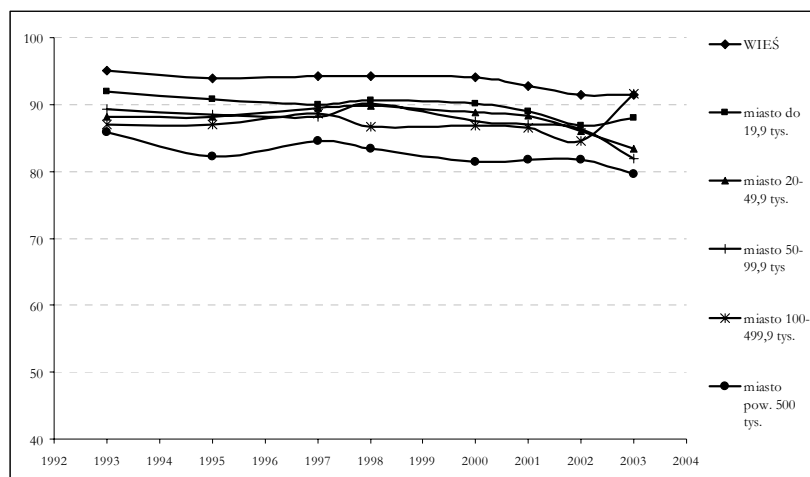


Wykres 4. Wartości współczynnika kontaktów CON3 w poszczególnych latach dla kraju
Źródło: Opracowanie własne.

Dość szeroki zakres zmienności, jaki na przestrzeni roku charakteryzuje wartości tego współczynnika, wynika z prawidłowości sezonowych – skokowe spadki systematycznie mają miejsce w miesiącach wakacyjnych.

Analiza przebiegu krzywych współczynnika kontaktów w poszczególnych klasach miejscowości prowadzi pod wieloma względami do podobnych wniosków jak ta przeprowadzona dla współczynnika odpowiedzi. Chodzi przede wszystkim o ujemną zależność między wielkością CON3 a klasą miejscowości. Innymi słowy, najtrudniej jest zastać mieszkańców wielkich aglomeracji, najłatwiej mieszkańców wsi. Pod kątem tak rozumianej dostępności pozostali mieszkańcy miast stanowią grupę środkową, w obrębie której zróżnicowanie jest stosunkowo niewielkie, a zależność ujemna między wielkością miejscowości a wartością współczynnika nie w każdym momencie czasowym ma charakter liniowy. Wydaje się, że nagłe podniesienie się wartości współczynnika w 2003 roku w miastach 100–499 tys. może być związane głównie z niewielką liczbą pomiarów dla tego rocznika.

Podobnie jak w przypadku współczynnika odpowiedzi, średnie roczne tempo spadku odsetka kontaktów było najniższe na wsi (0,38%), a najwyższe dla miast od 50–99 tys. mieszkańców (0,87%) oraz wielkich aglomeracji (0,76%). Graficzną ilustracją jest wykres 5.



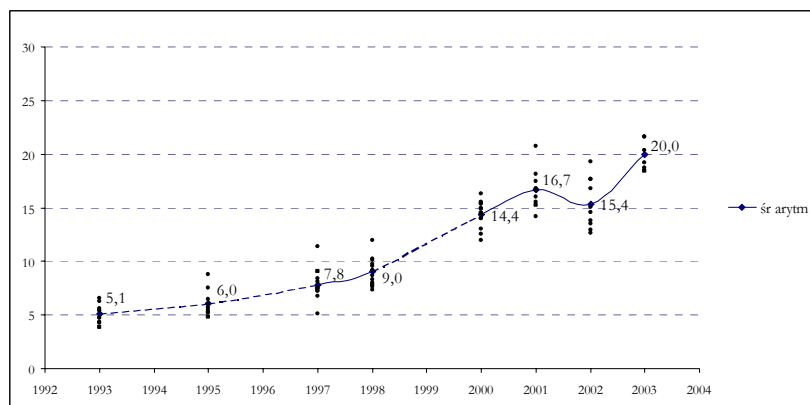
Wykres 5. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika kontaktów CON3 w poszczególnych klasach miejscowości

Źródło: Opracowanie własne.

Wartość współczynnika kontaktów na poziomie 90% należy uznać za wysoką, szczególnie przez wzgląd na krótki, 3–4 dniowy okres realizacji badania. Zaskakujący może wydać się także fakt utrzymania się tego wysokiego wyniku przez okres 10-letni i względna stabilność wartości tego współczynnika w poszczególnych klasach miejscowości. Jak się wydaje, źródło tego efektu leży nie tyle w procesach dokonujących się na rynku pracy (dwie tendencje, które przypuszczalnie mogłyby prowadzić do takiej równowagi to bezrobocie – z jednej strony, z drugiej – dość powszechny wymóg dyspozycyjności przy świadczeniu pracy i istnienie szarej strefy) ile w fakcie realizacji sondaży w czasie obejmującym dni weekendowe.

5.2.3. Współczynnik odmów

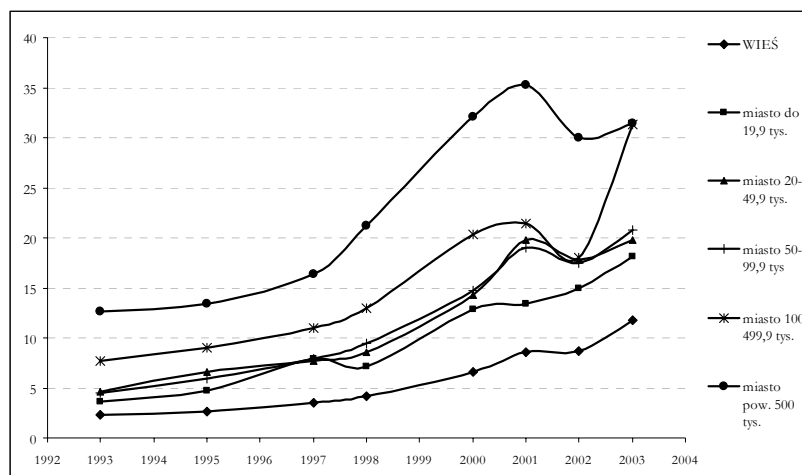
Wzrost udziału odmów w próbie jednostek należących do populacji przedstawia wykres 6. Wyniki pokazują, że na przestrzeni dekady odsetek odmów REF3 podniósł się niemal o 15 punktów procentowych (wzrost z 5,1 do 20%). Wartość odsetka zwiększała się rocznie o średnio 14,61%.



Wykres 6. Wartości współczynnika odmów REF3 w poszczególnych latach dla kraju
Źródło: Opracowanie własne.

Po okresie niższych przyrostów w latach 1993–1998, w przeciągu dwóch następnych lat nastąpił skok o ponad 5 punktów procentowych (w stosunku do pomiaru z 1998 roku wzrost o 58,8%). W roku 2001 krzywa zachowuje się podobnie – odsetek wzrósł o kolejne 2,3 punktu. Po okresie tego przyspieszenia, w 2002 roku następuje zmiana kierunku przebiegu krzywej, chociaż spadek jest niewielki (1,3 punktu). Dane z 2003 roku wskazują, że zmiana była chwilowa – krzywa zaczęła ponownie w bardzo szybkim tempie rosnąć.

Do 2001 roku krzywe w klasach miejscowości charakteryzuje monotoniczny wzrost, co pokazuje wykres 7. W wielkich miastach odmów jest najwięcej i ich liczba najszybciej rośnie. Na wsi odmów jest najmniej, a ich liczba wzrasta powoli. Krzywe dla pozostałych miast przebiegają do tego czasu niemal równolegle względem siebie; wyższe wartości charakteryzują większe miasta. Kiedy w 2001 roku odmowy stanowią 8,5% próby adresów wiejskich, w próbie adresów wielkich miast liczba odmów sięga najwyższego punktu tj. 35,2%.



Wykres 7. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika odmów REF3 w poszczególnych klasach miejscowości

Źródło: Opracowanie własne.

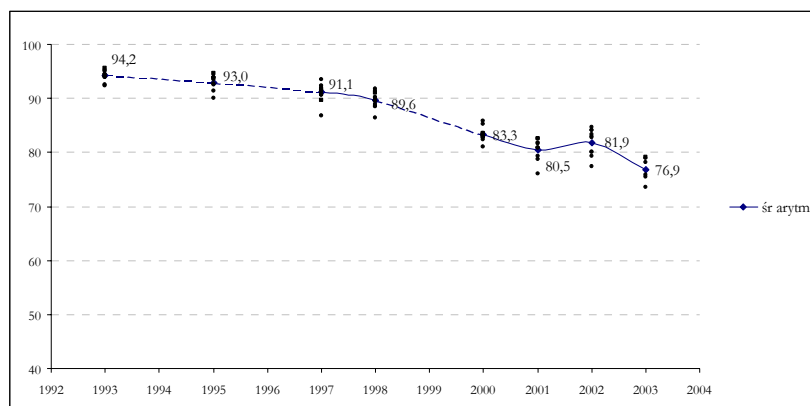
Istotna zmiana dokonana się w 2002 roku i dotyczyła przede wszystkim czterech najwyższych klas miejscowości – spadek odsetka dla dużych miast (pow. 500 tys. oraz 100–499 tys.) wynosił około 15%, a dla miast mniejszych (20–49 tys. oraz 50–99 tys.) około 9%. W przypadku wsi nastąpiło wyhamowanie tendencji wzrostowej (wzrost tylko o 0,4%). Zmiana przebiegu krzywej nie dokonała się w przypadku miast o najmniejszej liczbie mieszkańców, w których odnotowano wzrost o 11,9%.

5.2.4. Współczynnik kooperacji

Jak wiadomo, wartości współczynnika odmów i kooperacji nie zawsze muszą być ze sobą związane. Przykładem niech będzie sytuacja, w której bezwzględna liczba odmów w próbie (jednostek należących do badanej populacji) nie zmienia się w czasie, natomiast wzrasta liczba jednostek nieobecnych i odpowiednio zmniejsza się liczba wywiadów zrealizowanych, wtedy współczynnik odmów pozostanie na stałym poziomie, ale odsetek kooperacji będzie się zmniejszał. Wnioskowanie o poziomie chęci do uczestnictwa w sondażach na podstawie informacji o wartościach współczynnika odmów może być zatem zawodne. Uwagę

tę warto zamieścić mimo tego, że opisany powyżej hipotetyczny wariant zmiany stosunku odmów do nieobecności nie wynika z analizy danych empirycznych. Tu, z racji niewielkich zmian wartości współczynnika kontaktów, zarówno na poziomie kraju jak i typów miejscowości, analiza przebiegu krzywej kooperacji nie wniesie wielu nowych informacji jednakże jej przeprowadzenie jest jak najbardziej celowe. Analiza ta pokaże bowiem zmianę chęci do uczestnictwa w sondażach w najbardziej „czystej” postaci, uwzględniając stosunek wywiadów zrealizowanych jedynie do tych jednostek, z którymi udało się skontaktować (w mianowniku znajdzie się tylko liczba wywiadów zrealizowanych i odmów).

Średnie roczne wartości współczynnika kooperacji i rozproszenie punktów empirycznych wokół nich przedstawia wykres 8. Zgodnie z wynikami analiz, w 1993 roku mniej więcej w 1 na 17 skontaktowanych gospodarstw domowych spotkano się z odmową (5,8%), tymczasem 10 lat później reakcję odmowną odnotowano już średnio w co czwartym adresie (23,1%). Na przestrzeni tego okresu spadek odsetka kooperacji wyniósł 17,3 punktu procentowego, przy średnim rocznym tempie spadku na poziomie 2%.



Wykres 8. Wartości współczynnika kooperacji COOP4 w poszczególnych latach dla kraju

Źródło: Opracowanie własne.

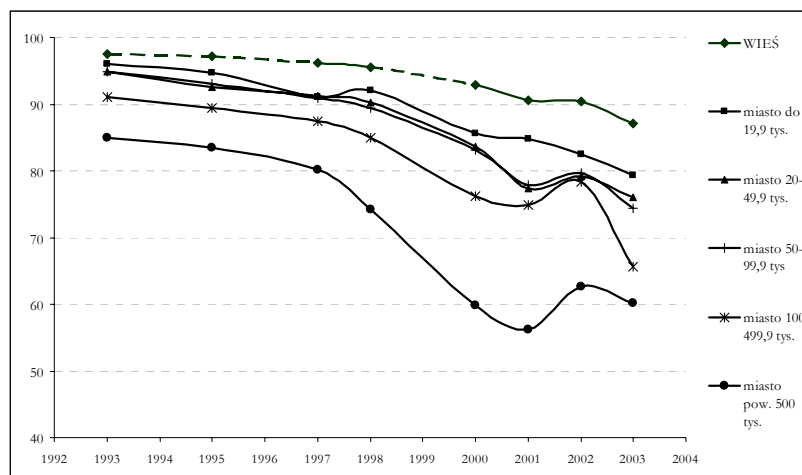
Analizując zmiany w zachowaniu krzywej można wyróżnić cztery podokresy. Niemal stały, niewielki kąt nachylenia krzywej do osi X charakteryzuje okres 1993–1998, w którym spadek postępował dość wolno, obejmując łącznie 4,5 punktu procentowego. Następnie, w latach 1998–2001 kąt nachylenia krzywej zwiększył się, co dało utratę wartości współczynnika kooperacji aż o 9,1 punktu. W 2002 roku obserwuje się niewielki wzrost wartości współczynnika – w stosunku do roku poprzedniego wynosi on 1,4 punktu. Po okresie chwilowej poprawy, w 2003 roku wartość COOP4 bardzo szybko spadła – krzywa przyjęła największy kąt nachylenia co spowodowało utratę 5 punktów procentowych.

Analiza wykresu 9 prowadzi do obserwacji, że wartość współczynnika kooperacji i wielkość spadku są silnie związane z klasą miejscowości. Im mniejsza miejscowość, ze względu na liczbę mieszkańców, tym łatwiej o wywiad. Jednocześnie, w klasach miejscowości charakteryzujących się najwyższą wartością odsetka, spadek na przestrzeni badanego okresu był najmniejszy – na wsi nastąpił o około 10 punktów procentowych, podczas gdy w największych klasach miast miastach o około 25 punktów. Między średnim rocznym tempem spadku a wielkością miejscowości istnieje zależność dodatnia.

Wyniki pokazują, że w wielkich miastach proces gwałtownego spadku rozpoczął się wcześniej, bo już w 1997 roku i trwał do końca roku 2001, w którym COOP4 osiągnął krytyczną minimalną wartość (56,3%) – w średnio co drugim skontaktowanym gospodarstwie domowym odmówiono wtedy uczestnictwa w badaniu.

W 2002 roku obserwuje się wzrost wartości odsetka we wszystkich klasach miejscowości, oprócz wsi i miast do 19,99 tys. mieszkańców. Co interesujące, im większe miasto tym większy wzrost mierzony różnicą punktów procentowych. W wielkich miastach wynosił on 6,5 punktu, w miastach 100–499,99 tys. mieszkańców był na poziomie 3,4; a w przypadku pozostałych po 1,8 punktu.

W celu uchwyceniu dokładnego momentu, w którym rozpoczęła się tendencja wzrostowa warto na początek odwołać się do wykresu 1, który pokazuje, że na poziomie kraju poprawa nastąpiła w marcu 2002 roku i trwała do lipca.



Wykres 9. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika kooperacji COOP4 w poszczególnych klasach miejscowości

Źródło: Opracowanie własne.

Jednakże analiza zachowania krzywych kooperacji w klasach miejscowości nie prowadzi do takiej prostej obserwacji. Tu, w pierwszym rzędzie, zwraca uwagę bardzo duża fluktuacja wartości odsetka w miastach – jednym z jej prawdopodobnych źródeł są znacznie niższe, niż w przypadku wsi, podstawy oprocentowania. Niemniej, nie obserwuje się, ażeby krzywe przebiegały według jednego wzoru; trudno też wyodrębnić taki moment czasowy, w którym wszystkie krzywe zachowywałyby się podobnie. W 2002 roku, podwyższone wartości współczynnika COOP4 utrzymywały się najdłużej w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Także w 2003 roku sytuacje, w których wartość współczynnika kooperacji sięgała powyżej 60% nie należały w największych miastach do rzadkości. Tendencje spadkowe w 2003 roku są wyraźniejsze w przypadku miast 100–499 tys. oraz 50–99 tys. mieszkańców.

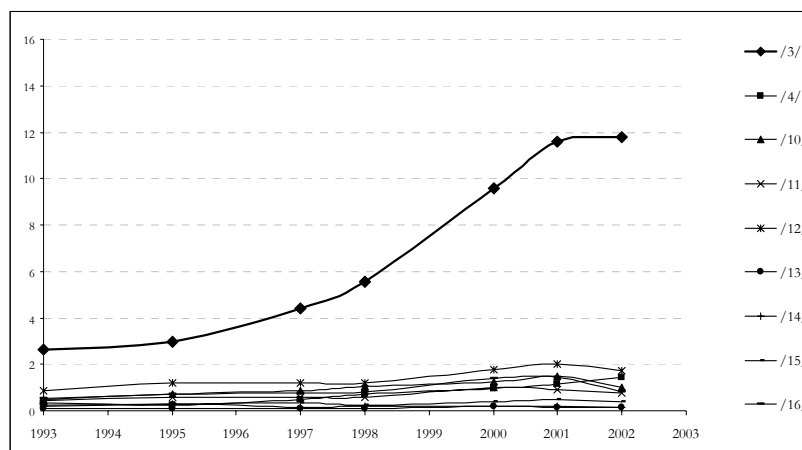
5.2.5. Rodzaje odmów

Dla lepszego rozumienia zjawiska odmów i kierunku w jakim się rozwija, zarówno na poziomie kraju jak i w klasach miejscowości, warto przywołać wyniki uwzględniające 9 rodzajów odmów wg kategoryzacji CBOS.

Przed prezentacją materiału niezbędne jest poczynienie kilku uwag. Po pierwsze, zastosowaną podstawą oprocentowania *nie* będzie mianownik współczynnika odmów REF, zawierający wszystkie wylosowane do próby i należące do badanej populacji jednostki. Ze względów, które wcześniej omówiono, zasadne jest obliczenie udziału poszczególnych rodzajów odmów jedynie wśród jednostek skontaktowanych. Podstawą oprocentowania będzie tu mianownik współczynnika kooperacji COOP4, który zawiera liczbę wywiadów zrealizowanych („I+P”) oraz odmowy („R”).

Po drugie, zmiana karty realizacji badania w maju 2003 roku, polegająca na połączeniu części kategorii, spowodowała niemożność uwzględnienia w analizie pomiarów z trzech ostatnich sondaży, tj. tych przeprowadzonych przy pomocy nowego narzędzia. Tym samym, pula pomiarów z 2003 roku zmniejszyła się z 6 do 3. W tej sytuacji odstąpiono od wyliczania średniej dla tego roku, co wiąże się ze zmniejszeniem długości badanego okresu (1993–2002).

Wykres 10 przedstawia zmianę udziału 9 rodzajów odmów w zbiorze jednostek skontaktowanych na przestrzeni 1993–2002. Tabelę przedstawiającą wartości statystyk opisowych zamieszczam w aneksie (załącznik 7, tabela 11).



Wykres 10. Średnie (arytm.) odsetki różnych typów odmów wśród jednostek skontaktowanych na przestrzeni 1993–2002 dla kraju

Źródło: Opracowanie własne.

Trzeba zauważyć, że kategorie /3/ i /4/ – a więc *odmowy wpuszczenia do mieszkania i odmowy udzielenia informacji na temat osób zamieszkałych w adresie*, zostały zarezerwowane na przypadki odmów, które powstały zanim doszło do wylosowania kandydata na respondenta⁴⁰.

Jak pokazuje powyższy wykres spadek współczynnika kooperacji dokonał się przede wszystkim za sprawą wzrostu jednej kategorii odmów – jest nią *odmowa wpuszczenia ankietera do mieszkania* /3/. Co prawda, wśród pozostałych typów odmów także występuje tendencja wzrostowa (nie dotyczy odmów z powodu okresowej niedyspozycji /14/), ale udział każdej z nich, mimo wzrostu, pozostaje bardzo niski (między 0,1 a 2% próby jednostek skontaktowanych). Jak pokazują wyniki, najrzadziej jako powód odmowy zgłaszano *obawy przed konsekwencjami swoich wypowiedzi* /13/, co świadczy o szybkim wygaśnięciu niepokojów typowych dla okresu PRL. Niskie wartości odsetka i niskie średnie tempo wzrostu (na poziomie ok. 5–8% rocznie) charakteryzują odmowy z *powodu braku czasu* /10/; *niechęci do wypowiedziania się na dany temat* /11/; *nie widzenia sensu, potrzeby ankietowania* /12/; a także odmowy z *innych powodów* /15/ i *bez podania powodów* /16/. Największe średnie roczne tempo wzrostu wystąpiło w przypadku *odmów udzielenia informacji na temat osób stale zamieszkałych* /4/ (ponad 17%), ale

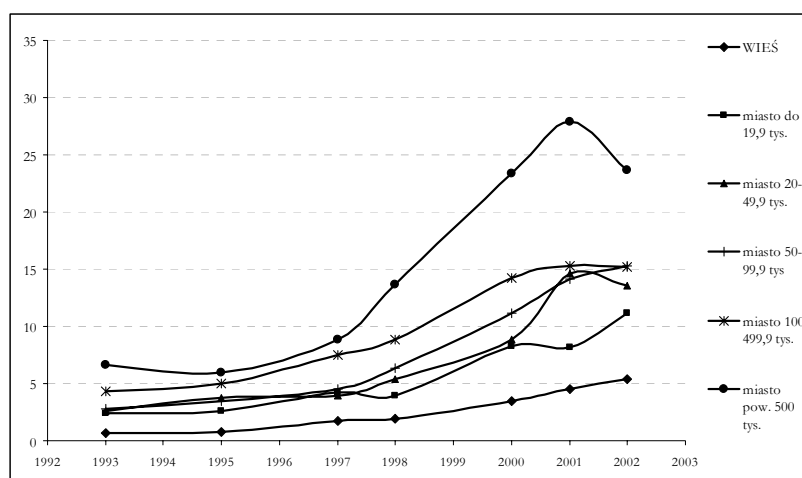
⁴⁰ W 1993 roku stosunek tych odmów do pozostałych (kategorie /10-16/) wynosił w przybliżeniu 52:48, podczas kiedy w 2002 roku już 78:22. Należy jednak uzupełnić, że liczba odmów, w których nie doszło do losowania była faktycznie większa niż wskazywała na to suma liczebności kategorii /3/ i /4/. Obserwacja ta jest efektem przeprowadzonej przeze mnie analizy zapisów w kartach realizacji badania (materiałów w formie papierowej a nie elektronicznej). W przypadku odmowy, w której doszło do wylosowania kandydata na respondenta, ankieter powinien wypełnić tzw. tabelę A, stanowiącą operat losowania trzeciego stopnia (spisać wszystkie zamieszkałe na stałe osoby podając ich rok urodzenia oraz płeć) oraz wybrać jedną kategorię spośród /10-16/ (*wylosowany respondent odmówił z powodu...*). Zaobserwowano, że w praktyce wybór spośród kategorii /10-16/ nie zawsze wiązał się z wypełnieniem tabeli A. Zdarzały się także przypadki (pojedyncze), kiedy *odmowie wpuszczenia do mieszkania* /3/ towarzyszyła wypełniona tabela. Obserwacje te świadczą o tym, że ankieterzy uwzględniali przede wszystkim zachowanie rozmówcy, a nie formalne kryterium przeprowadzenia losowania. Ponieważ danych z tabeli A nie wprowadzano do komputera, te nieprawidłowości w wypełnianiu materiałów przez ankieterów zostały dopiero później odkryte w centrali, a problem ten był jedną z przyczyn modyfikacji karty realizacji badania. Według moich analiz, przypadki, w których wylosowano kandydata na respondenta (o czym ma świadczyć wypełniona w całości tabela A) stanowiły w sondażu ze stycznia 2003 roku zaledwie 7,5% odmów (zapisy ankieterów wskazywały na 26,4%); a w sondażu lutowym ich udział wśród odmów wynosił 5% (zapisy ankieterów wskazywały na 16,2%).

wartość tego odsetka pozostaje niska – w 2002 roku wyniosła 1,5% adresów skontaktowanych.

Krzywe odmów w poszczególnych klasach miejscowości przebiegały według tej samej prawidłowości, która wystąpiła na poziomie kraju – *odmowy wpuszczenia do mieszkania* stanowiły zawsze najliczniejszy zbiór, a jego udział zwiększał się w czasie, powodując spadki współczynnika kooperacji.

Zmiany średnich rocznych wielkości odsetka *odmów wpuszczenia do mieszkania* (wśród jednostek skontaktowanych) w poszczególnych klasach miejscowości ilustruje wykres 11.

Wartość odsetka na przestrzeni 1993–2002 zwiększyła się na wsi o niemal 5 punktów procentowych, podczas kiedy w wielkich miastach aż o 17; niemniej tempo wzrostu pozostaje na wsi największe. Krzywe dla trzech klas największych miast przebiegają w dużej mierze podobnie, oscylując w końcowym okresie wokół wartości 15% – w ich przypadku wzrost zabrał około 11–12 punktów procentowych.



Wykres 11. Odsetek odmów wpuszczenia do mieszkania /3/ wśród jednostek skontaktowanych w poszczególnych klasach miejscowości

Źródło: Opracowanie własne.

*

Spadek w 2002 roku wystąpił w wielkich miastach; zarysował się też w przypadku miast o 20–49,99 tys. mieszkańców; wyhamowanie tendencji wzrostowej nastąpiło w miastach od 100 do 499,99 tys. mieszkańców. Natomiast krzywe dla pozostałych typów miejscowości w 2002 roku osiągnęły swoje maksymalne wartości (dane zaprezentowane są w załączniku 7 aneksu, tabela 12).

Najistotniejszym ustaleniem analizy opisowej obejmującej dane CBOS jest obserwacja znacznego spadku współczynnika kooperacji i uzależnienie jego wartości od wielkości miejsca zamieszkania – stanowi to tym samym potwierdzenie prawidłowości występujących w krajach zachodnich demokracji. Warto jednak podkreślić, że zmiany te przebiegają w Polsce szybciej. Okazuje się, że wzrost odsetka odmów z 5 do 20% próby, który w przypadku sondażu *Aktualne problemy i wydarzenia* dokonał się na przestrzeni 10 lat, w przypadku *National Election Studies* zajął lat 40.

Spośród innych dostępnych danych, które mogłyby informować o trendach niedostępności respondentów w Polsce są dane Polskiego Generalnego Sondażu Społecznego (PGSS) prowadzonego w Instytucie Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. Jakkolwiek pomiary prowadzono ze znacznie rzadszą częstotliwością, istnieje możliwość ich ostrożnego porównania z danymi CBOS. Najważniejszymi elementami ujednolicającymi oba przedsięwzięcia są: badana populacja, rodzaj próby, technika otrzymywania materiałów. Cechami odróżniającymi, poza typem ośrodka sondażowego, jest czas realizacji badania (dłuższy w PGSS). Biorąc pod uwagę, że w PGSS nie stosuje się *ex ante* nadreprezentacji⁴¹, a dane CBOS są przeze mnie przeważone tak aby były reprezentatywne dla populacji, różnic nie można raczej upatrywać w nieproporcjonalności prób. Porównanie wyników może być zrobione jedynie w odniesieniu do odsetka realizacji, przy czym sposób jego kalkulacji może być jednym ze źródeł obserwowanych różnic (popularna wśród polskich badaczy miara bezwzględnego odsetka zwrotów daje niższe wartości niż odsetek odpowiedzi).

⁴¹ B. Cichomski, B. Jerzyński, T. Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne: struktura skumulowanych wyników badań 1992–1999*, Instytut Studiów Społecznych, Uniwersytet Warszawski, 2001.

Dane dla roczników 1992, 1993, 1994, 1995, 1997, 1999, 2002 wynoszą w przypadku PGSS odpowiednio 82; 83; 81; 80; 75; 67; 62 [%]⁴².

Średnie wartości roczne dla CBOS w latach 1993, 1995, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2003 wynoszą odpowiednio: 85,1; 82,5; 81,6; 80,4; 74,3; 71,2; 70,9; 67,6 [%].

Choć różnice nie są duże zwraca uwagę, że odsetek w badaniach CBOS jest wyższy (szczególnie w drugim okresie). Być może tę porównywalność CBOS do ośrodków akademickich należy wiązać z jego specyficznym statusem, który odróżnia go od wszystkich komercyjnych ośrodków sondażowych.

Abstrahując od różnic w wartościach między ośrodkami, zwraca uwagę podobieństwo kształtu krzywych, a w szczególności przyspieszenie tendencji spadkowej po roku 1997. Ta bardzo ważna obserwacja, wskazująca, że dane CBOS dobrze opisują trendy niedostępności w Polsce, podnosiłaby dodatkowo wagę argumentu zmian jakie zaszły po stronie potencjalnych respondentów.

5.3. Czynniki związane z otoczeniem społecznym w perspektywie wzdluż czasowej

5.3.1. Strukturalne zmiany demograficzne

Wśród stawianych hipotez, mających objaśnić długofalowy trend spadkowy w obrębie współczynnika kooperacji, istnieje taki ich zespół, który wiąże wzrastającą liczbą odmów z zachodzącymi procesami demograficznymi, wpływającymi na strukturę społeczeństwa. Wśród czynników wymienia się przede wszystkim postępujący proces urbanizacji (i wzrost liczby terenów gęsto zaludnionych) co powoduje zwiększanie się proporcji mieszkańców miast w porównaniu z mieszkańcami wsi. Inne, potencjalnie niekorzystne zjawiska to starzenie się społeczeństw w krajach wysoko rozwiniętych oraz wzrastająca liczba jednoosobowych gospodarstw domowych – ten ostatni czynnik może sprzyjać trudnościom w skontaktowaniu się, ale także nasilić odmowy z powodu poczucia zagrożenia przestępczością. Wskazuje się na zmiany w strukturze zatrudnienia, w tym także te związane ze zwiększającym się udziałem

⁴² F. Sztabiński, *Jak dotrzeć do respondenta i skłonić go do wzięcia udziału w badaniu?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LIII/1, 2004, s. 145.

łem kobiet na rynku pracy – okoliczności te mogą nie tylko skutkować wzrostem wartości *noncontact rate*, ale także sprzyjać wzrostowi odmów z powodu braku wolnego czasu⁴³.

Ujmując to dokładniej, hipoteza odwołująca się do strukturalnych zmian demograficznych głosi, że współczynnik kooperacji mierzony w warstwach wyróżnionych ze względu na zmienne demograficzne (np. wśród kobiet czy mieszkańców miast) nie zmienił się w czasie, natomiast zmienił się udział tych warstw w ogólnej strukturze społeczeństwa – zwiększyła się mianowicie liczebność tych grup, w których realizacja badań nastęrczała większe trudności.

Dane przedstawione przez C. Steeh dostarczają argumentów podważających tę hipotezę w odniesieniu do zmiennej wielkość miejscowości zamieszkania. Jej badania obejmowały dość długi okres (1952–1979) i dotyczyły dwóch sondaży: *National Election Survey* oraz *Survey of Consumer Attitudes*. C. Steeh ujawniła wzrostowe tendencje dla odsetków odmów w każdej z klas miejscowości. Zaobserwowano, że tempo wzrostu odmów jest pozytywnie związane z poziomem urbanizacji. Wniosek ten dotyczy obydwu sondaży⁴⁴.

Podobny wniosek nasuwa się po analizie danych pochodzących z CBOS. W tym przypadku również możliwe było tylko częściowe ustosunkowanie się do tego przypuszczenia – poprzez uwzględnienie zmiennej, która mówi o zróżnicowaniu miejsca zamieszkania ze względu na liczbę ludności. Żadne z twierdzeń tej hipotezy nie jest prawdziwe – zgodnie z danymi GUS, struktura społeczeństwa ze względu na miejsce zamieszkania nie uległa w badanym okresie istotnym zmianom⁴⁵; jednocześnie, jak wcześniej pokazano, wyniki przeprowadzonych analiz ujawniły spadek współczynnika kooperacji we wszystkich klasach miejscowości.

⁴³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 167–169.

⁴⁴ C. Steeh, op. cit., s. 45–46.

⁴⁵ Struktura ludności w Polsce w 1993 i 2003 roku: wieś: odpowiednio 38,3% i 38,4%; miasta do 19,99 tys. mieszkańców /M2/: 11,9% i 12,9%; miasta 20–49,99 tys. mieszkańców /M3/: 10,8% i 10,7%; miasta 50–99,99 tys. mieszkańców /M4/: 8,8% i 8,7%; miasta 100–499,99 tys. /M5/: 18,6% i 17,6%; miasta powyżej 500 tys. mieszkańców /M6/: 11,6% i 11,7%.

5.3.2. Wzrost poczucia zagrożenia przestępczością

Inne zjawisko, które wskazuje się jako oddziałujące zarówno na możliwość kontaktu z respondentem jak i jego chęć kooperacji to wzrastająca liczba przestępstw, która z kolei pociąga za sobą wzrost poczucia zagrożenia i mniejszy poziom zaufania w kontaktach z obcymi.

House i Wolf w okresie 1960–1972, na obszarach odpowiadających jednostkom losowania I stopnia (*primary sampling units*) śledzili odsetki odmów uzyskane w *National Election Survey* i odpowiednio poziom przestępczości. Jest to jeden z przykładów zastosowania analiz ekologicznych w celu wyjaśnienia przyczyn wzrostu odsetka odmów. Hipotezę udało się potwierdzić – duża część zmienności odsetka odmów została wyjaśniona przez wzrost poziomu przestępczości. Jak jednak słusznie zauważa R. Groves, wynik ten nie upoważniał badaczy do sformułowania wniosku mówiącego o tym, że przyczyną odmów jest lęk przed przestępczością⁴⁶. Nie mniej, wyniki badań nad poczuciem zagrożenia wskazują, że najsilniejszym jego predyktorem jest doświadczenie bycia ofiarą przestępstwa⁴⁷. Z kolei prawdopodobieństwo takiego doświadczenia wzrasta na terenach, na których skala przestępczości jest wysoka. Badania te więc dały podstawę, ażeby liczbę przestępstw traktować jako wskaźnik poczucia zagrożenia przestępczością na danym obszarze. Z drugiej jednak strony trzeba wskazać, że obszary różniące się poziomem przestępczości, różnią się zwykle także społeczno-demograficzną strukturą mieszkańców. Uwaga ta implikuje konieczność zachowania ostrożności przy wyciąganiu wniosków z tego badania.

Czy hipoteza, mówiąca o tym, że spadek kooperacji dokonał się na skutek wzrostu lęku przed przestępczością może być uznana za prawdopodobną w odniesieniu do warunków polskich?

Niestety nie miałam możliwości przetestowania tego przypuszczenia za pomocą metod statystycznych – zebrane przeze mnie dane opierają się na różnych źródłach i nie mają tak systematycznego charakteru jak te z badań Housea i Wolfa.

⁴⁶ J.S. House, S. Wolf, *Effect of urban residence on interpersonal trust and helping behavior*, „Journal of Personality and Social Psychology”, vol. 36, No. 9, 1978, s. 1029–1043 p r z y t a c z a m z a : R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 169; R. Groves, *Survey errors...* op. cit., 233–235.

⁴⁷ K.D. Parker, M.C. Ray, *Fear of crime. An assessment of related factors*, „Sociological Spectrum”, vol. 10, 1990, s. 33.

Dane zastane, które mogłyby być pomocne w weryfikacji tej hipotezy mają charakter danych o wysokim stopniu agregacji. Wśród nich są wyniki badań sondażowych CBOS, prowadzonych z odstępem minimum jednego roku. Do badanego problemu najbardziej trafne wydają się być dwa wskaźniki: ocena stanu bezpieczeństwa w miejscu zamieszkania (*Czy miejsce, w którym P. mieszka, można nazwać bezpiecznym i spokojnym?*) oraz poczucie zagrożenia osobistego, które jest mierzone dopiero od 1996 roku (*Czy obawia się P. tego, że może się P. stać ofiarą przestępstwa?*). Wyniki wskazują, że poczucie bezpieczeństwa w miejscu zamieszkania praktycznie nie zmienia się od roku 1993 – niewielkie wahania w obydwu kierunkach charakteryzują krzywą, która utrzymuje się na poziomie 70% (zakres zmienności 6 punktów procentowych)⁴⁸. Co prawda poczucie bezpieczeństwa w miejscu zamieszkania jest uzależnione od wielkości miejscowości (na wsi najwięcej osób czuje się bezpiecznie), niemniej krzywe im odpowiadające nie wykazują tendencji wzrostowej. Krzywa przedstawiająca na przestrzeni 1996–2003 liczbę osób, która nie obawia się zostania ofiarą przestępstwa podlegała większym fluktuacjom, ale nie przyjęła kształtu, który zapowiada jakąś trwałą, długofalową tendencję (wartości w przedziale 30–40%). Można dodać, że największa zmiana dokonała się między rokiem 1999 a 2000 – nastąpił wtedy 9 punktowy spadek liczby osób nie odczuwających zagrożenia⁴⁹.

Do argumentacji warto włączyć doniesienia ze statystyk policyjnych, które mówią o spadku ilości włamań do mieszkań, odnotowywanym od przełomu lat 80 i 90. Ten rodzaj przestępczości, jak się wydaje szczególnie podsycający lęk przed wpuszczaniem do domu osób z zewnątrz, występuje obecnie znacznie rzadziej co jest związane z lokowaniem oszczędności poza domem, upowszechnieniem bankomatów, a także częściową dewaluacją dóbr traktowanych wcześniej jako luksusowe (telewizor, wideo). Według Policji na ten efekt złożyło się także częstsze korzystanie z różnych form zabezpieczeń domu przed kradzieżą⁵⁰, chociaż inne policyjne źródła (badania w ramach programu *Securi-*

⁴⁸ Na przestrzeni 10 lat (1993–2003) zmienna przyjmowała kolejno wartości: 67; 69; 70; 72; 72; 72; 71; 68; 69; 73 [%]. W 1994 roku pomiaru nie wykonano. Źródło: CBOS, *Poczucie bezpieczeństwa i opinie o przyspieszonym trybie wymiaru sprawiedliwości*, Komunikat z badań, BS/80/2006, Warszawa maj 2006.

⁴⁹ Na przestrzeni 1996–2003 zmienna przyjmowała kolejno wartości: 30; 37; 35; 40; 31; 34; 32; 39 [%]. Źródło: CBOS, *Poczucie bezpieczeństwa i opinie...* op. cit.

⁵⁰ K. Kryczka, *Włamanie – problem opanowany*, „Gazeta policyjna” 43/2004.

ty Point) mówią o tym, że Polacy nie wykazują w tej kwestii zbyt wiele dbałości (nawet ci, którzy doświadczyli włamania) czym przypominają „beztroskich” Szwedów⁵¹.

Kiedy mowa o formach ochrony i zabezpieczeń trudno nie odnieść się do boomu zakładania domofonów w miastach, który rozpoczął się pod koniec epoki PRL i trwał w latach '90. Jakkolwiek nie można zignorować powszechnie wyrażanego argumentu, że spowodowała go właśnie potrzeba ochrony przed przestępczością, to jak się wydaje, nie jest to jedyna przyczyna tego zjawiska. Pamiętać bowiem trzeba, że *domofomania* znalazła swoje przedłużenie w zatrudnianiu ochroniarzy, stawianiu murów, płotów i szlabanów. Stąd też prywatyzowanie przestrzeni klatek schodowych za pomocą domofonów bywa w literaturze określane jako łagodna wersja *gated communities*⁵².

Zjawisko dobrowolnej izolacji i ograniczania dostępu do przestrzeni dotąd otwartych dla wszystkich należy w tym kontekście rozumieć jako przejaw segregacji społecznej⁵³. M. Gdula wskazuje, że ten naturalny mechanizm agregacji jednostek podobnych sobie szczególnie zintensyfikował się w krajach postsocjalistycznych, co było reakcją na wymuszone w poprzednim okresie zrównanie statusów i narzuconą przestrzenną bliskość „dobrych i złych” adresów. Z kolei zdaniem K. Nawratka, kultura grodzenia w polskiej przestrzeni wielkomiejskiej ma swoje źródło w braku tradycji demokratycznych i odpowiednich standardów zachowania. Szczególną uwagę zwraca tu fakt, że stawianie murów i szlabanów, jakkolwiek jest przede wszystkim domeną nowopowstających elitarnych osiedli, dotyczy także „zwykłych” osiedli i budynków. Jedną z możliwych interpretacji tego zjawiska mówiłaby, że ze strony mieszkańców „wielkiej płyty”, grupy niegdyś zaliczającej się do uprzywilejowanych, jest to reakcja na odgradzanie się beneficjentów obecnego systemu, którą należy traktować jako swoistą formę podwyższania (ratowania) własnego statusu⁵⁴. Mechanizm ten działa dzięki temu, że w społecznej percepcji mury uwidoczniają inność klasy i niską przenikalność z otaczającym obszarem⁵⁵.

W odniesieniu do realiów amerykańskich, E. Blakely i M. Synder – socjologowie badający życie w strzeżonych enklawach, stawiają tezę, że

⁵¹ K. Kryczka, *Uwaga, włamanie!*, „Gazeta Policyjna” 43/2004.

⁵² A. Bartetzky, *Czyje miasto?*, „Respublica Nowa”, 3/2008, s. 10.

⁵³ Por. B. Jałowiecki, *Grodzenie „wspólnego pastwiska”*, „Respublica Nowa”, 3/2008.

⁵⁴ Por. A. Bartetzky, op. cit., s. 10–15.

⁵⁵ B. Jałowiecki, op. cit., s. 57–58.

motywy bezpieczeństwa są tu trzeciorzędne; ważniejsze jest posiadanie kontroli nad wspólną własnością i stabilność życia⁵⁶. Tę samą myśl (z uwzględnieniem polskiej specyfiki) wyrazili czytelnicy „Polityki” popierający inicjatywę pewnej wspólnoty mieszkaniowej, która ogrodziła teren przylegający do ich bloku: *Po co kupować za składkowe pieniądze np. ławki przed blokami, jeśli będą na nich siedzieć okoliczni żulikowie pijący etanol... Przecież każdego by krew załala, jakby widział, że jego praca idzie na marne i wspólne dobro jest niszczone...; Ci ludzie odgradzili się od chamstwa, pijaństwa i wandalizmu ...*⁵⁷. Życie w społecznościach odgradzonych niesie ze sobą dbałość i porządek⁵⁸ oraz odizolowanie od „innych” – przedstawicieli niższych klas społecznych, których zachowanie jest odbierane jako mało zrozumiałe⁵⁹. Powyższe rozważania sugerowałyby, że przyczyny przestrzennej izolacji mają głębsze podłoże i leżą w nieco innych obszarach niż wskazywałyby na to same deklaracje osób odgradzających się. Argument lęku przed przestępczością należy raczej rozumieć jako rodzaj racjonalizacji i fasady, który swą nośność i żywotność zyskał dzięki funkcjonowaniu w kategoriach „oczywistości”.

Inny argument osłabiający hipotezę pochodzi z badań własnych (kwestionariuszowe badania akademickie). Dzięki zebraniu informacji o miejscu przebiegu aranżacji ustalono, że w zaledwie 14 przypadkach rozmowa prowadzona była przez zamknięte drzwi lub zablokowane łańcuchem. Stanowi to 3% wizyt (zakończonych wywiadem lub odmową), w których ankietom udało się dotrzeć bezpośrednio pod drzwi mieszkania.

Zebrane dane skłaniają do odrzucenia hipotezy wzrostu lęku przed przestępczością. Nie chodzi tu o zaprzeczenie istnienia grup osób, które odmawiają wywiadu z powodu poczucia zagrożenia, ile o wskazanie, że żadna istotna zmiana na poziomie makro się nie dokonała. Z notatek ankierskich wynika, że lęk przed otwieraniem drzwi obcym charakteryzuje stałą grupę potencjalnych respondentów – przede wszystkim samotnie mieszkające starsze kobiety.

⁵⁶ M. Czubał, *Polska płotem podzielona*, „Polityka” nr 30 (2514) z dn. 30-07-2004, s. 4; por. M. Kołodziejczyk, *Płot z ostrym szpicem*, „Polityka” nr 38 (2263) z dn. 16-09-2000, s. 30.

⁵⁷ Listy, „Polityka” nr 42 (2267) z dn. 14-10-2000, s. 90.

⁵⁸ A. Bartetzky, op. cit., s. 12.

⁵⁹ Por. B. Jałowicki, op. cit., s. 54.

5.3.3. Spadek aktywności obywatelskiej

Inny zespół hipotez wynika z podejścia, zgodnie z którym uczestnictwo w sondażach jest formą politycznej partycypacji i podobnie jak udział w wyborach można je traktować jako rodzaj aktywności obywatelskiej.

Korzenie tego podejścia tkwią w ideach rozwijanych przez G. Gallupa, który stał na stanowisku, że sondaże stanowią ważny element politycznej infrastruktury i pozwalają realizować się demokracji przedstawicielskiej we właściwym kierunku⁶⁰. Jego idee znalazły wielu kontynuatorów i orędowników. Według J. Brehma sondaże, badania opinii publicznej są formą politycznej reprezentacji w znaczeniu dystrybutywnym⁶¹ (*surveys as political representation*) – lustrem, w którym odbijają się preferencje i opinie obywateli⁶². Podobnie jak G. Gallup i J. Brehm, S. Verba wskazywał, że spontaniczna aktywność polityczna charakteryzuje jednostki o wysokiej motywacji, dysponujące większymi zasobami, a co za tym idzie pokazującymi większymi możliwościami wpływu. Sondaże natomiast gwarantują odpowiednią reprezentację całej publiczności, a wynosząc komunikat obywateli do poziomu elit zapewniają każdemu głosowi równą słyszalność (respektując zasadę *one person one vote*). Tym samym, powie S. Verba, sondaże przyczyniają się do urzeczywistnienia idei politycznej równości (*political equality*)⁶³. W literaturze polskiej idee te najpełniej rozwija A. Sułek. Podkreślając doniosłość i wagę ustaleń „permanentnego referendum” pisze, iż *wiedza uzyskana w sondażach jest środkiem publicznej kontroli w polityce*⁶⁴.

Uczestnictwo w sondażach nie wymaga takich kosztów jak partycypacja wyborcza, która dla wielu pozostaje i tak jedyną formą aktywności obywatelskiej. *Nie musisz chodzić czy jechać do punktu wyborczego – ankieter przyjdzie do ciebie. Jeśli nie masz czasu, ankieter przyjdzie w innym terminie (w przypadku kiedy nie ma cię w domu, wróci aby dać ci drugą szansę)*⁶⁵. Przymiotem sondażu jest więc zwiększanie obywatel-

⁶⁰ Por. G. Gallup, S.F. Rae, *The pulse of democracy. The public opinion poll and how it works*, Greenwood Press, New York, 1968, s. 6–10, 144–166, 270.

⁶¹ Por. R. Markowski, *Wybory*, [w:] *Encyklopedia Socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa, 1998, s. 395.

⁶² J. Brehm, *The phantom...* op. cit., s. 2.

⁶³ S. Verba, *The citizen as respondent: sample surveys and American democracy*, „*American Political Science Review*”, vol. 90, No. 1, 1996, s. 1–4.

⁶⁴ A. Sułek, *Sondaż...* op. cit., s. 231.

⁶⁵ J. Brehm, *The phantom...* op. cit., s. 18.

lom szansy politycznej partycypacji (*polls subsidize political participation*)⁶⁶. Ustosunkowując się do tezy W. Lippmana, J. Brehm powie, że to nie publiczność jako taka zasługuje na przydomek *phantom*, ale raczej ci, którzy rezygnują z tej szansy odmawiając uczestnictwa w sondażach.

Podjęcie, zgodnie z którym udział w sondażach jest rodzajem politycznej partycypacji okazało się heurystycznie użyteczne, tym bardziej, że na gruncie amerykańskim od wielu lat trendy odmów oraz absencji wyborczej⁶⁷ podążają konsekwentnie w jednym kierunku. Zmniejsza się tu także ilość stowarzyszeń, liczba osób w nich działających, ilość akcji charytatywnych⁶⁸. Wystąpienie tych tendencji sugerowałoby pozytywny związek między chęcią kooperacji w sondażach a chęcią uczestnictwa w tradycyjnych obszarach aktywności obywatelskiej. Innymi słowy, przypuszcza się, że absencja sondażowa i absencja wyborcza współwystępują i są przejawem szerszego zjawiska, jakim jest apatia polityczna, słabnięcie norm w zakresie powinności obywatelskich, erozja idei społecznej kooperacji i działania na rzecz wspólnego dobra⁶⁹. Naturalnie, hipotezę o współwystępowaniu warto w pierwszym rzędzie testować na poziomie jednostki. Domeną dynamicznego podejścia środowiskowego będzie raczej odtworzenie kontekstu społecznego przez zaprezentowanie zmieniających się w czasie wartości zmiennych, które objaśniają absencję wyborczą i sprawdzenie w jakiej mierze kontekst ten wpływa na zmienność krzywej odmów.

Taki sposób rozumienia aktu uczestnictwa w sondażach, tj. jako formy politycznej partycypacji, prezentują Kojetin, Tucker i Cashman. Jest to według nich przejaw biernego uczestnictwa (*passive input*) – nie inicjowanego przez samego obywatela oraz sytuującego się na najniższym poziomie w hierarchii aktów partycypacji. W wykorzystywanym przez nich uzasadnieniu tego podejścia nie ma odwołań do roli badań opinii publicznej w demokracji – Kojetin, Tucker i Cashman uważają,

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ P.R. Abramson, J.H. Aldrich, *The decline of electoral participation in America*, „American Political Science Review”, vol. 76, 1982.

⁶⁸ R.D. Putnam, *Bowling alone: America's declining social capital*, „Journal of Democracy”, vol. 6, No. 1, 1995.

⁶⁹ Por. S. Knack, *Civic norms, social sanctions, and voter turnout*, „Rationality and Society”, vol. 4, no. 2, 1992, s. 149–150.

że ten sposób rozumienia aktu partycypacji można przyjąć w przypadku, gdy sondaż realizuje rządowy sponsor⁷⁰.

Autorzy ci, poszukując determinantów wzrostu odmów w rządowym sondażu *Current Population Survey* w latach 1960–1988, włączają do swoich analiz szerszy zestaw czynników niż tylko korelaty absencji wyborczej. Biorą pod uwagę poziom inflacji; bezrobocie; nastrojów konsumenckich; poparcia dla prezydenta; ocenę prowadzonej polityki wewnętrznej i zagranicznej; procent w jakim problemy społeczne, ekonomiczne, zagraniczne uznane są w danej chwili za najważniejsze dla kraju. Stawiając pytanie czy ocena działalności władz wpływa na chęć uczestnictwa w sondażach, rozważają dwie ewentualności. W pierwszej, negatywna ocena będzie sprzyjać odrzuceniu propozycji partycypacji, innymi słowy wystąpi prawidłowość typowa dla głosowania wyborczego. W drugiej, negatywna ocena będzie zwiększać prawdopodobieństwo partycypacji – udział w sondażu jednostki będą postrzegać jako możliwość wypowiedzenia się, uczynienia własnego głosu bardziej „słyszalnym” – ich zachowanie można tym samym interpretować jako podjęcie próby wymuszenia od władzy większej reaktywności na potrzeby i bolączki zgłaszane przez obywateli⁷¹.

Uwzględniając cały badany okres zaobserwowano, iż wyższemu procentowi poparcia dla prezydenta towarzyszył spadek odmów. Podobny efekt występował wraz z poprawą nastrojów konsumenckich⁷² i spadkiem inflacji⁷³. Bliższy ogląd wyników pokazuje jednak, że chociaż zależności o tych kierunkach utrzymały się na poziomie istotnym statystycznie w całym badanym okresie, były silniejsze w pierwszej erze politycznej obejmującej lata 1960–1974 (*Vietnam era*). Okazało się także, iż zależności te straciły na sile, oraz – co ważniejsze – zmieniły kierunek w drugiej erze przypadającej na okres 1975–1988 (*post-Watergate era*)⁷⁴.

Badacze zaobserwowali, wbrew oczekiwaniom, że poziom bezrobocia koreluje ujemnie z odsetkiem odmów na przestrzeni całego badanego okresu. Innymi słowy wraz z polepszaniem się tego obiektywnego

⁷⁰ B. Kojetin, C. Tucker, E. Cashman, op. cit., s. 1237.

⁷¹ Ibidem, s. 1236.

⁷² Mierzonego za pomocą *Index of Consumer Sentiment (ICS)*.

⁷³ Mierzonego za pomocą *Consumer Price Index (CPI)*.

⁷⁴ B. Kojetin, C. Tucker, *Exploring the relation of economic and political conditions with refusal rates to government survey*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, no. 2, 1999, s. 177, 180; B. Kojetin, C. Tucker, E. Cashman, op. cit., s. 1238–1239, 1241.

wskaźnika sytuacji ekonomicznej odmowy wzrastały – kierunek tego związku w obydwu okresach był taki sam, ale w pierwszym zależność była silniejsza⁷⁵.

Jak piszą autorzy publikacji, podział na ery polityczne znalazł uzasadnienie i akceptację wielu naukowców. Wyznaczają go kluczowe, szczególne wydarzenia polityczne, do których zalicza się przede wszystkim wojnę w Wietnamie i skandal *Watergate*. W koncepcji er politycznych odwołują się także do pojęcia generacji politycznej – pokolenia, którego członków łączą wspólne doświadczenia historyczne. *Wietnam era* to okres, w którym problemy społeczne, prawa obywatelskie i polityka zagraniczna silnie absorbowały obywateli amerykańskich. To także czas znacznego spadku zaufania do władzy i wzrostu poczucia alienacji. W *Post-Watergate era* nastąpiło przeorientowanie – większą wagę zaczęto przykładąć do problemów ekonomicznych, obywatele skupili się na własnej sytuacji materialnej⁷⁶.

Przedstawione badania, nie tylko ze względu na zastosowanie analiz ekologicznych, ale także ze względu na częste występowanie związków o przeciwnastawnych kierunkach w wydzielonych podokresach, odsłaniają liczne trudności, w tym problemy interpretacyjne uzyskanych wyników. Mimo swoich ograniczeń, analiza Kojetina i Tuckera wydaje się mieć ważny wkład w rozwój badań nad zjawiskiem niedostępności respondentów – w podejściu częściowo zgodnym z tym jakie prezentuje J. Goyder, którego wyniki badań przedstawiam poniżej, próbują oni przedstawić potencjalnego respondenta jako jednostkę racjonalną, działającą w oparciu o rachunek korzyści i kosztów, rozważanych przez pryzmat ocen i opinii na temat działalności władz.

Trzeba dodać, że i w refleksji polskich metodologów rozważających przyczyny wzrostu odmów nie brak odwołań do hipotezy apatii i spadku aktywności obywatelskiej. Jeszcze w odniesieniu do rzeczywistości lat '80 K. Lutyńska zwraca uwagę na współwystępowanie trendu wzrostu odmów i spadku frekwencji wyborczej. Wskazuje ona także na inne, pokrewne zjawisko jakim jest brak poczucia wpływu i utrata wiary, że badania sondażowe mogą być skutecznym narzędziem zmiany rzeczywistości społecznej⁷⁷. Wpływ nastrojów społecznych i *rosnącej apatii* wyraźnie akcentuje F. Sztabiński opisując rzeczywistość lat '90

⁷⁵ B. Kojetin, C. Tucker, op. cit., s. 177, 180.

⁷⁶ B. Kojetin, C. Tucker, E. Cashman, op. cit., s. 1237.

⁷⁷ Por. K. Lutyńska, *Analiza odmów...* op. cit., s. 231.

– W ciągu pierwszych kilku lat zaobserwować można było spadek odmów, co było wynikiem pewnej euforii związanej z poczuciem bezpośredniego wpływu na to co się dzieje. [...] W kolejnych latach ('93–'96) zaobserwować można było narastające rozczarowanie sytuacją istniejącą w kraju („brak wpływu na to co się dzieje”),...⁷⁸. Zderzenie oczekiwań, także wobec sondaży, z ogólnym zniechęceniem i poczuciem bezsilności itp., przy jednoczesnym braku szacunku dla „świata instytucji”, który nie może się uporać z patologiami życia gospodarczego i społecznego było przedmiotem już wcześniejszych rozważań Sztabińskich w odniesieniu do rzeczywistości po 1992 roku⁷⁹. Piszą oni, że odsetek odmów wydaje się być związany z wahaniem nastrojów w społeczeństwie: „zamykaniem się w sobie” i „otwieraniem się” – w zależności od aktualnego poziomu życia, sytuacji gospodarczej i postrzeganych w tym zakresie perspektyw⁸⁰.

Wśród realizowanych w Polsce sondaży, warunki pozwalające testować hipotezę spełniają przede wszystkim badania *Aktualne problemy i wydarzenia (APIW)* przeprowadzane przez CBOS. Decyduje o tym kilka względów. Po pierwsze, są to badania, w których publiczność poddaje ocenie działalność władz i opiniuje w sprawach korespondujących z decyzjami rządzącymi. Po drugie, są to badania prowadzone na użytek społeczny – to znaczy, że wyniki są podawane do publicznej wiadomości, a dostęp do nich możliwy jest zarówno „u źródła” (strony internetowe CBOS itd.) jak i poprzez media⁸¹. Z punktu widzenia możliwości odniesienia się do hipotezy nie mniej ważne jest, że badania te prowadzone są w sposób systematyczny – od 1992 roku w cyklu comiesięcznym.

Dla odtworzenia kontekstu makrosocjalnego, który miałby objaśniać zmienność krzywej kooperacji, wyszukano w źródłach literaturowych informacje o cechach sprzyjających rezygnacji z uczestnictwa wyborczego. Wyłączając zmienne demograficzne, odnaleziono doniesienia mówiące o tym, że korelatami absencji wyborczej są:

⁷⁸ F. Sztabiński, *Jak dotrzeć do respondenta...* op. cit., s. 144.

⁷⁹ P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, *Respondenci początku lat '90. Stosunek do badań i jego uwarunkowania*, „Studia Socjologiczne”, t. 2 (133), 1994, s. 149.

⁸⁰ P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, op. cit., s. 152.

⁸¹ Informacje te zawiera list zapowiedni.

- Negatywne, pesymistyczne nastroje społeczne (ocena i prognoza własnej sytuacji oraz kraju w wymiarze politycznym i gospodarczym)⁸²;
- Poczucie braku wpływu na rządzących (*external political efficacy*) – mierzone stwierdzeniami typu: *Przedstawiciele władz nie przejmują się tym co myślą ludzie tacy jak ja*; *Ludzie tacy jak ja nie mają nic do powiedzenia w kwestii tego co robi rząd* itd.⁸³;
- Poczucie braku kompetencji, zdolności do uczestnictwa w procesie politycznym (*internal political efficacy*) – mierzone stwierdzeniami typu: *Polityka jest zbyt skomplikowana dla ludzi takich jak ja*⁸⁴;
- Brak identyfikacji partyjnej⁸⁵; siła i stabilność identyfikacji partyjnej⁸⁶; Dezorientacja ewaluatywna (anomia społeczno-polityczna) – niezrozumienie celu, kierunku, sensu przemian, dezorientacja w systemie wartości panującego porządku politycznego⁸⁷;
- Brak zainteresowania polityką⁸⁸;
- Cynizm polityczny, mierzony pytaniami: *Aby pełnić w naszym kraju jakąś funkcję we władzy nie można być uczciwym człowiekiem*; *To*

⁸² K. Skarżyńska, K. Chmielewski, *Obawy Polaków a preferencje wyborcze*, [w:] (red.) J. Reykowski, *Wartości i postawy Polaków a zmiany systemowe, Szkice z psychologii politycznej*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa, 1991; K. Chmielewski, K. Skarżyńska, *Nadzieje i obawy Polaków a preferencje wyborcze*, [w:] *Polski wyborca '90, Psychospołeczne studia nad wyborami prezydenckimi*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa, 1991 obydwie przytaczam za: K. Korzeniowski, *O psychospołecznych uwarunkowaniach zachowań wyborczych Polaków w latach dziewięćdziesiątych*, [w:] (red.) L. Kolarska-Bobińska, R. Markowski, *Prognozy i wybory, Polska demokracja '95*, Wydawnictwo sejmowe, Warszawa 1997, s. 131; Skarżyńska, K. Chmielewski, *Zostać w domu czy pójść na wybory: różne uwarunkowania decyzji wyborczych*, „Kultura i Społeczeństwo”, t. XXXVIII nr 3, 1994, s. 42–43; K. Korzeniowski, *O psychospołecznych...* op. cit., s. 133; D. Przybysz, op. cit., s. 201–202, 206.

⁸³ K. Skarżyńska, K. Chmielewski, *Zostać w domu...* op. cit., s. 45–46; P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 515; D. Przybysz, 209–210; K. Korzeniowski, *O psychospołecznych...* op. cit., s. 136; A. Miszańska, *Reakcje...* op. cit., 145–146, 163–164; S. Verba, K.L. Schlozman, H.E. Brady, *Voice and equality. Civic voluntarism in american politics*, Cambridge, Harvard University Press, 1995, s. 358.

⁸⁴ P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 504.

⁸⁵ D. Przybysz, op. cit., s. 209–210.

⁸⁶ P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 510; S. Verba, K.L. Schlozman, H.E. Brady, op. cit.

⁸⁷ K. Korzeniowski, *O psychospołecznych...* op. cit., s. 133–134; A. Miszańska, *Reakcje...* op. cit., s. 186–187.

⁸⁸ K. Skarżyńska, K. Chmielewski, *Zostać w domu...* op. cit., s. 45–46; D. Przybysz, op. cit., s. 201–202, 206; A. Miszańska, *Reakcje...* op. cit., s. 179; S. Verba, K.L. Schlozman, H.E. Brady, op. cit.

*nie rząd nami rządzi; ci co naprawdę nami sterują, nie są nam w ogóle znani; Większość polityków, niezależnie od tego co mówi, tak naprawdę dba tylko o swoją karierę*⁸⁹;

– Egalitaryzm, mierzony pytaniami: *W miejscu pracy premie powinno się dzielić w ramach zespołów „po równo”, by uniknąć niepotrzebnych konfliktów; Należy utrzymywać stanowiska pracy, które tak naprawdę nie są potrzebne, po to, by ludzie nie byli bezrobotni; Należy wprowadzić ograniczenie zarobków dla najwyżej zarabiających*⁹⁰;

– Welferyzm, oczekiwanie pełnienia przez państwo funkcji opiekuńczej, mierzone pytaniami: *Zbyt dużo ludzi w dzisiejszych czasach liczy na pomoc państwa; Zapewnienie pracy każdemu, kto chce pracować powinno być obowiązkiem rządu; Wielu z tych, którzy otrzymują zasiłki z pomocy społecznej, tak naprawdę nie zasługuje na pomoc*⁹¹;

– Brak zaufania do władz⁹²;

– Krytyczny stosunek do naczelnych instytucji władzy w państwie⁹³;

– Brak poparcia dla reform ustrojowych w Polsce, negatywna ocena zmian po 1989 roku⁹⁴;

– Bycie bezrobotnym⁹⁵.

Niestety dla wielu zmiennych nie udało się zdobyć danych, które pozwoliłyby zbudować długofalowy trend. Pod tym względem, największą szkodą jest brak pomiarów dla zmiennej mówiącej o poczuciu wpływu na politykę i rządzących – silny korelat absencji wyborczej, ustalony zarówno w badaniach przekrojowych jak i dynamicznych (drugą taką cechą jest identyfikacja partyjna)⁹⁶. I tu istotna uwaga – wedle mojej wiedzy, w Polsce nie przeprowadzono jeszcze badań dynamicznych nad zjawiskiem absencji wyborczej, które na wzór studium Abramsona i Aldricha odpowiedziałyby na pytanie o przyczyny spadku frekwencji. Jest to ważna kwestia, dlatego bo korelaty zjawiska badane-

⁸⁹ K. Korzeniowski, *O psychospołecznych...* op. cit., s. 135.

⁹⁰ Ibidem, s. 139.

⁹¹ Ibidem, s. 141.

⁹² R. Markowski, *Absencja i bierność*, „Krytyka” nr 38, 1992, s. 70 przytaczam z a: A. Miszańska, *Reakcje...* op. cit., s. 178.

⁹³ A. Miszańska, *Reakcje...* op. cit., s. 178.

⁹⁴ Ibidem, s. 178–179; D. Przybysz, op. cit., s. 201.

⁹⁵ D. Przybysz, op. cit., s. 201–202, 206.

⁹⁶ P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 510.

go w ujęciu przekrojowym, nie muszą okazać się jego korelatami w ujęciu wzdłuż czasowym⁹⁷.

Wyjściowa pula zmiennych, dla których zdobyto dane to:

- Nastroje społeczne;
- Ocena kierunku rozwoju sytuacji w kraju⁹⁸;
- Prognoza sytuacji w kraju⁹⁹;
- Ocena sytuacji politycznej w kraju¹⁰⁰;
- Prognoza sytuacji politycznej w kraju¹⁰¹;
- Ocena sytuacji gospodarczej w kraju¹⁰²;
- Prognoza sytuacji gospodarczej w kraju¹⁰³;
- Ocena poziomu życia respondenta i jego rodziny¹⁰⁴;
- Prognoza dotycząca poziomu życia respondenta i jego rodziny¹⁰⁵;
- Ocena warunków materialnych gospodarstwa domowego¹⁰⁶;
- 1. Ocena działalności Sejmu¹⁰⁷;
- 2. Stosunek do rządu¹⁰⁸;
- 3. Ocena gospodarczej polityki rządu¹⁰⁹;

⁹⁷ Jakkolwiek poczucie kompetencji politycznej (*internal political efficacy*) wpływa na decyzje o udziale w wyborach, zmienna ta nie objaśniła spadku frekwencji wyborczej – jej wartość nie zmieniła się w czasie. P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 504.

⁹⁸ Pytanie: *Czy, ogólnie rzecz biorąc, sytuacja w naszym kraju zmierza w dobrym czy też złym kierunku? (w dobrym, w złym, trudno powiedzieć).*

⁹⁹ Pytanie: *Jak P. sądzi, czy w ciągu najbliższego roku sytuacja w Polsce poprawi się, pogorszy czy też nie zmieni się? trudno powiedzieć.*

¹⁰⁰ Pytanie: *Jak P. ogólnie ocenia obecną sytuację polityczną w Polsce? Czy jest ona: dobra; ani dobra ani zła; zła? trudno powiedzieć.*

¹⁰¹ Pytanie: *Czy, P. zdaniem, w ciągu najbliższego roku sytuacja polityczna w Polsce: poprawi się; nie zmieni się; pogorszy się? trudno powiedzieć.*

¹⁰² Pytanie: *Jak P. ogólnie ocenia obecną sytuację gospodarczą w Polsce? Czy jest ona: dobra; ani dobra ani zła; zła? trudno powiedzieć.*

¹⁰³ Pytanie: *Czy, P. zdaniem, w ciągu najbliższego roku sytuacja gospodarcza w Polsce: poprawi się; nie zmieni się; pogorszy się? trudno powiedzieć.*

¹⁰⁴ Pytanie: *Czy obecnie Pani(u) i Pani(a) rodzinie żyje się: dobrze; ani dobrze ani źle, źle? trudno powiedzieć.*

¹⁰⁵ Pytanie: *Jak P. sądzi, czy za rok Pani(u) i Pani(u) rodzinie będzie się żyło: lepiej; tak samo, gorzej? trudno powiedzieć.*

¹⁰⁶ Pytanie: *Jak P. ocenia obecne warunki materialne swojego gospodarstwa domowego? Czy są one: dobre; ani dobre ani złe; złe? trudno powiedzieć.*

¹⁰⁷ Pytanie: *Czy P. zdaniem działalność Sejmu dobrze służy społeczeństwu? (tak; nie; trudno powiedzieć)* Pytanie zadawane od grudnia 1997: *Jak by P. ocenił działalność Sejmu? (dobrze; źle; trudno powiedzieć).*

¹⁰⁸ Pytanie: *Jak określił(a)by P. swój stosunek do rządu? Czy jest Pan jego: zwolennikiem; przeciwnikiem, czy też P. stosunek do rządu jest obojętny? trudno powiedzieć.*

4. Zainteresowanie polityką¹¹⁰;
5. Stopa bezrobocia¹¹¹;
6. Prospektywna deklaracja udziału w wyborach parlamentarnych¹¹².

Źródłem informacji o wartościach zmiennych mierzonych drogą sondażową był CBOS. Nieregularność, z jaką ośrodek informował o wynikach uzyskanych w poszczególnych klasach miejscowości, spowodowała, że analiza mogła być przeprowadzona jedynie na poziomie kraju.

Niestety nie dla wszystkich zmiennych z listy możliwe było zebranie maksymalnej liczby pomiarów tzn. równej pomiarom zmiennej zależnej (N=82). Co więcej, braki danych dla poszczególnych zmiennych rzadko występowały w tych samych momentach czasowych. Najmniejszą ilość pomiarów miała zmienna informująca o stosunku do Sejmu (N=59). Dla niej brakujące dane uzupełniono średnią z sąsiadujących pomiarów, jednak zabiegu tego nie stosowano, jeżeli liczba braków w ciągu była większa niż 2 i wtedy gdy pomiar przypadał na czas nieistnienia parlamentu. W ten sposób, zachowując wszystkie zmienne, liczbę punktów czasowych zwiększono do 67. Okazało się jednakże, że żadna ze zmiennych, którą włączono kosztem pomniejszenia N, nie weszła do równania regresji. Ta sytuacja powtarzała się przy kolejnych próbach stopniowego wyłączania zmiennych z niepełną ilością pomiarów. Każdorazowo najsilniejszym predyktorem okazywała się jedna ze zmiennych o maksymalnej liczbie obserwacji. W tej sytuacji podjęto decyzję o włączeniu do modelu jedynie tych zmiennych, dla których N wynosi 82. Ponieważ jednak kilka ważnych (z teoretycznego punktu widzenia) zmiennych zostało w wyniku tego zabiegu wyeliminowanych, warto na

¹⁰⁹ Pytanie zadawane do września 1994: *Czy P. zdaniem polityka rządu stwarza szansę wyjścia z kryzysu gospodarczego? (tak; nie; trudno powiedzieć)*; Pytanie: *Czy Pana zdaniem polityka rządu stwarza szansę poprawy sytuacji gospodarczej? (tak; nie; trudno powiedzieć)*.

¹¹⁰ Pytanie: *Jak określił(a)by P. swoje zainteresowanie polityką? Uważam, że moje zainteresowanie polityką jest: 1) bardzo duże – uważnie (szczegółowo) śledzę prawie wszystko, co się dzieje w polityce; 2) duże – dość uważnie śledzę to co się dzieje w polityce; 3) średnie – śledzę jedynie główne wydarzenia; 4) nikłe, niewielkie – często umykają mojej uwadze nawet ważne wydarzenia; 5) żadne, praktycznie mnie to nie interesuje; 6) określiłbym to inaczej, jak...?; 7) trudno powiedzieć.*

¹¹¹ www.stat.gov.pl, dane z wykorzystaniem wyników NSP

¹¹² Pytanie o zamiar udziału w wyborach parlamentarnych zadawano w badanym okresie na kilka sposobów. Różnice dotyczą zarówno części rozwijającej pytania oraz proponowanych odpowiedzi. W okresie zbliżających się wyborów w pytaniu zamieszczano datę elekcji, w pozostałych przypadkach pytano *Gdyby w najbliższą niedzielę odbywały się wybory....* Wyróżniono trzy warianty stosowanych skal.

chwilę zatrzymać się przy rezultatach uzyskanych w wariancie, który zakładał maksymalną liczbę zmiennych i najmniejszą liczbę obserwacji (N=67). W tym wypadku można się ograniczyć do przedstawienia wartości współczynnika korelacji.

W tabeli 4 umieszczono zarówno „pozytywne” jak i „negatywne” wskaźniki. Jeżeli chodzi o nastroje społeczne dotyczące losów kraju, widać, że silniejszymi korelatami są oceny negatywne i prognozy pozytywne.

Tabela 4
Wartości współczynnika korelacji *r* *Persona* między współczynnikiem kooperacji COOP4 a korelatami absencji wyborczej, dla N=67

Zmienna niezależna	<i>r</i>
Dobra ocena sytuacji w kraju	0,49**
Zła ocena sytuacji w kraju	-0,56**
Prognoza poprawy sytuacji w kraju	0,69**
Prognoza pogorszenia sytuacji w kraju	-0,55**
Dobra ocena sytuacji politycznej	0,37**
Zła ocena sytuacji politycznej	-0,46**
Prognoza poprawy sytuacji politycznej	0,65**
Prognoza pogorszenia sytuacji politycznej	-0,31*
Dobra ocena sytuacji gospodarczej	0,62**
Zła ocena sytuacji gospodarczej	-0,67**
Prognoza poprawy sytuacji gospodarczej	0,72**
Prognoza pogorszenia sytuacji gospodarczej	-0,47**
Pozytywny stosunek do rządu	0,56**
Negatywny stosunek do rządu	-0,57**
Pozytywna ocena polityki gospodarczej rządu	0,54**
Negatywna ocena polityki gospodarczej rządu	-0,53**
Pozytywna ocena działalności Sejmu	0,69**
Negatywna ocena działalności Sejmu	-0,63**
Stopa bezrobocia	-0,67**
Deklaracja uczestnictwa w wyborach	0,22
Deklaracja nie uczestnictwa w wyborach	-0,23
Dobra ocena poziomu życia (respondenta i jego rodziny)	-0,02
Zła ocena poziomu życia (j.w.)	-0,09
Prognoza poprawy poziomu życia (j.w.)	0,65**
Prognoza pogorszenia poziomu życia (j.w.)	-0,20
Pozytywna ocena warunków materialnych własnego gospodarstwa	-0,05
Negatywna ocena warunków materialnych własnego gospodarstwa	-0,11
Całkowity brak zainteresowania polityką	0,58**

** $p < 0,001$; * $p < 0,005$

Źródło: Opracowanie własne.

Zwraca uwagę, że w przypadku niemal wszystkich korelacji wystąpiły prawidłowości typowe dla głosowania wyborczego – pogorszeniu ocen, opinii, prognoz towarzyszył spadek kooperacji. Co więcej, związki te niekiedy były bardzo silne. Wysoko korelują zmienne odnoszące się do problemów gospodarczych kraju, naczelnych instytucji władzy. Słabe i nieistotne statystycznie zależności, ale zgodne z oczekiwanym kierunkiem charakteryzują zmienne mierzące gotowość wzięcia udziału w wyborach.

Zależność odwrotna wystąpiła w przypadku zmiennej mówiącej o zainteresowaniu polityką – dane pokazują, że zwiększanie się odsetka osób nie zainteresowanych polityką szło w parze z wyższym poziomem kooperacji¹¹³. W przypadku zmiennych mówiących o ocenie poziomu własnego życia i sytuacji materialnej w gospodarstwie obserwuje się bardzo słabe zależności i niezależny od oceny negatywny kierunek związku.

Jak powiedziano, drugi – właściwy wariant obejmował wszystkie punkty czasowe. Po zbudowaniu macierzy korelacji wyeliminowano z niej te zmienne niezależne, między którymi istniał bardzo silny (0,9 i więcej) związek. W efekcie, do analizy regresji wytypowano 9 zmiennych wyjaśniających. Wynikiem analizy macierzy korelacji jest tabela 5. Zawarte w niej informacje na temat siły i kierunku związku między zmienną zależną i zmiennymi niezależnymi pokrywają się ogólnie z prawidłowościami, jakie ustalono uwzględniając mniejszą liczbę obserwacji.

Wyniki analizy regresji (tabela 6) pokazują, że najsilniejszym predyktorem współczynnika kooperacji była pozytywna prognoza sytuacji gospodarczej w kraju (X_6) – im więcej osób podzielało wiarę w poprawę tym więcej zgadzało się uczestniczyć w sondażu. Warto odnotować, że ta zmienna sama objaśnia niemal 50% zmienności współczynnika kooperacji (skorygowany $R^2=0,497$)¹¹⁴. Do równania regresji zostały też włączone dwa inne wskaźniki gospodarcze – stopa bezrobocia oraz negatywna ocena sytuacji gospodarczej w kraju. Jednocześnie, w rów-

¹¹³ Być może szukanie prawidłowości między wynikiem mojego badania, a badaniem przeprowadzonym przez P. Sztabińskiego jest nieuzasadnione, niemniej warto zwrócić uwagę, iż uzyskał on ten sam, mało oczekiwany rezultat w odniesieniu do przebadanych respondentów niedostępnych w badaniu wstępnym do ESS-2004, którzy zadeklarowali wyższy poziom zainteresowania polityką niż właściwi respondenci. P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, D. Przybysz, op. cit., s. 36.

¹¹⁴ Dane nie prezentowane w tabelach.

naniu została także uwzględniona zmienna odnosząca się do wymiaru indywidualnego – pozytywna ocena poziomu życia (respondenta i jego rodziny), która koreluje w innym niż początkowo się spodziewano kierunku – znak ujemny informuje, że wraz z polepszaniem się indywidualnego poziomu życia zmniejsza się chęć kooperacji. Zmienna ta jest bardzo silnie związana z cechą, która mówi o warunkach materialnych w gospodarstwie domowym ($r=0,93$)¹¹⁵. Siła tego związku wskazuje, że odpowiadając na pytanie o poziom życia respondenci dokonywali oceny głównie przez pryzmat własnych warunków materialnych. Warto jednocześnie zauważyć, że pozytywna ocena poziomu życia jest praktycznie niezwiązana z prognozą poprawy sytuacji gospodarczej ($r=0,16$), w nie wielkim stopniu ze stopą bezrobocia ($r=-0,39$) i w największym z negatywną oceną sytuacji gospodarczej ($r=-0,58$).

Tabela 5

Macierz korelacji dla zmiennych użytych w analizie regresji

	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}
X_1	1	0,55**	-0,41**	0,62**	-0,58**	0,71**	-0,16	-0,18	-0,61**	0,59**
X_2		1	0,87**	-0,68**	0,84**	-0,87**	0,46**	0,67**	0,65**	-0,29**
X_3			1	-0,56**	0,74**	-0,72**	0,53**	0,59**	0,61**	-0,17
X_4				1	-0,50**	0,86**	-0,02	-0,50**	-0,45**	0,27
X_5					1	-0,72**	0,58**	0,53**	0,81**	-0,32**
X_6						1	0,16	-0,65**	-0,53**	0,36**
X_7							1	-0,47**	-0,39**	-0,23*
X_8								1	0,17	-0,03
X_9									1	-0,42**
X_{10}										1

N=82; * $p<0,05$; ** $p<0,01$

Źródło: Opracowanie własne.

¹¹⁵ Dane nie prezentowane w tabelach.

Tabela 6

Wyniki analizy regresji (metoda stepwise)

Model	Standaryzowany współczynnik regresji (Beta)	<i>p</i>	Współczynnik korelacji <i>r</i>	Korelacja częściowa	F	Sumaryczna ocena modelu	
						<i>p</i>	Skorygowany R^2
X_6	0,325	0,001	0,709	0,370	63,640	0,000	0,756
X_9	-0,326	0,001	-0,609	-0,355			
X_7	-0,587	0,000	-0,164	-0,642			
X_5	-0,421	0,008	-0,576	-0,296			

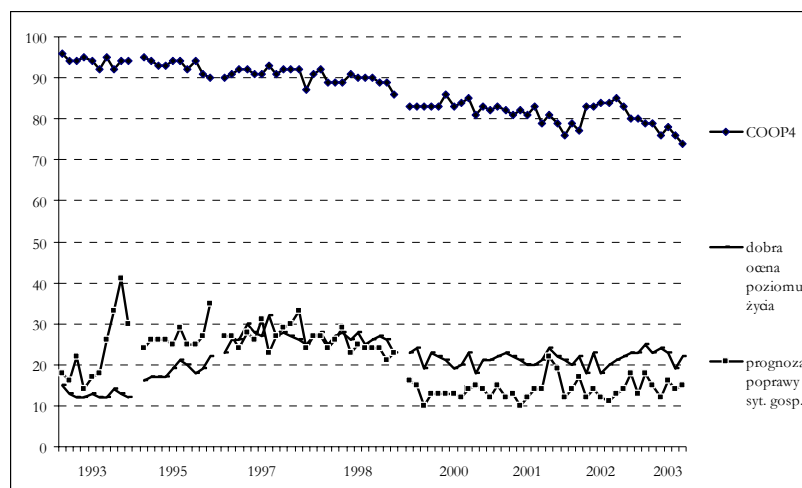
N=82

Legenda: X_1 – współczynnik kooperacji COOP4; X_2 – zła ocena sytuacji w kraju; X_3 – zła ocena sytuacji politycznej w kraju; X_4 – prognoza poprawy sytuacji politycznej w kraju; X_5 – zła ocena sytuacji gospodarczej w kraju; X_6 – prognoza poprawy sytuacji gospodarczej w kraju; X_7 – dobra ocena poziomu życia (respondenta i jego rodziny); X_8 – prognoza pogorszenia poziomu życia (respondenta i jego rodziny); X_9 – stopa bezrobocia; X_{10} – całkowity brak zainteresowania polityką

Źródło: Opracowanie własne.

Obecność w równaniu zmiennej, która słabo korelowała ze współczynnikiem kooperacji (w relacji dwuzmiennowej) mogła być pewnym zaskoczeniem. Jednakże, okazało się, że w przestrzeni wielowymiarowej zmienna ta „nabiera mocy” i osłabia siłę pozostałych predyktorów (informuje o tym wartość korelacji częściowych).

Graficznie, wzajemne relacje między współczynnikiem kooperacji, prognozą poprawy sytuacji gospodarczej i dobrą oceną poziomu własnego życia pokazuje wykres 12. Z jego analizy wynika, że do połowy lat '90 tj. do czasu kiedy społeczeństwo czuło się mniej zasobne silniej wyrażano nadzieję na poprawę sytuacji gospodarczej. Od początku 2000 roku relacja ta na stałe uległa odwróceniu – większej zamożności towarzyszyła bardziej krytyczna ocena możliwości państwa w zakresie zmiany tej sytuacji.



Wykres 12. Krzywe przedstawiające przebieg zmiennej zależnej i dwóch predyktorów
Źródło: Opracowanie własne.

Obserwacje te dobrze się wpisują w ustalenia pochodzące z raportów DIAGNOZA 2000 i 2003. Mówią one, że (...) *przeciętnie rzecz biorąc większości żyje się z roku na rok coraz lepiej (...); (...) dzisiaj nasza kondycja jest najlepsza od początku III Republiki*. Jednocześnie J. Czapieński pisze o rozwodzie obywateli z państwem (w pewnej mierze uzasadnionym) i wskazuje, że (...) *zamiast społeczeństwa obywatelskiego powstało społeczeństwo zaradne, które zaradność realizuje często kosztem państwa*¹¹⁶. Podobnie skomentował wyniki A. Sułek: *Odwracamy się od państwa, ale wcale nie w stronę silnego społeczeństwa obywatelskiego. Dbamy przede wszystkim o własne interesy*¹¹⁷. Raport z 2000 roku donosił, że mimo zwiększenia dobrostanu, *spada pozytywna ocena procesu transformacji (...); zadowolenie w różnym stopniu z bieżącej sytuacji w kraju wyraża tylko niepełne 20 proc., zaś reszta to głównie niezadowoleni*. Dominujący mechanizm atrybucji jest taki, że

¹¹⁶ J. Czapieński, *Podsumowanie. Dla kogo III RP jest matką, a dla kogo macochą?*; [w:] (red.) J. Czapieński, T. Panek, *Diagnoza 2003, Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 2003, s. 293 www.diagnoza.com (luty 2007).

¹¹⁷ A. Sułek w wywiadzie dla Gazety Wyborczej [w:] W. Szacki, *Niespołeczni*, „Gazeta Wyborcza” nr 191, z dn. 18.08.2003, s. 3.

sukcesy przypisujemy przede wszystkim sobie, zaś niepowodzenia – państwu¹¹⁸. O niskim poziomie legitymizacji władzy i braku zaufania do instytucji państwowych na podstawie innych badań mówił H. Domański¹¹⁹.

Okazuje się, że oba te zjawiska, wydawać by się mogło na pozór niekonsekwentne – zwiększenie krytycyzmu w ocenie władz i poprawa jakości życia – idą w parze, i co ważniejsze z punktu widzenia postawionego problemu, są związane ze zjawiskiem chęci partycypacji w sondażach i objaśniają aż 75% wariancji współczynnika kooperacji (skorygowany $R^2=0,756$) – w naukach społecznych to wartość nadspodziewanie wysoka.

Te ciekawe socjologicznie obserwacje pokazują drugie dno problemu – wycofanie ze sfery publicznej nie jest prostym przypadkiem reakcji obywatelskiego społeczeństwa na degenerację elit politycznych i złą koniunkturę gospodarczą. Jeżeli spojrzeć na problem z szerszej perspektywy, to uchwycone tu zjawisko mieści się w obserwacjach i ustaleniach, jakie czynią naukowcy zajmujący się kondycją współczesnych demokracji. A. Miszańska pisze o kwestii interesu publicznego, która *nieodłącznie związana z filozofią demokratycznego państwa (...) traci swe znaczenie w komercyjnym języku naszych czasów i przegrywa nader często z myśleniem w kategoriach partykularnych interesów*¹²⁰. Zwraca także uwagę na zjawisko depolityzacji, czy mówiąc językiem innych teoretyków – większego zainteresowania liberalizmem aniżeli demokracją, wolnością negatywną aniżeli pozytywną. A Miszańska pisze, że wycofaniu się z uczestnictwa w procesie politycznym towarzyszy obecnie przerzucenie odpowiedzialności za kształt państwa na instytucje władzy, od których oczekuje się efektywności w realizacji ważnych społecznie celów. Zadaje w końcu pytanie – *Być może duch i cnoty obywatelskie ujawniają się głównie w ciężkich czasach, słabną zaś w czasach rosnącego dobrobytu i bezpieczeństwa ekonomicznego?*¹²¹

¹¹⁸ J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2000, Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami społecznymi po 10 latach transformacji*, s. 159–160, www.diagnoza.com (luty 2007).

¹¹⁹ H. Domański, *Nieufny Polak, Państwo to nie my*, „Polityka” nr 49 (2533), z dn. 10.12.2005, s. 94.

¹²⁰ A. Miszańska, *Sytuacja demokracji u schyłku wieku – niepokoje globalne, niepokoje polskie*, „Kultura i Społeczeństwo”, t. XLIV, nr 3, 2000, s. 33.

¹²¹ Ibidem, s. 34–35.

5.3.4. Wzrost potrzeby ochrony prywatności

W poszukiwaniu przyczyn wzrostu odmów w badaniach sondażowych wysuwa się także przypuszczenie, że zjawisko to ma związek ze wzmagającą się potrzebą jednostek ochrony własnej prywatności.

Znaczenia terminu „prywatność”, które tu chcę przedstawić nawiązują do potocznego rozumienia tego pojęcia jako prawa do bycia pozostawionym w spokoju. A. Westin definiuje prywatność jako roszczenie (*claim*) jednostek, grup, instytucji do decydowania o tym kiedy, jak i w jakim zakresie informacje na ich temat będą innym komunikowane¹²². E. Shils definiuje ją w kategoriach przestrzeni mówiąc, że prywatność oznacza obecność granicy, przez którą informacja posiadana przez jednostkę nie przyływa do innych¹²³. Niezależnie od przyjętej definicji terminu, koncepcja prywatności zakłada obecność innych podmiotów – o prywatności można mówić tylko w interakcyjnym kontekście, który zakłada, że alternatywa wobec niej (czyli brak lub naruszenie prywatności) jest możliwa. Nie jest więc prywatność tym samym co separacja, pozostawanie w izolacji, odosobnieniu etc¹²⁴.

Ważne tło prowadzonych tu rozważań stanowi historia rozwoju zjawiska prywatności w zachodniej cywilizacji, której najważniejsze punkty postaram się przedstawić, odwołując się do piśmiennictwa E. Shilsa. W obrębie tej historii dają się z grubsza wyodrębnić dwa etapy. Pierwszy, zaczynający się pod koniec XIX wieku, obejmuje proces powstania idei prywatności. Czynniki sprzyjające jej pojawieniu się były zjawiska przyczyniające się do obniżenia poziomu kontroli społecznej – mobilność terytorialna, przejście ze wsi do miast, rozdzielanie miejsca pracy od zamieszkania. Wykształcenie się tej wartości wspomagała także edukacja, polepszanie się warunków życiowych (w tym mieszkaniowych) i zajmowanie odpowiedniej pozycji społecznej (nie niższej niż wyższa klasa robotnicza), a także względna nieinwazyjność instytucji państwa ograniczającego się do roli „stróża nocnego”. W tych warunkach rodzi się indywidualistyczny etos – w zachowaniu

¹²² Por. A. Westin, *Privacy and freedom*, London, Bodley Head, 1970, s. 7 p r z y -
t a c z a m z a: M. Bulmer, op. cit., s. 4.

¹²³ E. Shils, *Privacy in modern industrial society*, [w:] (ed.) M. Bulmer, *Censuses...*
op. cit., s. 24.

¹²⁴ Por. M. Bulmer, op. cit., s. 5; E. Shils, op. cit., s. 23.

dostrzegany jest element dobrowolności; działania można przypisywać konkretnemu człowiekowi; jednostka zaczyna mieć własną historię¹²⁵.

Z orientacją indywidualistyczną (vs. kolektywistyczną), uzupełnia T. Johnson, wiąże się ukierunkowanie działań na własne interesy i potrzeby oraz dążenie w tych działaniach do ekwiwalentnej wymiany, opartej o rachunek zysków i strat. Orientacja indywidualistyczna będzie występować przede wszystkim w społeczeństwach, w których stopień akceptacji nierównej dystrybucji władzy (*power distance*) jest niski, istnieje więc tendencja do poddawania jej krytyce a uznanie własnej pozycji jako podrzędnej nie następuje w wyniku ślepego posłuszeństwa i konformizmu¹²⁶.

Drugi okres, rozpoczynający się od połowy XX wieku, charakteryzuje wcześniej nieobecna tendencja do naruszania prywatności jednostek przez podmioty, które w stosunkach władzy zajmują wyższą pozycję – są uprzywilejowane w sferze polityki, administracji, kultury etc. Dla zwiększenia bezpieczeństwa, możliwości planowania i racjonalnego administrowania, prawo większego wglądu w życie prywatne obywateli rości sobie państwo. Rosnące zapotrzebowanie na informacje o jednostkach, zaspokajane głównie poprzez działalność sondażową, zgłaszają przedstawiciele nauk społecznych, podmioty działające na rynku (pracodawcy, producenci), politycy i media¹²⁷. Jednocześnie proces gromadzenia, obróbki i przechowywania materiałów zawierających jednostkowe informacje zaczyna być wspomagany przez technologie elektroniczne. Dzięki temu możliwość wyszukiwania poszczególnych informacji, tworzenia zestawień, kompilacji z innymi bazami oraz przesyłu jest obecnie bez porównania łatwiejsza i nie wymaga obecności armii urzędników. Ta łatwość wiąże się z potencjalnym niebezpieczeństwem przedostania się materiałów w ręce trzecich osób. Nie przez przypadek więc problem prywatności współwystępuje współcześnie z problemem konfidențialności danych – skoro elektroniczna forma przechowywania danych jednostkowych wiąże się z groźbą ich wycieku, tym samym uzyskane informacje mogą znaleźć w niekontrolowanym, znacznie szerszym obiegu niż chcieliby tego informatorzy¹²⁸.

¹²⁵ E. Shils, op. cit., s. 24–29.

¹²⁶ T. Johnson, D. O'Rourke, J. Burris, L. Owens, *Culture and survey nonresponse*, [w:] (ed.) R. Groves, D. Dillman, J. Eltinge, J. Little, *Survey nonresponse*, John Wiley & Sons, New York, 2002, s. 62–63.

¹²⁷ Por. E. Shils, op. cit., s. 29–34.

¹²⁸ M. Bulmer, op. cit., s. 5, 9–12.

Podjęciu próby systematycznego oglądu zjawiska prywatności towarzyszy jednak pewien problem. Powstaje bowiem pytanie jakie konkretne, mierzalne zjawiska miałyby informować o reakcjach jednostek na naruszanie ich prywatności, i co ważniejsze z punktu widzenia postawionej hipotezy – czy istnieją dane, które informowałyby o zmianie tych reakcji w czasie.

Otóż, wielu badaczy – takich jak D. Cope¹²⁹, C. Hakim¹³⁰ czy J. Goyder uważa, że publikowane w mediach wypowiedzi, pojawiające się przy okazji przeprowadzania spisów powszechnych i zawierające wątki o naruszaniu prywatności, można w dużej mierze odnieść do badań sondażowych. Spis jest bowiem szczególnym rodzajem survey'u – od pozostałych odróżnia go narzucony przez państwo wymóg obligatoryjnego w nim uczestnictwa. Jednocześnie wymóg ten stymuluje osoby niechętne do odnajdywania innych niż odmowa form protestu. Dzieje się tak dlatego, że odmowa jest działaniem ryzykownym – pociąga za sobą kary. Wypowiedzenie się na forum medialnym jest bezpieczniejszą formą sprzeciwu¹³¹. Media generalnie są zainteresowane publikacją tego typu materiałów, ponieważ spis jest ogólnokrajowym wydarzeniem o dużej randze.

Jakkolwiek społeczne protesty w stosunku do spisów nie są zupełnie nowym zjawiskiem w historii, to podkreślenia wymaga fakt, że od lat '70 XX wieku przybrały bardzo na sile i wymagają obecnie potraktowania ich jako nowego, odrębnego fenomenu. Z literatury wiadomo, że protesty o większej i mniejszej sile, skutkujące często spadkiem poziomu uczestnictwa, miały miejsce w Holandii¹³², Niemczech¹³³, Wielkiej Brytanii¹³⁴, Szwecji¹³⁵, Stanach Zjednoczonych¹³⁶. W tym ostatnim

¹²⁹ D. Cope, *Census-taking and the debate on privacy: a sociological view*, [w:] (ed.) M. Bulmer, op. cit., s. 193–194.

¹³⁰ C. Hakim, *Census confidentiality in Britain*, [w:] (ed.) M. Bulmer, op. cit., s. 132.

¹³¹ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 67–68.

¹³² P. van der Laan, *The 2001 census in the Netherlands. Integration of registers and surveys*, paper prepared for the conference "The Census of Population: 2000 and beyond", University of Manchester, Manchester, UK, 22–23 June 2000, s. 3–6.

¹³³ W.P. Butz, *Data confidentiality and public perceptions: the case of the European censuses*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1985, s. 90–95.

¹³⁴ D.R. Cope, op. cit., s. 192–197.

¹³⁵ I. Lyberg, L. Lyberg, *Nonresponse research at Statistic Sweden*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1991, s. 78–82; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 173–174.

kraju przeprowadzono też kilka badań pokazujących istnienie związku między nieuczestniczeniem w spisie a orientacją na prywatność i istnieniem obaw co do przestrzegania zasady konfidencjonalności¹³⁷.

Można zapytać co jest podłożem niechęci i czego konkretnie dotyczą obawy. Z jednej strony chodzi o wątpliwości czy tajemnica danych spisowych zostanie dochowana przez osoby bezpośrednio je zbierające – stąd w krajach, w których procedury przeprowadzania spisu przewidują osobę rachmistrza, domagano się prawa do samodzielnego odesłania kwestionariusza¹³⁸. Niebezpieczeństwo upatrywane jest także w elektronicznej formie przechowywania danych. Wskazuje się w końcu, że opór jest konsekwencją zmniejszającego się zaufania do instytucji państwa i niepokoju, że może ono wykorzystać dane o obywatelach przeciwko nim¹³⁹. Jest rzeczą charakterystyczną, że pytania spisowe szczególnie ważne z punktu widzenia władz, bo odnoszące się do dziedzin będących przedmiotem specjalnej polityki państwa, okazują się być często pytaniami drażliwymi, na które pewien procent obywateli odmawia odpowiedzi¹⁴⁰. Warto tu zwrócić uwagę, że problem prywatności współwystępuje w literaturze z problemem władzy i przejmowania kontroli, przy czym rezultatem tej koincydencji jest najczęściej wizja, zgodnie z którą sondaże są przede wszystkim narzędziem władzy elit¹⁴¹. W tym spojrzeniu potencjalny respondent staje się coraz bardziej świadomym uczestnikiem procesu badawczego i rozpatruje ten proces w kategoriach wymiany, rozważając własne korzyści i koszty w stosunku do korzyści, jakie mogą uzyskać pozostali uczestnicy.

Przyjmując taki punkt widzenia badacze coraz wnikliwiej i krytyczniej przyglądają się własnym praktykom. R. Carlson stawia pytanie czy organizacje badawcze wystarczająco rekompensują naruszenie prywat-

¹³⁶ W. Petersen, *The protection of privacy and the United States Census*, [w:] (ed.) M. Bulmer, op. cit.; D. Weakliem, W.J. Villemez, *Public attitudes toward the census: influences and trends*, „Social Science Quarterly”, vol. 85, no. 4, 2004.

¹³⁷ E. Singer, N.A. Mathiowetz, M.P. Couper, *The impact of privacy and confidentiality concerns on survey participation. The case of the 1990 U.S. Census*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 57, 1993, s. 472; E. Singer, J. van Hoewyk, R.J. Neugebauer, *Attitudes and behavior. The impact of privacy and confidentiality concerns on participation in the 2000 census*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 67, 2003, s. 376–377.

¹³⁸ D.R. Cope, op. cit., s. 192–197.

¹³⁹ P. van der Laan, op. cit.

¹⁴⁰ D.R. Cope, op. cit., por. W. Petersen, op. cit. s. 180.

¹⁴¹ Jest to dokładnie odmienny punkt widzenia, od tego jaki przyjęli np. G. Gallup, S. Verba czy J. Brehm, wskazując *survey* jako narzędzie władzy w rękach obywateli.

ności. W tym kontekście pisze, że oczekiwanie, iż możemy uciec przed okiem krytyki i osądem publiczności jest nierealistyczne¹⁴². E. Josephson traktuje problem niewystarczającej partycypacji w korzyściach z badań jako kluczowy dla zrozumienia niechęci przystąpienia do procesu badawczego¹⁴³. G. Day rozważa czy stosowane, często nieetyczne, praktyki terenowe w badaniach marketingowych, mogą prowadzić do podejrzeń, niechęci i w konsekwencji odmów¹⁴⁴. Grupa panelowa powołana przez *The British Association for the Advancement of Science*, złożona z przedstawicieli różnych środowisk, w tym obrońców praw obywatelskich, zwraca uwagę, że tradycyjna wiara w to, że uczestnictwo w badaniach społecznych zawsze implikuje korzyść dla badanych wymaga rewizji. *Badania często pociągają za sobą konflikt interesów – to co dla jednego jest korzystne często jest niekorzystne z punktu widzenia drugiego*. Dodatkowo, podnosi się w tym kontekście problem źródeł finansowania działalności badawczej¹⁴⁵.

Ujmowanie potencjalnego respondenta jako coraz bardziej świadomego uczestnika procesu badawczego oczywiście nie oznacza, że przedstawiane w literaturze naukowej mechanizmy przejmowania kontroli za pomocą sondaży¹⁴⁶ są przez niego w pełni rozpoznane. Już obserwacja przebiegu protestów, ich tempa, rozmiarów i form, przywodzi niejednokrotnie myśl, że zachowania te mają często znamiona zbiorowej paniki, w której dużo emocji i spora dawka ignorancji¹⁴⁷. Protesty zwykle dość niespodziewanie wybuchają, szybko dochodzą do punktu kulminacyjnego, potem wygasają. Ich rozwój, podobnie jak rozwój debaty publicznej dotyczącej spisu, wynika z działania mechanizmu rozchodzenia się pogłosek. Pogłoska na jakiś temat pojawia się wtedy gdy, sprawa jest społecznie ważna, a ilość informacji na jej temat mała¹⁴⁸. Z pewnością niepokój, podejrzenia i spekulacje dodatkowo rosną gdy obywatele obserwują jak dużą wagę do informacji na ich temat przykładają ci, którzy

¹⁴² R. Carlson, *The issue of privacy in public opinion research*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 31, 1967, s. 1.

¹⁴³ Por. E. Josephson, op. cit., s. 109–110.

¹⁴⁴ G.S. Day, *The threats to marketing research*, „Journal of Marketing Research”, vol. 12, 1975, s. 462.

¹⁴⁵ British Association Study Group, *Does the research threaten privacy or does privacy threaten research?*, [w:] (ed.) M. Bulmer, op. cit., s. 40.

¹⁴⁶ Problemem tym szerzej zajmuję się w artykule K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Obywatel jako respondent?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LXVI/1, 2007.

¹⁴⁷ Por. W. Petersen, op. cit., 176.

¹⁴⁸ Por. D. Cope, op. cit., s. 195.

chęć je pozyskać. Zasadność niepokojów potwierdza dodatkowo obecność regulacji prawnych chroniących prawo do prywatności. Ostatecznie, problem ten tak jest ujęty w raporcie *British Association Study Group*, po raz pierwszy wydany w 1974 roku: *Niepokoje związane z naruszaniem prywatności i oddziaływanie badań na życie jeszcze nie są tak znaczne – ale będą. Co prawda nie wszystkie niepokoje będą miały charakter racjonalny, ale realne podstawy ku nim jak najbardziej istnieją*¹⁴⁹.

O tym, że podstawy do takiego niepokoju mogą okazać się zasadne, a publiczność jest wyczulona na punkcie nadużyć przy wykorzystywaniu jednostkowych danych, świadczy wybuch skandalu, jaki miał miejsce w Szwecji w 1986 roku, kiedy na publicznym forum ujawniono fakt realizowania długofalowego projektu *Metropolit*. Jego obiektem było 15 tys. obywateli urodzonych w 1953 roku w Sztokholmie, bez których świadomości gromadzono na ich temat informacje, wykorzystując przy tym także administracyjne źródła. Agencje badawcze, nie tylko rządowe, które mogły być kojarzone z projektem, odnotowały wtedy wzrost odsetka odmów¹⁵⁰ – skok ten widoczny jest szczególnie w przypadku *Labor Force Survey* oraz *Survey on Living Conditions*¹⁵¹.

Badania Goydera¹⁵² stanowią najważniejszą pracę empiryczną podjętą w celu weryfikacji hipotezy mówiącej o zmniejszaniu się chęci do kooperacji z powodu nasilania się potrzeby ochrony prywatności. Jest to jednocześnie kolejny przykład rozwiązywania problemu badawczego na drodze analiz ekologicznych.

W swojej pracy Goyder wykorzystał indeks prywatności, który został skonstruowany w oparciu o analizę treści pojawiających się w prasie opinii na temat spisu powszechnego. Pomiaru zmiennej, zoperacjonalizowanej jako procent wypowiedzi, w których pojawił się wątek naruszenia prywatności wśród wszystkich opinii na temat spisu, dokonano dla Wielkiej Brytanii, Kanady i Stanów Zjednoczonych, uzyskując dane dla sześciu dekad ('1930–'1980). Po zagregowaniu danych dla

¹⁴⁹ Por. British Association Study Group, op. cit., s. 40.

¹⁵⁰ I. Lyberg, L. Lyberg, *Nonresponse research at Statistic Sweden*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1991, s. 78–82; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 173–174.

¹⁵¹ W.F. de Heer, A.Z. Israëls, op. cit., 98–100.

¹⁵² J. Goyder, *The silent minority...* op. cit, s. 61–79; J. Goyder, J.M. Leiper, *The decline in survey response: a social values interpretations*, [w:] (ed.) D. de Vaus, *Social Surveys*, vol. 4, op. cit, s. 191–210 przedruk artykułu, który ukazał się „Sociology”, vol. 19, 1985, s. 55–71.

wszystkich trzech krajów, z sześciu wartości (pomiar co 10 lat) zbudowano trend: 3,1; 8,2; 9,3; 10,9; 25,3; 30,0 [%]. Tendencje wzrostowe w obrębie poszczególnych państw były również widoczne, choć nie zawsze wystąpiła zależność liniowa (co jak sugerują badacze może być związane z niezbyt dużą liczbą obserwacji w danym momencie czasowym). Maksymalna wartość indeksu prywatności dla Kanady wynosi 41,2%; Wielkiej Brytanii 36,8%; Stanów Zjednoczonych 20,0%. Różnica między USA a pozostałymi krajami jeśli chodzi o liczbę wątków dotyczących naruszenia prywatności jest statystycznie istotna – efekt ten autorzy skłonni są tłumaczyć tym, że sondaże są elementem, który szczególnie się wpisał w demokratyczny etos amerykańskiej kultury politycznej, w odróżnieniu od etosu kultury brytyjskiej w państwach Wspólnoty Narodów¹⁵³.

Można dodać, uwzględniając całość badanego okresu, że wątki dotyczące naruszenia prywatności stanowiły 23,0% wszystkich negatywnych opinii. Drugą, niemal równie liczną pozycję (20,7%) stanowiły wypowiedzi, w których pojawiły się wątpliwości odnośnie tego czy uzyskane informacje objęte są klauzulą poufności. Pozostałe 56,3% jest rozproszone na kilkanaście innych kategorii¹⁵⁴.

Wyniki analiz wskazują, że wzrastająca liczba opinii o naruszaniu prywatności jest związana ze spadającymi odsetkami realizacji, przy czym związek ten był kontrolowany przez cechy sondażu (technika gromadzenia materiałów, liczba kontaktów, waga tematyki, rodzaj badanej populacji, obecność wynagrodzeń, rodzaj agencji badawczej itd.) – innymi słowy, przy zachowywaniu tych samych warunków związanych z metodą obserwowano spadek realizacji w czasie.

Jednocześnie nie wystąpiła tendencja spadkowa dla badań realizowanych techniką ankiety pocztowej. Jak komentują autorzy, to przede wszystkim techniki wywiadu wywołują poczucie inwazji w obszar prywatności – procedura realizacji badania techniką ankiety zakłada niepośrednią formę kontaktu a badanemu zostawia większą swobodę w decydowaniu o uczestnictwie w przedsięwzięciu, i chociaż otrzymywanie nieoczekiwanej poczty może być irytujące, nie wiąże się tak silnie z naruszeniem sfery prywatnej. Spekulację tę częściowo potwierdza następująca obserwacja – jeżeli wszystkie cechy sondażu przeprowa-

¹⁵³ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 71–72; J. Goyder, J.M. Leiper, op. cit., s. 200–201.

¹⁵⁴ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 69; J. Goyder, J.M. Leiper, op. cit., s. 199.

dzanego za pomocą ankiety pocztowej są stałe¹⁵⁵, a manipuluje się zmienną „obecność ostatniego *osobistego* kontaktu”, to w sytuacji kiedy miał on miejsce, model przewiduje wartość *response rate* 0,65 w 1950 roku i 0,54 w 1970. Jednocześnie, jeśli wartość zmiennej równa jest 0 (kontakt nie wystąpił), przewidywany odsetek realizacji dla roku 1950 wynosi 0,43, a dla roku 1970 równy jest 0,46. Zatem choć obecność osobistego kontaktu jest ciągle efektywna, to efektywność ta zmniejsza się w czasie – podczas kiedy w roku 1950 można było liczyć, że osobista interwencja podniesie poziom realizacji o 22%, tak w roku 1970 podnosiła ten poziom już tylko o 8%¹⁵⁶.

Badania Goydera, poprzez uwzględnienie czynników związanych z metodą, pokazują, że zachowań potencjalnych respondentów nie wyjaśnia tylko ich stosunek do sondaży, a wartości nie są jedyną sferą, w obszarze której można poszukiwać determinantów ich reakcji. Świadczy o tym duża efektywność poszczególnych procedur badawczych. Z drugiej jednak strony, elastyczność respondentów i ich „reaktywność” na te procedury nie jest nieograniczona ani trwała w czasie.

Wśród przeprowadzonych badań, które mogłyby dostarczyć informacji o tym czy w Polsce występują warunki do rozwoju zjawiska prywatności, znajduje się praca J. Koralewicz i M. Ziółkowskiego, którzy zajmowali się badaniem orientacji wobec rzeczywistości społecznej, czyli całościowego subiektywnego stosunku do świata (systemu społecznego)¹⁵⁷. W nawiązaniu do wcześniej zawartych treści, istotne tutaj będą te ustalenia badawcze, które dotyczą dwóch wymiarów orientacji: indywidualizm vs. kolektywizm oraz podmiotowość vs. podporządkowanie.

Orientacja indywidualistyczna charakteryzować będzie samodzielne, mające poczucie własnej odrębności i podmiotowości jednostki, które starają się aktywnie działać dla zrealizowania swoich własnych interesów. Jednostki o orientacji kolektywistycznej są tylko członkami

¹⁵⁵ Wyliczenia na podstawie równania regresji dotyczą hipotetycznego sondażu przeprowadzonego na terenie Wielkiej Brytanii, który zakłada: trzy monity, brak gratyfikacji, tematykę nieinteresującą (*non-salient topic*), sponsora nie-rządowego, badana populacja nie obejmuje dorosłej ludności całego kraju (*non-general population*).

¹⁵⁶ J. Goyder, *The silent minority*... op. cit., s. 64–66, 72–74; J. Goyder, J.M. Leiper, op. cit., s. 197, 203, 205.

¹⁵⁷ J. Koralewicz, M. Ziółkowski, *Mentalność Polaków. Sposoby myślenia o polityce, gospodarce i życiu społecznym 1988–2000*, Wydawnictwo Naukowe Scholar/Collegium Civitas Press, Warszawa 2003, s. 13–15.

większej całości (kolektywu) – z nią się identyfikują, działania podejmują za jej pośrednictwem i dla jej interesu¹⁵⁸.

Wymiar podmiotowość vs. podporządkowanie odnosi się do obszaru stosunków władzy. Jest znaczeniowo bliski opozycji samokierowanie vs. konformizm. Jednostka mająca orientację podmiotową uznaje zasadniczą równość każdego człowieka, akcentuje rolę jego swobodnej aktywności, wyraża oczekiwanie podmiotowego traktowania, respektowania wolności osobistych i autonomii jednostki. Orientacja na podporządkowanie bazuje na uznaniu relacji pionowych w życiu społecznym – jednostka podkreśla wagę i znaczenie różnych form przymusu, posłuszeństwa wobec instytucji władzy, centralizacji procesu decyzyjnego. Wymiar ten można rozpatrywać w kilku aspektach, z których w kontekście obecnych rozważań istotne będą dwa – aspekt makro, który odnosi się do najwyższej politycznej władzy państwowej (podmiotowość makrospołeczna), oraz aspekt mezo, w którym mieszczą się instytucje pracy, nauki, organizacje społeczne, także w obrębie społeczności lokalnych (podmiotowość lokalna)¹⁵⁹.

Wzrost liczby osób zorientowanych na indywidualizm oraz podmiotowość byłby argumentem uprawdopodobniającym hipotezę, ale zmiany takiej nie zaobserwowano – wykonany po 10 latach pomiar (w 1998 roku) wskazuje na niewielki (2–3 punktowy) spadek ilości osób posiadających orientacje indywidualistyczne i podmiotowe w aspekcie makro i na 11 punktowy spadek liczby osób o orientacji podmiotowej w aspekcie mezo¹⁶⁰. Dodaje się jednakże, że owego spadku podmiotowości lokalnej nie można interpretować w kategoriach wzrostu autorytaryzmu czy skłonności do podporządkowania się – jest to raczej przejaw akceptacji idei samorządności i wzrostu zaufania do władz na szczeblu lokalnym¹⁶¹. W ocenie badaczy, polskie społeczeństwo jest umiarkowanie kolektywistyczne, ale jednocześnie zorientowane podmiotowo¹⁶².

W sumie, mimo braku znaczących zmian jeśli chodzi o przejawiane orientacje, warunki do rozwoju zjawiska prywatności należy w Polsce uznać za bardzo sprzyjające – w polskim społeczeństwie utrzymuje się przyzwolenie i skłonność do usprawiedliwiania form nieposłuszeństwa wobec władzy. W kulturze występuje jednocześnie dążenie do realizacji

¹⁵⁸ J. Koralewicz, M. Ziółkowski, op. cit., s. 16, 28.

¹⁵⁹ Ibidem, s. 17, 45, 142–143.

¹⁶⁰ Ibidem, s. 229.

¹⁶¹ Ibidem, s. 233.

¹⁶² Ibidem, s. 90, 149–150.

wartości materialistycznych i jak wynika z innych źródeł proces bogacenia się faktycznie następuje – na ten element zwracał szczególną uwagę E. Shils opisując rozwój zjawiska prywatności we współczesnych społeczeństwach.

O stopniu, w jakim odmowy są powodowane potrzebą ochrony prywatności mogłaby bezpośrednio informować liczba osób, które odmawiają *udzielenia informacji o osobach na stałe zamieszkałych* /4/. Na wykresie 10 przedstawiono jak kształtował się poziom tych odmów (wśród jednostek skontaktowanych) w kraju. Wyniki te wskazują, że wartości w obrębie tej kategorii dynamicznie wzrastały, ale jej liczebność pozostała na niskim poziomie. W takiej postaci obserwacja ta stanowi słaby argument za potwierdzeniem hipotezy. Przed postawieniem podobnego wniosku warto wcześniej rozważyć typ mocy rozpatrywanego tu wskaźnika¹⁶³. W tym celu należy przypomnieć, że duża część odmawiających nie ujawnia motywów swojej decyzji, stąd nie da się określić ich maksymalnego poziomu występowania. Co więcej, można domniemywać, że ankieterzy pytają o skład osobowy lokalu pod koniec fazy aranżacji wywiadu, traktując pytanie jako drażliwe – wtedy tego typu reakcje, wyraźnie wskazujące na potrzebę ochrony prywatności, mają mniejszą szansę się ujawnić. Uwagi te prowadzą do wniosku, który mówi o tym, że *odmowa udzielenia informacji o osobach na stałe zamieszkałych* jest wskaźnikiem potrzeby ochrony prywatności o doskonałej mocy zawierania, ale małej mocy odrzucenia. Korzyść jaka wynika z takiego podważenia trafności wskaźnika to oddalenie perspektywy odrzucenia hipotezy.

Jak argumentowali badacze, o rozwoju zjawiska ochrony prywatności można dowiedzieć się bez wywoływania źródeł informacji tj. poprzez obserwację wypowiedzi w mediach dotyczących spisu powszechnego. Biorąc pod uwagę fakt, że w badanym okresie zdarzenie spisu wystąpiło tylko raz, pójsie śladem Goydera i zgromadzenie wypowiedzi pojawiających się na ten temat w mediach, a następnie stworzenie indeksu prywatności nie jest na razie pomysłem wartym realizacji, gdyż taka analiza nie doprowadzi do zbudowania trendu i porównania wyników między kolejnymi pomiarami. W tej sytuacji można zadowolić się mniej systematycznym przeglądem prasy, mającym na celu rekonstrukcję atmosfery społecznej wokół spisu z 2002 roku. Jakkolwiek odbył się on w innych niż poprzednie warunkach politycznych, warto na początek

¹⁶³ S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, PWN, Warszawa 2007, s. 178–179.

skrótowo odwołać się do materiałów, które zdają relację z przebiegu spisów w okresie PRL, kierując szczególną uwagę na problem ich społecznego odbioru.

Pierwszy spis powojenny w 1946 roku przebiegał w atmosferze strachu. Część ludności (czasami całe wioski) ukrywała się przed komisarzami (rachmistrzami); funkcje te często pełnili polityczni działacze. Obawiano się, że informacje spisowe mogą posłużyć do weryfikacji politycznej, wcielenia do wojska, a także spowodować konfiskatę inwentarza i nieruchomości. Podobne niepokoje towarzyszyły realizacji spisu w 1950 roku, czego dowodem było rozchodzenie się pogłosek na temat szczegółowości pytań o posiadanym mieniu. Wiara w to, że informacje spisowe zostaną wykorzystane wyłącznie do celów statystycznych nie była powszechnie podzielana, dlatego majątek i informacje o nim nierzadko ukrywano. O nieufności obywateli pisali rachmistrze realizujący spis w 1960 roku. Wtedy też powiększono listę pytań, włączając do niej żądanie informacji o faktyczny, a nie formalny stan cywilny (chodziło o ujawnienie wszystkich przypadków małżeństw). W spisie z 1970 roku umieszczono pytania o inwalidztwo, przyczyny braku aktywności zawodowej, główne źródła utrzymania, tytuł zajmowania lokali co wywołało powszechną panikę. Starsi ludzie zajmujący lokale o większym metrażu obawiali się przeniesienia do domu starców lub zmuszenia do zamiany. Przedsięwzięcie traktowano także jako próbę inwigilacji obywateli coraz wyraźniej okazujących niechęć do ustroju. Spis w 1988 roku statystycy nazwali trudnym, przeprowadzanym w zbuntowanym społeczeństwie. Część ludzi już otwarcie okazywała niechęć, nie wpuszczając rachmistrzów do mieszkania¹⁶⁴.

Przed ostatnim spisem z 2002 roku miała miejsce zmiana w przepisach określających zakres wolności i praw obywatelskich, towarzysząca przejściu od państwa socjalistycznego do demokratycznego państwa prawa. W Konstytucji III RP po raz pierwszy zagwarantowano obywatelom prawo do prawnej ochrony życia prywatnego (art. 47). O braku obowiązku ujawniania informacji dotyczących własnej osoby (który, może być ograniczony jedynie ustawą) a także o ograniczeniach władz publicznych w zakresie gromadzenia i udostępniania informacji o obywatelach mówi art. 51 Konstytucji, a kwestie te dalej reguluje Ustawa o Ochronie Danych Osobowych. Trudno określić dla jakiej części obywateli przepisy te były wyjściem naprzeciw wcześniej wyrażanym

¹⁶⁴ J. Wilczak, *Jak się spisywaliśmy w PRL*, „Polityka” nr 24 (2302) z dn. 16.06.2001.

oczekiwaniom, a dla jakiej odegrały kreacyjną funkcję. Faktem jest, że konsekwencje wprowadzenia nowego prawa zaczęły być dostrzegalne w sytuacjach codziennego życia, także poprzez pytanie o zgodę na przetwarzanie danych i konieczność jej sygnowania podpisem. Prawdopodobne jest, że w ten sposób zwrócono uwagę na problem, uwrażliwiono go i nadano mu ważność. W każdym razie, społeczeństwo żywo zareagowało na zmiany. Nawet w pozbawionych instytucjonalnego kontekstu sytuacjach, okazało się, że to co kiedyś było oczywiste i wolne od podejrzliwości (np. spis lokatorów czy tabliczka z nazwiskiem na drzwiach), takim być przestało.

O przebiegu ostatniego spisu i przygotowaniach do niego najpełniej informowała *Gazeta Wyborcza*, która w roku 2002, licząc lokalne wydania, zamieściła na ten temat blisko 400 publikacji o różnej formie. Dziennik informował o spisie wieloaspektowo, co było między innymi związane z jego zaangażowaniem się w sprawę – *Gazeta* wystosowała apel, aby w roli rachmistrzów zatrudnić w pierwszej kolejności bezrobotnych. Na pokazną liczbę publikacji składają się między innymi informacje na temat przebiegu rekrutacji i szkoleń rachmistrzów; wywiady z pracownikami gmin, urzędów statystycznych, komisji spisowych; relacje rachmistrzów z przebiegu spisu. Niewątpliwie oprócz funkcji informacyjnej, *Gazeta* pełniła także funkcje edukacyjne i przyczyniła się do promocji przedsięwzięcia. Zwraca uwagę brak artykułów publicystycznych i komentarzy, które potencjalnie mogły być polem do prowadzenia kampanii negatywnych. Dość rzadko zamieszczano listy od czytelników czy fragmenty dyskusji z forów internetowych – częściej wybierano formułę wywiadu, w której społeczne niepokoje miał wyrażać dziennikarz przed przedstawicielem instytucji statystycznej.

Poruszane w publikacjach wątki, obejmujące sprawy osób spisujących to:

- narodowość (jej samookreślanie, sposób zadania pytania, ujawnianie informacji rachmistrzowi, zapisywanie wypowiedzi przez rachmistrza, intencje władz w zamieszczeniu pytania);
- podszywanie się pod rachmistrzów w celu wyłudzenia pieniędzy, dokonania oglądu mienia, zdobycia informacji o wielkości przychodów, sprzedaży produktów lub usług itd.;
- nie zgłoszenie się rachmistrza (w ogóle, w umówionym terminie);
- nieobecność obywatela w trakcie spisu;
- możliwość zmiany terminu spotkania z rachmistrzem;

- stosowane przez rachmistrzów praktyk wypełniania formularzy ołówkiem (obawy, że może on składać zeznania niezgodne z deklaracją obywatela);
- trudności z określeniem głowy gospodarstwa domowego;
- problem nie mieszczącego się przypadku wśród przewidzianych odpowiedzi pytania, bądź niezgoda na zakwalifikowanie do jakiejś kategorii¹⁶⁵;
- zatajanie informacji przed rachmistrem (konsekwencje prawne, możliwość sprawdzania prawdziwości deklaracji);
- obowiązkowość udziału w spisie (określone prawem reperkusje w przypadku odmowy);
- możliwość odmowy odpowiedzi na wybrane pytania kwestionariusza (w tym pytania o imię i nazwisko);
- zakres zbieranych podczas spisu informacji (oczekiwania odnośnie rodzaju pytań; określenie pytań, których rachmistrz nie ma prawa zadać; określenie celu zadawania poszczególnych pytań);
- miejsce przeprowadzenia spisu (szczególnie możliwość jego odbycia się poza mieszkaniem);
- możliwość dokonania tzw. samopisu, czyli samodzielnego wypełnienia formularza;
- problem znajomości osoby rachmistrza;
- problem zachowania tajemnicy spisowej przez rachmistrza (możliwość skopiowania formularzy, dostarczenia informacji przestępcom);
- problem zachowania tajemnicy spisowej przez urząd statystyczny (możliwość udostępnienia jednostkowych danych policji, urzędowi meldunkowym, urzędowi skarbowym);
- możliwość zbierania danych dla innych podmiotów (np. administracji osiedlowej czy urzędu miasta) podczas realizacji spisu;
- zgodność przedsięwzięcia spisowego z ustawą o ochronie danych osobowych.

Wskazane wątki świadczą o tym, że obawy przed uczestnictwem w spisie bardzo zmieniły swój charakter. Wykorzystanie spisu przez władzę nie jawi się już jako chęć inwigilacji, konfiskaty mienia, zapowiedź propagandy za pomocą wyników spisu – ze starych problemów

¹⁶⁵ Doktorant nie chce być uznany za „bezrobotnego”; mężczyzna żyjący w związku homoseksualnym nie zgadza się na określenie go mianem „kawalera” ani „żonatego”.

(choć już nie z tym samym obliczem) pozostała kwestia mniejszości narodowych i współpracy różnych organów państwa (lęk przed przekazaniem danych policji itd.). Akcent przesunął się na inne problemy. Jak ujęto to w tygodniku *Polityka* – *W ogóle wyczuwa się niepokój co do szczelności ochrony tajemnicy uzyskanych przez rachmistrzów danych – w czasach, gdy informacja stała się wziętym towarem*¹⁶⁶.

Dziennikarze – barometr społecznych nastrojów w tej kwestii, apelowali – *Bądź miły dla rachmistrza*¹⁶⁷; *Nie bój się go, ani broń Boże, nie bij*¹⁶⁸; *Nie odmawiaj, odpowiadaj*¹⁶⁹; *Nie mamy się czego bać*¹⁷⁰.

Obywatele wskazywali, że spis łamie ich prawa zagwarantowane w przepisach. *Na nic nie zda się zasłanianie ustawą o ochronie danych osobowych*¹⁷¹ – pisał w styczniu 2002 roku *Wprost*. Na łamach *Gazety* głos zabrała Ewa Kulesza, Generalny inspektor ochrony danych osobowych (GIODO): – *Dostawaliśmy wiele listów i telefonów od ludzi zaniepokojonych tym wydarzeniem. Część osób protestowała, że taki spis narusza ustawę o ochronie danych osobowych. Postanowiliśmy to wyjaśnić*¹⁷².

W dużych miastach, szczególnie w stolicy, domagano się możliwości dokonania spisu z pominięciem osoby rachmistrza. *...czytałam w prasie obrażone opinie warszawiaków o zniechęcaniu do samospisu* (– *Czy ja nie mogę samodzielnie wypełnić głupiego formularza!?!*) [...] *Mieszkańcy stolicy masowo wybierali formułę samospisu*¹⁷³ – mówi rachmistrz na łamach *Polityki*. Opinię tę potwierdza K.J. Potyra, szef GUS w Warszawie: *Jest za to inny problem. Warszawiacy chcą się sami spisywać. My oczywiście dopuszczamy taką możliwość, tylko założyliśmy, że nie dokona tego więcej niż 10 proc. Polaków, i tyle przygotowa-*

¹⁶⁶ Tydzień w kraju, „Polityka” nr 10 (2340) z dn. 09.03.2002, s. 12.

¹⁶⁷ *Bądź miły dla rachmistrza. Na legitymacji rachmistrza powinny być:* „Gazeta Wyborcza Szczecin” nr 118, z dn. 22.05.2002, s. 3.

¹⁶⁸ M. Wolniak, *Daj się spisać*, „Gazeta Wyborcza Wrocław” nr 106, z dn. 08-05-2002, s. 1.

¹⁶⁹ *Nie odmawiaj, odpowiadaj*, „Gazeta Wyborcza Radom” nr 114, z dn. 17.05.2002, s. 3.

¹⁷⁰ *Nie mamy się czego bać*, „Gazeta Wyborcza” (wydanie krajowe) nr 67, z dn. 20-03-2002, s. 15.

¹⁷¹ *Spis powszechny już, już*, „Wprost”, z dn. 26.01.2002, www.wprost.pl/ar/?O=22758 (styczeń 2007).

¹⁷² *Nie ma się czego...* op. cit.

¹⁷³ M. Smyrska, *Jak ksiądz po kolędzie. Zapiski rachmistrza spisowego*, „Polityka” nr 23 (2353), z dn. 08-06-2002, s. 98.

liśmy dla nich ankiet. Tak było w innych krajach europejskich. Okazało się jednak, że w Warszawie są rejony, gdzie chce się spisać i 30 proc. mieszkańców. Dlatego zdarzało się, że podczas obchodu przedspisowego brakowało ankiet¹⁷⁴.

Ogólnie, klimat wokół spisu w stolicy określano jako mało sprzyjający. Z wypowiedzi na forum dyskusyjnym: *U nas w Warszawie wrzawa, nikt nie chce się wystawić, ludzie wokół mówią, że nie będą wpuszczając rachmistrów. Po co Polsce te wszystkie dane? I jeszcze osobowe do tego? Nie można wykluczyć, że wśród rachmistrów nie będzie informatorów różnych gangów okradających mieszkania. Miałbym powiedzieć, ile zarabiam? Nigdy, jutro miałbym włam. I te uwłaczające pytania do kobiet... My nie wpuszczamy, niech sobie nas sądzą*¹⁷⁵. Z relacji warszawskiego rachmistrza: *Wychodzę pośpiesznie z mieszkania niektórych osób z wyższym wykształceniem – tak pośpiesznie jak z niektórych melin. To często jedyni, którzy sprawdzają, jak wypełniłam formularze spisowe, jedyni, którzy kwestionują zasadność pytań o to, w jakim języku rozmawia się w domu. [...] Dlaczego to pytanie jest intymne?*¹⁷⁶. W ocenie szefa oddziału GUS K.J. Potyry, Warszawa jest pod kątem realizacji spisu nietypowym miastem: *Jest zupełnie inna. Nie tylko dlatego, że jest stolicą i największym miastem. Tutaj jest inna struktura mieszkańców. Więcej osób ma wyższe wykształcenie, jest najwięcej studentów, ale też bezdomnych. Warszawiacy nie czują się bezpiecznie, a co za tym idzie - są nieufni. Dochodzi do tego typowa dla wielkich miast izolacja. Brak kontaktów z sąsiadami, obcość*¹⁷⁷.

Główny Urząd Statystyczny podsumował, że społeczeństwo polskie odniosło się do spisu ze zrozumieniem¹⁷⁸. Jak podkreślił J. Witkowski, zastępca komisarza spisowego, dużą rolę w życzliwym potraktowaniu spisu miały media – *Jednego dnia, ludzi mówili, że spis ich nie interesuje, a drugiego – po informacjach w gazetach, radiu i telewizji, chętnie otwierali dom przed rachmistrem*¹⁷⁹. Najpoważniejsze trudności ze spisowywaniem odnotowywano w środowiskach patologicznych, wśród

¹⁷⁴ Premier też, „Gazeta Stołeczna” nr 117, z dn. 21.05.2002, s. 2.

¹⁷⁵ *Spis Powszechny – wpuszczacie?*, „Gazeta Wyborcza Poznań” nr 100, z dn. 29.04.2002, s. 2.

¹⁷⁶ M. Smyrska, op. cit.

¹⁷⁷ Premier... op. cit.

¹⁷⁸ M. Rotkiewicz, *Niezadane pytania*, „Polityka” nr 23 (2353) z dn. 08.06.2002.

¹⁷⁹ *Koniec spisu*, „Wprost”, z dn. 09.06.2002, www.wprost.pl/ar/?O=26255 (styczeń 2007).

dotkniętych chorobą alkoholową¹⁸⁰, choć podkreślano też, że nie we wszystkich przypadkach sprawdzał się „czarny scenariusz”. Przedmiotem zainteresowania mediów był także przebieg spisu wśród bezdomnych. Zaskoczeniem rachmistrzów była ich pozytywne nastawienie do spisu¹⁸¹; niechęć podania danych osobowych częściej występowała u tych bezdomnych, którzy przebywali poza noclegowniami, stolówkami¹⁸².

W podsumowaniu realizacyjnej strony całego przedsięwzięcia podaje się, że z ewidencji spisano ponad 2% ogółu ludności¹⁸³. Wielkość ta określa liczbę jednostek niedostępnych, które mieszczą przypadki nieobecności, nie dotarcia rachmistrza pod adres, odmów. Biorąc pod uwagę nałożony prawem obowiązek uczestnictwa w spisie, można spodziewać się, że liczba odmów była faktycznie większa niż wynikałoby to z oficjalnych danych – chodzi tu o odmowy ukryte, które z pewnością znalazły się w zbiorze przypadków zakwalifikowanych jako nieobecności¹⁸⁴.

Dokonany przegląd, mimo tego, że nie jest systematyczną, ilościową analizą treści, pokazuje jednak wyraźnie, że prawo, aby móc kontrolować dostęp do informacji na swój temat, rości wielu obywateli i nie jest to, szczególnie w miastach, zjawisko marginesowe.

Jednakże, obserwacja wzrostu wartości współczynnika kooperacji w 2002 roku naprowadziła przypuszczenie, że może to być efekt spisu – w wyniku promocji idei w mediach (nawoływanie do większej otwartości, informowanie o użyteczności zbieranych danych itd.) mogło dojść do przełamania niechęci do uczestnictwa również w przedsięwzięciach sondażowych. Można było też podejrzewać, że mniej wyrobiona część publiczności zwyczajnie pomyli te dwa typy działalności i/lub stojące za

¹⁸⁰ *Do spisu w slipkach*, „Gazeta Wyborcza Wrocław”, z dn. 11.05.2002, s. 4; *Balujący rachmistrz*, „Gazeta Wyborcza Opole”, z dn. 17.05.2002, s. 1; M. Wolniak, *Wrocławski łącznik*, „Gazeta Wyborcza Wrocław”, z dn. 03.06.2002, s. 4.

¹⁸¹ *Bezdomni ujęci*, „Gazeta Wyborcza Białystok”, z dn. 05.06.2002, s. 2; M. Wolniak, *Wrocławski...* op. cit.

¹⁸² *Bezdomni już spisani*, „Gazeta Wyborcza Olsztyn”, z dn. 28.05.2002, s. 3.

¹⁸³ GUS, *Mieszkania 2002, Uwagi metodyczne*, www.stat.gov.pl/dane_spol-gosp/nsp/mieszkania/mieszkania_2002.htm (marzec 2005).

¹⁸⁴ O występowaniu podobnych problemów informowała „Gazeta Wyborcza”, wskazując przykład, w którym nie wpuszczony do mieszkania rachmistrz został poinformowany przez wideofon (na jednym z warszawskich osiedli), że rozmówcy zostali spisani w innym miejscu kraju, a lokal, w którym ich zastał, jest faktycznie pustostanem jedynie przez chwilę „wizytowanym”. P. Stasiński, *Spis gubi ludzi*, „Gazeta Stołeczna”, z dn. 03.06.2002, s. 2.

nimi instytucje. Korzystny wpływ spisu, redukujący liczbę odmów w sondażach, zaobserwowali w społeczeństwie amerykańskim Kojetin, Tucker i Cashman¹⁸⁵. W innych krajach, w których również rozwija się zjawisko ochrony prywatności efekt spisu był z reguły niekorzystny.

W celu sprawdzenia przypuszczenia utworzono zmienną informującą o wystąpieniu spisu (miesiące: maj i czerwiec), kodowaną zero-jedynkowo. Nie zaobserwowano jednak wpływu tego zdarzenia na współczynnik kooperacji ani na poziomie kraju, ani w klasach miejscowości. Zmienna ta również nie jest uwzględniana w analizie regresji. Pozostaje pytanie czym należy tłumaczyć podniesienie się wartości współczynnika kooperacji w 2002 roku, szczególnie widoczne w dużych miastach. Analizy statystyczne nie uwzględniają czynnika jakim było odbycie się spisu, tymczasem wydawała się to najbardziej prawdopodobna hipoteza, a inne trudno jest wysunąć. Z rozmów z pracownikami CBOS wynika, że w tamtym czasie nie przeprowadzano żadnych dodatkowych szkoleń ani testów dla ankierów, nie zwiększono im wymagań – żadnych zmian w polityce firmy wobec ankierów nie było. Śledząc przebieg krzywej kooperacji można się zastanowić czy podniesienie się wartości współczynnika w 2002 roku nie jest rodzajem naturalnego „odbicia”, które następuje po okresie dynamicznego spadku. Idąc innym tropem – być może, szukając wytłumaczenia dla efektu zaobserwowanego w 2002 roku, należy skupić się na przyczynach wcześniejszego spadku? Trudność wskazania takowych wynika z braku pomiarów dla roku 1999. Można się tu jednak odwołać do F. Sztabińskiego, który na przykładzie własnej praktyki badawczej, po roku 1997 również zaobserwował zaostrenie się problemu odmów. Wskazał przy tym na czynnik jakim było wejście w życie Ustawy o Ochronie Danych Osobowych, mówiąc iż wywołała ona zjawisko, które nazwał *przerostem poczucia prywatności*¹⁸⁶.

Rozpatrując problem prywatności warto także uwzględnić szerszą perspektywę pokazując, że kwestia ta dotyczy wielu aspektów współczesnego życia. Co więcej, wydaje się, że podejście do tego co prywatne jest w kulturze bardzo ambiwalentne.

Z jednej strony obserwuje się ekshibicjonizm, wystawianie do publicznego oglądu najdrobniejszych szczegółów życia, często z narażeniem „twarzy” i budowanej pieczołowicie tożsamości. Poza telewizyj-

¹⁸⁵ B. Kojetin, C. Tucker, E. Cashman, op. cit., s. 1240–1241.

¹⁸⁶ F. Sztabiński, *Jak dotrzeć...* op. cit., s. 144–145.

nymi programami typu *Big Brother*, istnieje sfera działań w sieci internetowej określanych mianem obsesyjnego portretowania się¹⁸⁷ (blogi, fora skupiające różnorakie „wspólnoty tematyczne”, zamieszczanie w nich niezliczonej ilości zdjęć rejestrujących szczegóły każdego dnia). Jednakże, odwołując się do definicji, działań tych nie można nazwać naruszaniem prywatności, ponieważ jednostka zwiększająca obieg informacji na swój temat czyni to z własnej inicjatywy. Sfera rzeczy określanych jako prywatne czy intymne nie stanowi sacrum – większą wartością jest zachowanie kontroli nad dostępem do nich.

Niewątpliwie istotną rolę w wywoływaniu potrzeby ochrony dostępu do informacji odgrywa rozwój technologii elektronicznych, który przyniósł wiele nowych urządzeń – ułatwiających życie, ale pozwalających także rejestrować wiele informacji o użytkownikach sprzętu (lokalizacja telefonu komórkowego, historia jego przemieszczeń, analiza ruchu w sieci telefonicznej, internetowej, trudności z wyczyszczeniem twardych dysków itd.). Wskazuje się na przykład, że wiedza gromadzona przez operatorów telekomunikacyjnych może być w niedalekiej przyszłości wykorzystana w celach komercyjnych (tzw. inteligentne usługi zakładają między innymi przesyłanie na wyświetlacz komórki zindywidualizowanej oferty reklamowej)¹⁸⁸. Każdy użytkownik Internetu może się przekonać o tym, że dzięki powszechnej dostępności urządzeń nagrywających (np. aparaty fotograficzne i kamery w telefonach komórkowych), zwykli obywatele naruszają prywatność innych upubliczniając w sieci zarejestrowane materiały „z życia”¹⁸⁹. Media pobudzają zainteresowanie problemem rejestrów prowadzonych przez różnorakie instytucje, rozpatrując między innymi kwestię przestrzegania praw obywatelskich¹⁹⁰. Podejmują problem praw pacjenta, uwzględniając takie zagadnienia jak prawo dostępu do dokumentacji na swój temat czy praktyki naruszania prywatności i godności w trakcie przeprowadzania badań lekarskich¹⁹¹. Po wydarzeniach 11 września 2001 roku debata nad prawem do ochrony prywatności ożywiła się i zyskała nowe argumen-

¹⁸⁷ M. Czubaj, Filiciak, *O la bloga!*, „Polityka” nr 20 (2554) z dn. 20.05.2006, s. 4.

¹⁸⁸ E. Bendyk, M. Ścibor, *Zostawiamy elektroniczne ślady, Spisane czyny i rozmowy*, „Polityka” nr 9 (2390) z dn. 01.03.2003, s. 24; E. Bendyk, *Ucho przy uchu. Twój telefon komórkowy dużo o tobie wie*, „Polityka” nr 17 (2295) z dn. 28.04.2001, s. 89.

¹⁸⁹ Por. W. Krusiński, *Podglądactwo komórkowe, Wielki Brat MMS*, „Polityka” nr 9 (2441) z dn. 28.02.2004, s. 99.

¹⁹⁰ M. Henzler, *Tu cię mamy*, „Polityka” nr 19 (2244) z dn. 06.05.2000, s. 3.

¹⁹¹ M. Henzler, *Prywatność pacjenta, Zabawa w doktora*, „Polityka” nr 5 (2437) z dn. 31.01.2004, s. 78.

ty¹⁹². Mimo typowego dla mediów wyostrażania problemów (odwołania do Orwella i Huxley'a) spełniają one w tym względzie ważną edukacyjną funkcję, której celem jest wyrobienie świadomości i wyposażenie w krytycyzm nie tylko konsumentów i pacjentów, ale także obywateli. W tej misji, zgodnej z duchem społeczeństwa obywatelskiego, mieści się też dążenie do skrócenia dystansu między instytucjami władzy a obywatelem.

5.3.5. Przesycenie sondażami

Inną, dość popularną hipotezą dotyczącą spadku realizowalności prób z powodu odmów jest przypuszczenie, że zjawisko to pojawia się na skutek zbyt częstego doświadczania przez jednostki propozycji udziału w badaniach, co budzi irytację i prowadzi do efektu przesycenia (*over-surveying effect*).

Jak problem formułuje Remington: *Amerykanie mają ograniczony zasób dobrej woli w reagowaniu na nieoczekiwane i „nieproszone” kontakty telefoniczne, niezależnie od tego czy przedsięwzięcie, które za nimi stoi jest ważne i sensowne czy nie. Nadmierna eksploatacja ludzkich zasobów będzie skutkować niechęcią do kooperacji, z poważnymi konsekwencjami w krótkiej i długofalowej perspektywie dla przemysłu sondażowego*¹⁹³.

Badania A. Schwarza wskazują na istnienie związku między posiadaniem doświadczenia respondenckiego a chęcią uczestnictwa w kolejnych badaniach – wpływ ten jest zdecydowanie niekorzystny – 70% przebadanych nie-respondentów zadeklarowało wcześniejszą partycypację w sondażach, w grupie respondentów „właściwych” odsetek ten wynosił 33%¹⁹⁴. Prawidłowość ta ujawniła się dość wcześnie – badania te przeprowadzono w 1963 roku. Podobny rezultat komunikują inni badacze¹⁹⁵, w tym J. Goyder, który w analizach wielozmiennowych

¹⁹² E. Bendyk, *Człowiek epoki sieciowej. Tożsamość w kawałkach*, „Polityka” nr 39 (2573), z dn. 30.09.2006, Niezbędnik Inteligenta, s. 32.

¹⁹³ T.D. Remington, *Telemarketing and declining survey response rates*, „Journal of Advertising Research”, vol. 36, 1992, s. RC-7 p r z y t a c z a m z a: R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 171.

¹⁹⁴ A. Schwartz, op. cit., s. 139.

¹⁹⁵ por. S. Sudman, J. Blair, *Respondent reactions to reinterviews*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section, 1992, s. 57.

ustalił, że liczba propozycji udziału w badaniach wpływa niekorzystnie na chęć kooperacji¹⁹⁶.

W Stanach Zjednoczonych, procent badanych, którzy deklarowali doświadczenia respondenckie stanowił w latach 1980-1984 ponad 50%, między 1984 a 1986 roku liczba ta się zwiększyła do 70% i od tego czasu do roku 1992 utrzymywała się nad tym poziomem. Zwiększa się także liczba osób, które deklarują uczestnictwo w sondażach w przeciągu ostatniego roku – w roku 1980 ich liczba szacowana była na około 25%, a w roku 1992 na ponad 40%¹⁹⁷.

Dla porównania, wcześniejszy udział w badaniach deklarowało w Polsce w 2006 roku 18% respondentów¹⁹⁸. Chociaż jest to liczba znacznie mniejsza niż w USA, zwykły trend w czasie jest również obserwowalny – w latach 1992-1993 wyniosła ona ponad 7%¹⁹⁹, w 1999 roku 11%, a w 2004 już 17%²⁰⁰. Jednakże polscy badacze, jak się wydaje, przynajmniej do tej pory, wiązali z postępem tego zjawiska nadzieje i upatrywali w nim dobroczynnego wpływu na akulturację badań (oswajanie się z nowymi społecznie rolami respondenta i ankietera), pośrednio więc także na chęć dalszej współpracy z sondażystami. Powoli podejmuje się badania, dzięki którym można by odpowiedzieć na pytanie czy prawidłowości obserwowane w Stanach Zjednoczonych występują (już?) w Polsce. Zgodnie z wynikami analiz P. Sztabińskiego około 2% osób nie uczestniczących w badaniach powołuje się na ten rodzaj argumentu²⁰¹; skala zjawiska jest więc bardzo mała.

Można dodać, posilując się wynikami badań CBOS z 2006 roku, że doświadczenia respondenckie w Polsce najczęściej deklarują mieszkańcy największych miast (28%), najrzadziej mieszkańcy wsi (14%), niemniej zależność między wielkością miejscowości a liczbą osób deklarujących uczestnictwo w badaniach nie jest liniowa²⁰².

¹⁹⁶ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 152.

¹⁹⁷ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 171.

¹⁹⁸ CBOS, *Polacy o sondażach*, Komunikat z badań BS/43/2006, Warszawa, 2006, s. 3.

¹⁹⁹ I. Przybyłowska, *Proces akulturacji sondaży opinii publicznej w Polsce*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XLV, 1996, s. 134.

²⁰⁰ CBOS, *Polacy o sondażach*, op. cit.

²⁰¹ P.B. Sztabiński, *Dlaczego respondenci uczestniczą lub...* op. cit., s. 15.

²⁰² CBOS, *Polacy o sondażach*, op. cit., s. 11.

5.3.6. Sprzedaż pod przykrywką sondażu – zwiększanie się skali zjawiska

Podkreśla się, że do efektu niechęci do kooperacji w badaniach sondażowych może się przyczyniać uprawianie telemarketingu oraz sprzedaży lub zbiórki datków pod przykrywką prowadzenia sondażu (SUGGING – *selling under the guise of surveying*, FRUGGING – *fundraising under the guise of surveying*). Na potencjalnie negatywne konsekwencje prowadzenia tak zakamuflowanej formy sprzedaży, polegające na podkopywaniu społecznego zaufania do sondaży, zwrócono uwagę dość wcześnie²⁰³. Pierwsze badania prowadzone w tamtym okresie ujawniły, że wiele podmiotów zajmujących się sprzedażą chętnie odwołuje się do sondażowego „*modus operandi*” – w 1963 roku już 33% respondentów zadeklarowało posiadanie doświadczenia z quasi-ankieterami, proponującymi szeroki asortyment towarów²⁰⁴. Dane, opierające się na pamięci respondentów, wskazywały ponadto, że liczba tych doświadczeń jest w każdym roku większa. Medium znacznie częściej wykorzystywanym jest telefon (68%) niż kontakt osobisty (41%). Obiektem działań są częściej mieszkańcy dużych miast niż wsi i małych miast²⁰⁵. W 1969 roku, 45% ankietowanych *Opinion Research Corporation* zadeklarowało fakt rozmowy z osobą (niekoniecznie respondentem), wobec której stosowano ten sposób sprzedaży²⁰⁶.

W badaniach A. Schwartza odnotowano zależność między doświadczeniem praktyk SUGGING-owych a chęcią partycypacji w sondażach – około 50% przebadanych nie-respondentów było obiektem takich działań, w grupie respondentów „właściwych” procent ten był dwa razy mniejszy (24%)²⁰⁷.

Badania Remingtona z lat ‘90 nie wskazują co prawda na trend zwykły, jeśli chodzi o liczbę respondentów doświadczonych kontaktami typu SUGGING (24%), jednak obraz ten może być zniekształcony

²⁰³ R.G. Arnold, *The interview in jeopardy: a problem in public relations*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 28, 1964, s. 120.

²⁰⁴ R. Baxter, *An inquiry into the misuse of survey technique by sales solicitors*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 28, 1964, s. 125; por. A.L. Biel, *Abuses of survey research techniques: the phony interview*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 31, 1967, s. 298.

²⁰⁵ R. Baxter, op. cit., s. 126–128.

²⁰⁶ W.D. Rugg, *Interviewer opinion on the “salesman as interviewer” problem*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 35, 1971–1972, s. 625.

²⁰⁷ A. Schwartz, op. cit., s. 139.

– aż 65% respondentów nie dostrzegło różnicy między telefonicznym sondażem a telemarketingiem²⁰⁸.

5.4. Czynniki związane z otoczeniem społecznym w perspektywie statycznej

W prowadzonych dotychczas badaniach statycznych, analizujących wpływ otoczenia społecznego, podejmowano przede wszystkim próbę wskazania tych czynników, które wyjaśniają efekt większej ilości odmów na terenach zurbanizowanych w porównaniu z wiejskimi. Ten kierunek badań wynika po pierwsze z faktu, że zależność między chęcią kooperacji a miejscem zamieszkania²⁰⁹ jest najbardziej konsekwentną prawidłowością obserwowaną w stosunku do respondentów niedostępnych i żadne z dotychczasowych doniesień, nie przyniosły rezultatów z nią niezgodnych. Relacje te pochodzą z wielu terenów kulturowych, w tym ze Stanów Zjednoczonych, Kanady, Wielkiej Brytanii, Szwecji, Finlandii, Węgier, Japonii²¹⁰. W Polsce zjawisko to obserwowano jeszcze przed przełomem 1989 roku²¹¹. Wykorzystując różne koncepcje urbanizacji, zależność sprawdzano także między miastami starymi vs. nowymi, dużymi vs. małymi, przedmieściami vs. najstarszą, najgęściej zaludnioną częścią śródmieścia (*inner city*)²¹². Rezultaty badań konsekwentnie potwierdzają prawidłowość, zgodnie z którą najmniejszy poziom kooperacji charakteryzuje *inner cities*, największy – tereny wiejskie. Po wtóre, zainteresowanie dla tego efektu, wiąże się z tym, że zróżnicowanie poziomu urbanizacji samo w sobie nie wyjaśnia głębiej fenomenu niedostępności, stąd stawiane są pytania co takiego odróżnia

²⁰⁸ T.D. Remington, op. cit., przytaczam za: R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 172.

²⁰⁹ Miejsce zamieszkania potencjalnego respondenta jest tzw. własnością kontekstową. Mimo, że własność kontekstowa jest własnością elementu, opisuje ona go przez własność zbiorowości – z tego względu rozważania odnoszące się do miejsca zamieszkania zamieszczone są w rozdziale dotyczącym czynników środowiskowych, a nie czynników związanych bezpośrednio z respondentem. Por. P. Lazarsfeld, H. Menzel, *O stosunkach między własnościami jednostek a własnościami zbiorowości*, [w:] (red.) A. Sułek, op. cit., s. 88.

²¹⁰ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 176.

²¹¹ K. Lutyńska, *Analiza odmów...* op. cit., s. 226.

²¹² W Stanach Zjednoczonych zwykle zamieszkiwaną przez ludność mniej wykształconą i gorzej uposażoną.

mieszkańców terenów mniej zurbanizowanych, że chętniej odpowiadają na propozycje udziału w badaniach niż mieszkańcy terenów o wyższym poziomie urbanizacji. Badacze próbują wyjaśnić tę zależność w takich terminach jak gęstość zaludnienia, poziom przestępczości, społeczna dezorganizacja, odwołując się do koncepcji z nimi związanych²¹³. R. Groves i M. Couper stawiają pytanie „wcześniejsze” – czy to rzeczywiście miejskość i wiejskość oraz dla nich typowe zjawiska wywołują określone reakcje na prośbę o wywiad (niezależnie od charakterystyk społeczno-demograficznych jednostek), czy może reakcje te można wytłumaczyć właściwościami jednostek i inną strukturą społeczną ludności miejskiej i wiejskiej? Odpowiedzi na to pytanie nie mogli dostarczyć badacze stosujący analizy ekologiczne (np. House i Wolf), tymczasem jest ono kluczowe w debacie nad czynnikami powodującymi odmowne reakcje w sondażach²¹⁴.

W psychologicznych koncepcjach wskazuje się, że **gęste zaludnienie** sprzyja permanentnemu doświadczaniu przelotnych i bezosobowych kontaktów z nieznanymi co prowadzi do nadmiernej stymulacji i subiektywnego odczucia życia w tłumie. Na skutek tego przeciążenia pojawia się stres i tendencja do unikania kontaktów z obcymi, niechęć do podejmowania prospołecznych zachowań a także nieufność wobec jednostek, które nie znajdują się w wąskim gronie rodziny i przyjaciół. Relacjonując wyniki badań poprzedników, Groves i Couper wskazują, że w badaniach nad skłonnością do podejmowania działań prospołecznych, efekt miejskość–wiejskość zanikł kiedy zależność była kontrolowana przez zmienną mierzącą natężenie, z jaką jednostka jest stymulowana kontaktami. W badaniach prowadzonych w kontekście kooperacji w sondażach, House i Wolf zaobserwowali słaby, ale statystycznie istotny związek między gęstością zaludnienia a odsetkiem odmów na obszarach (*PSU*)²¹⁵. Z kolei Groves i Couper na podstawie własnych badań ustalili, że gęstość zaludnienia silniej koreluje i lepiej objaśnia zmienność współczynnika kooperacji niż poziom urbanizacji²¹⁶.

²¹³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 176.

²¹⁴ R. Groves, M. Couper, *Social environmental impacts on survey cooperation*, „Quality & Quantity”, vol. 30, 1996, s. 174, 176.

²¹⁵ J. House, S. Wolf, op. cit. p r z y t a c z a m z a: R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 177; R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 234.

²¹⁶ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit., s. 181–182; M. Couper, R. Groves, *Social environmental...* op. cit., s. 181.

Kolejna zmienna – **poziom przestępczości** jest wykorzystywana jako wskaźnik poczucia zagrożenia przestępczością, które uważa się za ważny czynnik wpływający na decyzję odnośnie partycypacji. Przy czym jak się podkreśla, strach przed wchodzeniem w interakcję z obcymi, który pojawia się na skutek psychologicznego stanu zagrożenia nie musi objawiać się tylko w badaniach zakładających bezpośredni kontakt ankietera z respondentem. Oprócz obawy przed doznaniem krzywdy fizycznej pojawia się obawa przed oszustwem i doznaniem szkody finansowej – stąd jednostki odczuwające niebezpieczeństwo stania się ofiarą przestępstwa będą unikały wchodzenia w relacje z obcymi i udzielania im informacji o sobie niezależnie od medium, w jakim kontakt miałby przebiegać. Odwołując się jeszcze raz do badań House’a i Wolfa – odkryli oni silny związek między poziomem przestępstw i odmów²¹⁷. Podobnie, Groves i Couper ustalili, że poziom przestępczości na obszarze, tak jak w przypadku gęstości zaludnienia, jest silniej związany i ma większą moc predykcji wartości współczynnika kooperacji niż poziom urbanizacji²¹⁸.

Trzecim zjawiskiem typowym dla terenów miejskich jest **społeczna dezorganizacja**, objawiająca się osłabieniem lokalnych i przyjacielskich więzi, zmniejszonym zaangażowaniem w sprawy lokalne, niskim poziomem kontroli społecznej i autorytetu dla instytucji. Jako odpowiednik społecznej dezorganizacji, na poziomie jednostkowym pojawia się izolacja społeczna, która manifestuje się brakiem zaufania do innych, niskim poczuciem zobligowania do działania na rzecz wspólnego dobra²¹⁹.

Pomiar poziomu społecznej dezorganizacji zwykle następuje dużo problemów – pojawiają się one na etapie operacjonalizacji terminu; dostęp do danych odpowiadających wybranym wskaźnikom jest też zwykle utrudniony. Groves i Couper wykorzystują informację o procencie osób, które zamieszkują w jednostkach zbiorowego zakwaterowania (*group quarters*) jako wskaźnik nietrwałości, „przelotności” populacji zamieszkującej na danym na terenie (*transience of the population*). Stosowanym przez nich wskaźnikiem tego zjawiska jest także procent jednostek mieszkalnych zajmowanych przez ich właścicieli, a także procent

²¹⁷ J. House, S. Wolf, op. cit. p r z y t a c z a m z a: R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 177; R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 233–235.

²¹⁸ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household....* op. cit., s. 181–182; M. Couper, R. Groves, *Social environmental...* op. cit., s. 181.

²¹⁹ R. Groves, M. Couper, *Social environmental...* op. cit., s. 177–178.

domów jednorodzinnych. Groves i Couper argumentują, że dzieci są swoistym katalizatorem zaangażowania rodziców w sprawy wspólnotowe, stąd w analizach uwzględniają procent osób poniżej 20 roku życia na danym obszarze. Uwzględniając specyfikę populacji amerykańskiej, w analizach wykorzystano także informację o zróżnicowaniu rasowym na obszarze, argumentując, że im jest ono większe tym więzi społeczne mniej spójne²²⁰.

Zależność istotną statystycznie, o zgodnym z oczekiwanym kierunkiem odnotowano tylko w przypadku zmiennej mówiącej o procencie osób poniżej 20 roku życia. Wskaźniki dezorganizacji społecznej łącznie objaśniły mniejszą część zmienności współczynnika kooperacji niż objaśnia ją gęstość zaludnienia czy liczba przestępstw²²¹.

Natomiast kontrola zależności między każdym wskaźnikiem osobno (gęstość zaludnienia, liczba przestępstw, poszczególne wskaźniki dezorganizacji społecznej) a współczynnikiem kooperacji przez charakterystyki społeczno-demograficzne spowodowała, że zależności te znacznie straciły na sile, niemniej pozostały statystycznie istotne (uwaga dotyczy tych zmiennych, których wpływ w analizach dwuzmiennowych był istotny)²²².

Dopiero analiza w pełni wielozmiennowa (badająca łączny wpływ wszystkich zmiennych) z uwzględnieniem zmiennych kontrolnych pokazała, że żaden z pojedynczych wskaźników włączonych do modelu nie uzyskał wystarczająco niskiego poziomu istotności²²³, a model „środowiskowy” stracił około połowy²²⁴ swej siły predykcji. Gdyby siłę tę całkowicie utracił można by było powiedzieć, że czynniki środowiskowe są nieistotne, a o chęci kooperacji decydują jedynie społeczno-demograficzne charakterystyki potencjalnych respondentów i zależności te występują niezależnie od miejsca, w którym oni mieszkają. Wyniki badań Grovesa i Coupera nie pozwalają wyciągnąć aż tak radykalnego wniosku, nie mniej spowodowały znaczne osłabienie hipotezy „środowiskowej”.

²²⁰ R. Groves, M. Couper, *Social environmental...* op. cit., s. 179.

²²¹ Ibidem, s. 181.

²²² Ibidem.

²²³ Ibidem.

²²⁴ Przy zastosowaniu statystyki G jest to 46%, a przy χ^2 jest to 57%. Por. R. Groves, M. Couper, *Social environmental...* op. cit., s. 185; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in...* op. cit. s. 185.

* * *

W rozdziale tym przedstawiono różne hipotezy dotyczące przyczyn odmów w sondażach, sformułowane odpowiednio do statycznego i dynamicznego ujęcia problemu. We wszystkich tych hipotezach akcentowano wpływ otoczenia na zachowanie. W wielu przypadkach postawienie hipotezy na poziomie makrospołecznym wynikało tylko i wyłącznie z braku możliwości przetestowania przypuszczenia na poziomie jednostkowym. Stąd też zarzut Grovesa w stosunku do House'a i Wolfa o popełnianie błędu ekologicznego. Potrzebę potwierdzenia hipotezy na poziomie jednostkowym wskazują w odniesieniu do własnego badania Kojetin i Tucker²²⁵, to samo wymaganie formułuje Groves w stosunku do analiz Goydera²²⁶. Jak jednak wiadomo, uzasadnienia takiego dostarczyć nie można, nie tylko dlatego, że materiał na którym wówczas pracowali badacze miał już wtedy status danych historycznych – z powodu niedostępności respondentów takiej możliwości nigdy nie było, nie jest więc to kwestia niewykorzystania szansy, która kiedyś miała realnie istnieć. Patrząc z praktycznego punktu widzenia, owe uzasadnienie mogłoby tylko pochodzić z badań przekrojowych, być może nawet przeprowadzonych w późniejszym momencie czasowym, wykraczającym poza okres badany w analizach ekologicznych (tymczasem jak dają tego przykład Abramson i Aldrich, korelaty zjawiska badanego w ujęciu przekrojowym, nie muszą okazać się jego korelatami w ujęciu wzdłuż czasowym²²⁷). Mimo, iż wartość takich dowodów będzie podlegać dyskusji, ich obecność jest pożądana przez wzgląd na niemożność dostarczenia innych uzasadnień.

Podsumowując wnioski własnych badań, po pierwsze, odrzucono hipotezę strukturalnych zmian demograficznych w odniesieniu do zmiennej wielkość miejscowości zamieszkania. W efekcie przeprowadzonej argumentacji hipotezę wzrostu lęku przed przestępczością uznano za mało prawdopodobną. Do wniosku takiego przychyłono się nie tylko po analizie danych zagregowanych – w dyspozycji badacza były także dane jednostkowe, które co prawda pochodziły z badań przekrojowych, ale wskazały, że grupa osób, która boi się wpuszczać ankietera, stanowi margines. Do hipotezy mówiącej o wzroście potrzeby ochrony pry-

²²⁵ B. Kojetin, C. Tucker, op. cit., s. 182.

²²⁶ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 221.

²²⁷ P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 504.

watności ustosunkowano się głównie za pomocą danych zagregowanych i analizy treści, która nie miała ilościowego charakteru. Oparto się także na wypowiedziach przedstawicieli urzędów statystycznych. Analiza zebranych informacji prowadzi do konkluzji, że jest to prawdopodobna hipoteza, niemniej trzeba wyraźnie podkreślić, że z uwagi na charakter wykorzystanych źródeł informacji nie był to test rygorystyczny. W przypadku testowania hipotezy spadku aktywności obywatelskiej zastosowano bardziej systematyczne podejście, jednak rozwiązanie problemu nastąpiło w efekcie przeprowadzenia analizy ekologicznej, stąd wskazana jest niesłychana ostrożność przy wyciąganiu wniosków. Wydaje się, że dla uprawomocnienia wniosków nie bez znaczenia jest jednak fakt, że analiza regresji dała bardzo wysoki wynik. Mimo tego, że nie wszystkie zmienne korelowały w kierunku, jakiego pierwotnie oczekiwano, ustalenia analizy regresji nie kłócą się z refleksją teoretyków zajmujących się problematyką spadku aktywności obywatelskiej we współczesnych demokracjach. Z powodu braku danych nie ustosunkowano się do hipotezy przesytu sondażami oraz hipotezy wzrostu działań SUGGING-owych.

Jakkolwiek hipoteza spadku aktywności obywatelskiej i hipoteza wzrostu ochrony prywatności odnoszą się do dwu różnych zjawisk, ich punktem styku jest krytyczny stosunek do instytucji władz. Ma on co prawda różne podłoże – w jednym przypadku chodzi o krytykę władzy za prowadzenie określonej polityki, w drugim, o krytykę władzy prowadzoną w duchu doktryny liberalnej, czyli jako zagrożenia wolności jednostki. Nie tylko wyniki analizy regresji wskazują, że warunki do rozwoju zjawiska prywatności są w Polsce w najwyższym stopniu sprzyjające – występuje krytyka instytucji państwa, a także poprawa jakości życia. Uzyskane wyniki rzuciły nowe światło na kwestię ochrony prywatności, wskazując, że nie musi być to tylko „od-sondażowy” problem, jak to ujęto na początku pracy. Jednakże uznanie, że ochrona prywatności jest rewersem zjawiska rezygnacji z aktywności obywatelskiej („obywatelski prywatyzm”²²⁸), byłoby zbyt dużym uproszczeniem i nie do końca uzasadnionym wnioskiem. Z pewnością oba zjawiska mieszczą się dobrze w obecnej kulturze i opisują kształt współczesnych demokracji, niemniej nie wydaje się słuszną konkluzją, która mówiłaby, że potrzeba ochrony prywatności musi pojawiać się u osób, które zarzuciły

²²⁸ Por. A. Miszańska, *Sytuacja...* op. cit., s. 35.

działania w sferze obywatelskiej. Wiele wskazuje, że na naruszanie prywatności i problem konfidențialności informacji najbardziej wrażliwi są mieszkańcy wielkich miast (skupiających największą ilość osób z wyższym wykształceniem), którzy jednocześnie częściej niż mieszkańcy innych typów miejscowości korzystają ze swoich praw wyborczych. To dodatkowo sugeruje, że problem ochrony prywatności może mieć różne podłoże i dotyczyć osób o różnych profilach społeczno-demograficznych.

Analizy statyczne Grovesa i Coupera, choć z innego powodu, także kazały koncentrować uwagę na czynniku jakim jest potencjalny respondent. Rozważania na ten temat będą przedmiotem kolejnego rozdziału.

Rozdział 6

CECHY POTENCJALNEGO RESPONDENTA JAKO CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA DECYZJĘ O KOOPERACJI. TEORIE PARTYCYPACJI W SONDAŻACH

Literatura na temat charakterystyk jednostek niedostępnych, w tym specyficznej grupy jakimi są odmawiający, jest obszerna, ale także, jak dodaje J. Goyder, słabo zintegrowana¹. Niekonsekwentne doniesienia doprowadziły niektórych badaczy do wniosku, że coś takiego jak jeden, względnie stały profil niedostępnego po prostu nie istnieje². Inni jednak, niemożność ustalenia „wspólnego mianownika” wiązą w pierwszym rzędzie z występującym w wielu analizach brakiem dystynkcji między różnymi typami niedostępności; brakiem analiz wielozmiennowych; obejmowaniem badaniem małych, często specyficznych populacji³. Do tego zestawu zarzutów, wystosowywanych jednocześnie pod adresem wielu analiz (między innymi tych, w których zajmowano się wpływem cech sondażu i procedur w nich stosowanych na wartość współczynnika kooperacji), dołączane są inne. Jak przedstawiono we wcześniejszych fragmentach, częsty brak dostępu do wiarygodnych, kompletnych danych jednostkowych o osobach wylosowanych do próby, przyczynił się do wypracowania szeregu zastępczych metod, posiadających swoje ograniczenia. Część z nich stawia wymagania bardzo trudne do spełnienia. Część z kolei jest poddawana krytyce za proponowanie rozwiązań, które przynoszą niepewne i wątpliwe rezultaty, co może dodatkowo utrudniać ustalenie względnie stałego i spójnego profilu osoby odmawiającej uczestnictwa w badaniach sondażowych. W dalszych fragmentach zostaną przedstawione rezultaty badawcze pozwalające na rekonstrukcję społeczno-demograficznego portretu odmawiających. Rozważania te zostaną wzbogacone informacjami odnoszącymi się do osób, z którymi nie można nawiązać kontaktu.

¹ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 80.

² R. Fitzgerald, L. Fuller, op. cit., s. 7.

³ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 80.

6.1. Wiek

Mówiąc najogólniej, zdecydowana większość empirycznych studiów przyniosła rezultat, mówiący o tym, że wiek jest zmienną **pozytywnie związaną z możliwością nawiązania kontaktu i negatywnie z chęcią kooperacji**.

Autoselekcja o różnych kierunkach sprzyja wzajemnemu znoszeniu się błędów i zachowaniu przez próbę zrealizowaną statusu reprezentatywności mimo ubytków. Fakt, że w wielu badaniach obserwuje się w końcowym efekcie utrzymujące się nad- i niedo- reprezentacje wybranych grup wiekowych nie koniecznie oznacza, że przedstawiona na wstępie prawidłowość nie wystąpiła. Przykładowo w badaniach CBOS *Aktualne Problemy i Wydarzenia*, od lat występuje problem niedoreprezentowania osób w najmłodszych kategoriach wiekowych⁴. W tym przypadku należy wziąć pod uwagę, że okres realizacji badania jest niesłychanie krótki, zwykle nie przekraczający 3 dni, co może tłumaczyć efekt braku balansu i w konsekwencji nie całkowitego zrównoważenia się błędów. Na tej samej zasadzie można oczekiwać, że wydłużony okres badania spowoduje znaczne zredukowanie odsetka nieobecności, a przy utrzymujących się trudnościach z konwersją odmów, wystąpi w rezultacie nadreprezentacja osób młodych w próbie zrealizowanej. Wobec zróżnicowania sondaży (przede wszystkim ze względu na długość realizacji) nie może dziwić, że jeśli chodzi o wiek, doniesienia o cechach jednostek niedostępnych (ujętych jako jeden zbiór) są w literaturze bardzo niekonsekwentne⁵. Tutaj więc będę starać się ograniczyć do przedstawienia rezultatów tych badań, w których podstawowe dwa typy ubytków (odmowy i przypadki nie nawiązania kontaktów) są traktowane oddzielnie.

O'Neil porównując „właściwych” respondentów z „nawróconymi”, odnotowuje, że chętniej brały udział w sondażu telefonicznym osoby w wieku 20–44, a w grupie przebadanych „odmawiaczy” znajduje się więcej osób po 60 roku życia, a także osób z najmłodszej grupy wiekowej (19 i mniej)⁶. Z pracy I. Stoop, mieszczącej się w tym nurcie badań,

⁴ Z. Gostkowski Z., P. Daniłowicz, op. cit., s. 39; A. Kubiak, A. Mokrzyński, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, raport wewnętrzny CBOS, 1993, s. 16; W. Dąbala, *Próby CBOS oraz szacowanie na ich podstawie parametrów populacji w badaniach sondażowych po roku 2000*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LVI/1 (w druku).

⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 133.

⁶ M.J. O'Neil, *Nonresponse bias in telephone survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43, 1979, s. 223, 225.

również wynika, że osoby w średnich kategoriach wiekowych są bardziej chętne kooperacji, niemniej przedział ten obejmuje wyższe wartości (45-64), a sama zależność jest słaba⁷. Natomiast P.B. Sztabiński (i inni), na podstawie danych z polskiej wersji ESS-2004 i badania wstępnego, ustalił, że zmienna wiek nie różnicuje w istotny sposób przebadanych niedostępnych od respondentów⁸.

W studium opartym na informacjach od ankietera, R. Fitzgerald i L. Fuller ustalili, że niechęć do kooperacji zaznacza się wyraźnie od 50 roku życia⁹. W badaniach T. DeMaio granica przesunęła się niżej – osoby powyżej 30 roku życia częściej odmawiały od tych, które nie przekroczyły tego wieku¹⁰. Ta sama obserwacja dotyczy badań T. Smitha¹¹. Mająca bardziej liniowy charakter, negatywna zależność między wiekiem a chęcią kooperacji występuje w badaniach D. Hawkinsa¹².

Mechanizm wypadania jednostek z badania panelowego na skutek odmów wydaje się być oparty na tej samej, ogólnej prawidłowości¹³.

The difficulty method, pozwalająca określić cechy osób łatwych i trudnych do skontaktowania, także daje rezultaty zgodne z wyżej oczekiwanyymi¹⁴.

W badaniach polskich prawidłowość odnośnie chęci kooperacji w oparciu o jeszcze inną metodę potwierdziła I. Anuszevska – zgodę na udział

w następnym badaniu częściej deklarowały osoby młode – wraz z wiekiem częstość deklaracji się zmniejszała¹⁵.

Podobne rezultaty, z pewnym wyjątkiem, przynoszą metody, które wykorzystują jednostkowe informacje z operatu losowania lub z zewnętrznych źródeł. F. Lowe i T. McCornick obserwują wzrost odmów wraz z wiekiem, a największe problemy ze skontaktowaniem się z osobami w grupie 30-59-latków¹⁶. O zrównoważeniu się błędów wynikają-

⁷ I. Stoop, *The hunt ...* op. cit., s. 236.

⁸ P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, D. Przybysz, op. cit., s. 33.

⁹ R. Fitzgerald, L. Fuller, op. cit., s. 8–9.

¹⁰ T. DeMaio, op. cit., s. 227.

¹¹ T.W. Smith, *The hidden ...* op. cit., s. 395.

¹² D. Hawkins, op. cit., s. 479.

¹³ B. S. Dohrenwend, B.P. Dohrenwend, op. cit., s. 82.

¹⁴ T.W. Smith, *The hidden ...* op. cit., s. 397; R. Fitzgerald, L. Fuller, op. cit., s. 12–13; D. Hawkins, op. cit., s. 470; W.C. Dunkelberg, G.S. Day, *Nonresponse bias and callbacks in sample surveys*, „Journal of Marketing Research”, vol. 10, 1973, s. 162.

¹⁵ I. Anuszevska, *Dostępność respondentów*, „ASK”, nr 9, 2000, s. 73.

¹⁶ F.E. Lowe, T.C. McCornick, op. cit., s. 309.

cych z odmów i nieobecności donoszą Mayer i Pratt, realizujący badanie techniką ankiety pocztowej – osoby do 45 roku życia są najmniej uchwytnie, ale raz skontaktowane chętniej biorą udział w badaniu niż te, które łatwo „zlokalizować”¹⁷. Podobny efekt jeśli chodzi o odmowy pojawił się w badaniach nad małą, specyficzną populacją (pracownicy dużej firmy) – największy odsetek odmów pojawił się w grupie osób powyżej 50 lat, najmniejszy wśród najmłodszych¹⁸. W badaniach J. Goydera opartych łącznie na 6 sondażach, zróżnicowanych ze względu na technikę zbierania materiałów, tematykę (5 z nich dotyczy ogólnych populacji)¹⁹ ustalono, że zależność między wiekiem a prawdopodobieństwem nawiązania kontaktu ma kierunek zgodny z oczekiwanym (dodatni), ale nie jest istotna statystycznie. Jednocześnie ustalono, że wiek koreluje negatywnie z chęcią kooperacji, przy czym związek był istotny statystycznie, zarówno w modelu dwuzmiennowym jak i wielozmiennowym²⁰. Badania R. Grovesa i M. Coupera przynoszą nieco inne rezultaty. Opierają się one łącznie na 6 sondażach przeprowadzonych przez/dla rządowego sponsora²¹, a wyniki nie dotyczą bezpośrednio jednostek tylko gospodarstw domowych. Zgodnie z rezultatami ich badań, gospodarstwa zamieszkane przez osoby starsze są łatwiejsze do skontaktowania, podobnie jak te, w których są małe dzieci²². Jednocześnie w analizach wielozmiennowych, Groves i Couper ustalają istnienie zależności krzywoliniowej między wiekiem a chęcią kooperacji – najchętniej współpracują z badaczami członkowie tych gospodarstw, w których wszyscy członkowie są poniżej 30 roku życia oraz wszyscy członkowie powyżej 69 lat²³.

Jest rzeczą wartą odnotowania, że w sondażu dotyczącym problemów gerontologicznych, przeprowadzonym na próbie składającej się z osób mających 58 lat i więcej, Goyder nie zaobserwował związku między wiekiem a chęcią kooperacji²⁴. W badaniach Goudy’ego obejmujących mężczyzn powyżej 50 roku życia (w II fali panelu) także nie

¹⁷ Ch.S. Mayer, R.W. Pratt, op. cit., s. 643–644, 640.

¹⁸ Ch.N. Weaver, S.L. Holmes, N.D. Glenn, *Some characteristics of inaccessible respondents in a telephone survey*, „Journal of Applied Psychology”, vol. 60, no. 2, 1975, s. 261.

¹⁹ J. Goyder, *The silent minority* ... op. cit., s. 89–90.

²⁰ Ibidem, s. 98.

²¹ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household* ... op. cit., s. 52–53.

²² Ibidem, s. 114.

²³ Ibidem, s. 147–148.

²⁴ J. Goyder, *The silent minority* ... op. cit., s. 110–111.

udało się uchwycić takiej zależności²⁵, podobnie jak w badaniach Atchley'a obejmujących emerytowane kobiety²⁶. Jej istnienie potwierdzono jednak w badaniach nad populacją emerytowanych pracowników sektora państwowego²⁷.

Rezultat otrzymany przez Grovesa i Coupera odnośnie chęci uczestnictwa w badaniach osób starszych jest trudny w interpretacji. Co prawda w literaturze wskazuje się nie tylko na czynniki mogące objaśniać skłonność tych osób do odrzucania propozycji uczestnictwa (związane z cyklem życia wycofanie – mniejsze zainteresowanie sprawami świata zewnętrznego i skupienie uwagi na sobie, naturalna tendencja do zaniechania aktywnego trybu życia, stopniowe uwalnianie się od norm społecznych²⁸; lęk przed przestępczością; zły stan zdrowia; mniejszy poziom wykształcenia); ale także czynniki sprzyjające partycypacji (silniejsze poczucie powinności obywatelskich). Pamiętając, że wnioski z badań Grovesa i Coupera dotyczą sondaży rządowych, można zastanowić się na ile obserwowany w ich badaniach efekt jest funkcją sponsora. Warto więc sprawdzić jakie zachowania przejawiają osoby starsze w odniesieniu do spisu powszechnego i wyborów.

M. Couper, E. Singer, R. Kulka obserwują pozytywną zależność między wiekiem a chęcią odesłania wypełnionego kwestionariusza spisowego (związek ma odwrotny kierunek niż przedstawiona na początku prawidłowość dotycząca chęci kooperacji w sondażach) – osoby powyżej 60 roku życia znacznie częściej (2,5 razy) odsyłały formularze niż jednostki, które nie ukończyły 31 lat (z analiz wyłączono grupę pośrednią)²⁹.

Wyniki badań nad zachowaniami wyborczymi pokazują nieco inny wzór niż wyniki badań nad chęcią kooperacji w sondażach. Najmniejszy poziom uczestnictwa wyborczego charakteryzuje grupę najmłodszą, a największy grupę w wieku średnim. U osób w wieku emerytalnym obserwuje się spadek aktywności, ale nie osiąga on tak niskich rozmia-

²⁵ W.J. Goudy, op. cit., s. 363.

²⁶ R.C. Atchley, *Respondents vs. refusers in an interview study of retired women: an analysis of selected characteristics*, „Journal of Gerontology”, vol. 24, 1969, s. 44.

²⁷ D.O. Kaldenberg, H.F. Koenig, B.W. Becker, *Mail survey response rate patterns in a population of the elderly. Does response deteriorate with age?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 58, 1994, s. 71.

²⁸ Por. K.J. Gergen, K.W. Back, *Communication in the interview and the disengaged respondent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 30, 1966, s. 387; por. R.C. Atchley, op. cit., s. 46.

²⁹ M.P. Couper, E. Singer, R.A. Kulka, op. cit., s. 72.

rów jak w grupie najmłodszej³⁰. T. Agnello obserwuje jak w najmłodszej kohorcie następuje wraz z wiekiem odpływ poczucia bezsilności i braku wpływu na politykę, oraz jego nasilanie się w znacznie starszych kohortach³¹. Jennings i Markus dowodzą, że część spadku aktywności politycznej u osób starszych można objaśnić postępującymi procesami starzenia³².

Podsumowując, wzory kooperacji w sondażach i uczestnictwa wyborczego w najmłodszej grupie wiekowej nie są zgodne. Badania Grovesa i Coupera przyniosły rezultat niezgodny z dotychczasowymi jeśli chodzi o chęć kooperacji w sondażach przez osoby starsze. Efekt ten jest trudny w interpretacji tym bardziej, że badania nad zachowaniami politycznymi w tej grupie pokazują tendencję do wycofywania się z aktywności. Można domniemywać, że rezultat uzyskany przez Grovesa i Coupera jest związany przede wszystkim z obecnością rządowego sponsora.

6.2. Status socjoekonomiczny

Inną, kluczową zmienną dla opisu różnic między respondentami dostępnymi i niedostępnymi jest status socjoekonomiczny (SES) – miara uwzględniająca dochody oraz zawód albo poziom wykształcenia³³. W dużej części analiz nie stosuje się tej jednolitej miary, tylko prezentuje się wyniki oddzielnie dla każdej cechy. Zgodnie z przyjętą konwencją, rezultaty przedstawiam oddzielnie dla przypadków odmów oraz nieobecności. W odniesieniu do statusu socjoekonomicznego – zdaniem Goydera – można się spodziewać wystąpienia **negatywnego związku jeśli chodzi o możliwość nawiązania kontaktu, oraz**

³⁰ Por. S.M. Lipset, *Homo politicus. Społeczne podstawy polityki*, PWN, Warszawa 1995, s. 194, 196; D. Przybysz, *Dlaczego Polacy nie głosują? Analiza przyczyn bierności wyborczej*, [w:] (red.) H. Domański, A. Ostrowska, A. Rychard, *Niepokoje polskie*, IFiS PAN, Warszawa 2004, s. 200. W badaniach polskich nieco inne rezultaty, wskazujące raczej na istnienie zależności liniowej otrzymała A. Miszańska biorąc pod uwagę stałych absencjonistów i stałych wyborców: A. Miszańska, *Reakcje społeczne na przemiany ustrojowe*, WUŁ, Łódź 1996, s. 175.

³¹ T.J. Agnello, *Aging and the sense of political powerlessness*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 37, 1973, s. 255.

³² M.K. Jennings, G.B. Markus, *Political involvement in the later years: a longitudinal survey*, „American Journal of Political Science”, vol. 32, 1988, s. 311.

³³ J. Goyder, *The silent minority ...* op. cit., s. 83.

pozytywnego jeśli chodzi o chęć kooperacji³⁴. Relacja między dwoma typami ubytków ma być więc podobna do tej, jaka występuje w przypadku wieku – osoby trudne do skontaktowania mają jednocześnie chętniej zgadzać się na udział w badaniu, i odwrotnie.

Wyniki badań Hawkinsa, oparte na szacunkach ankietatorów odnośnie dochodu, potwierdzają powyższą prawidłowość jeśli chodzi o odmawiających – osoby gorzej uposażone częściej rezygnowały z uczestnictwa³⁵. Nie jest to zgodne z obserwacjami T. DeMaio (szacunki tylko dla 10% odmawiających), która odnotowuje w sondażu rządowym, że odsetek odmów był najniższy w grupie niskiego dochodu, a najwyższy w grupie środkowej³⁶. Obserwacje DeMaio potwierdzają się w analizach Smitha³⁷.

Metoda oparta o analizę fal zwrotów (*the difficulty method*) przynosi rezultaty zgodne z przedstawioną na wstępie prawidłowością – jednostki trudne do skontaktowania to osoby z wyższym wykształceniem, *białe kołnierzyki*, lepiej zarabiający³⁸. Podobnie T. Smith obserwuje trudności z nawiązaniem kontaktu wśród jednostek o wysokim statusie socjoekonomicznym³⁹. Z badań Dunkelberga i Day'a wynika, że prawdopodobieństwo skontaktowania się przy pierwszej wizycie jest negatywnie związane z poziomem wykształcenia i dochodu, choć ostatecznie to osoby znajdujące się po środku skali dochodów i wykształcenia wymagają największej ilości wizyt⁴⁰.

J. Wilcox wykorzystujący *wave analysis* i metodę konwersji (z bardzo krótkim kwestionariuszem) potwierdza oczekiwaną przez Goydera prawidłowość – jednostki gorzej wyedukowane łatwiej zastać w domu, ale są one jednocześnie bardziej niechętne badaniu niż te z wyższym poziomem wykształcenia⁴¹. Porównanie właściwych respondentów z „nawróconymi” twardymi odmawiaczami u I. Stoop pokazuje nieco inny wzór, choć zależności są słabe – najchętniej mają kooperować osoby z wykształceniem akademickim i podstawowym⁴².

³⁴ Ibidem, s. 84.

³⁵ D. Hawkins, op. cit., s. 478.

³⁶ T. DeMaio, op. cit., s. 227–228.

³⁷ T.W. Smith, *The hidden ...* op. cit., s. 395.

³⁸ D. Hawkins, op. cit., s. 469–570.

³⁹ T.W. Smith, *The hidden ...* op. cit., s. 397.

⁴⁰ W.C. Dunkelberg, G. S. Day, op. cit., s. 162–163.

⁴¹ J.B. Wilcox, op. cit., s. 594.

⁴² I. Stoop, op. cit., s. 236.

Relacja W. Goudy'ego⁴³, a także Kaltona (i innych)⁴⁴ z badań panelowych jest zgodna z przedstawioną na wstępie prawidłowością, jednakże związku istotnego statystycznie między zmiennymi nie znajdują B.S. Dohrenwend i B.P. Dohrenwend⁴⁵.

O'Neill, w kontekście sondaży telefonicznych, odnajduje odmawiających jako gorzej wykształconych, *niebieskie kołnierzyki*⁴⁶. C. Tucker formułuje podobne wnioski⁴⁷.

Metody, które wykorzystują jednostkowe informacje z operatu losowania lub z zewnętrznych źródeł przynoszą bardziej niekonsekwentne rezultaty. Weaver, Holmes i Glenn odnajdują największy odsetek odmów w grupie średnio zarabiających, a najmniejszy w grupie najgorzej uposażonych⁴⁸. Mimo, że w badaniach Meyera i Pratta błędy z powodu odmów i nieobecności, odnoszące się do zawodu, w dużej mierze się równoważą, trudno wychwycić jakieś liniowe zależności – wśród odmawiających znalazło się relatywnie więcej rzemieślników i brygadzystów; w grupie niechętnych istnieje także pewna nadreprezentacja *białych kołnierzyków*, natomiast robotnicy wyraźnie chętniej brali udział w badaniu⁴⁹. Z badań Lowe'ego i McCormicka wynika, że najmniejszy odsetek odmów charakteryzuje bezrobotnych, studentów, emerytów a także samo zatrudniających się (nie z wolnych zawodów), ale trzeba podkreślić, że w tym badaniu braki danych stanowią ponad 50%⁵⁰. Inne rezultaty, zgodne z prawidłowością przedstawioną na początku, przynosiła badania L. Robins⁵¹. Podobnie rzecz się ma w przypadku studium Goydera – co prawda nie odnajduje on istotnego statystycznie związku między SES a prawdopodobieństwem kontaktu, ale odnajduje pozytywny, liniowy związek jeśli chodzi o chęć kooperacji (zarówno w analizach dwuzmiennowych jak i wielozmiennowych)⁵². Związek ten obserwuje w sondażach zróżnicowanych ze względu na technikę gromadzenia materiałów, tematykę, obejmujących szeroką publiczność, prowa-

⁴³ W. Goudy, op. cit., s. 363.

⁴⁴ G. Kalton, J. Lepkowski, G. Montanari, D. Maligalig, op. cit., s. 467.

⁴⁵ B.S. Dohrenwend, B.P. Dohrenwend, op. cit., s. 82.

⁴⁶ M. O'Neill, op. cit., s. 223–224.

⁴⁷ C. Tucker, *Interviewer effects in telephone surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 47, 1983, s. 87.

⁴⁸ Ch.N. Weaver, S.L. Holmes, N.D. Glenn, op. cit., s. 261.

⁴⁹ Ch.S. Mayer, R.W. Pratt, op. cit., s. 643.

⁵⁰ F.E. Lowe, T. McCormick, op. cit., s. 310.

⁵¹ L. Robins, op. cit., s. 280.

⁵² J. Goyder, *The silent minority* ... op. cit., s. 98, 105–106.

dzonych przez sponsorów uniwersyteckich i prywatne instytucje. Natomiast badania Grovesa i Coupera ponownie przynoszą rezultat inny od tego jaki otrzymał Goyder – osoby o niższym statusie socjoekonomicznym (ustalonym na podstawie poziomu wykształcenia i kosztów utrzymania domu) chętniej kooperują w badaniach sondażowych⁵³. Zaintrygowany tym efektem J. Goyder przekonuje, że zależność odkryta przez niego i wielu poprzedników charakteryzuje sondaże prowadzone przez ośrodki uniwersyteckie i prywatne, które osiągają znacznie mniejszy *response rate* niż te mające rządowe „wsparcie”⁵⁴. Uwaga ta pozostaje zresztą w zgodzie z domniemaniem Grovesa i Coupera⁵⁵.

Jest też rzeczą interesującą, że prawidłowość ustalona w badaniach Grovesa i Coupera *nie* pojawia się w przypadku spisu powszechnego, tymczasem można było domniemywać, że wystąpią podobne wzory zachowań wobec przedsięwzięć realizowanych przez tego samego sponsora. Co więcej, treści zawarte w podrozdziale 5.2.4 mogły niejednokrotnie sugerować, że potrzeba ochrony prywatności i niepokoje związane z konfidencjalnością danych będą „domeną” wyższych warstw społecznych. W świetle badań E. Singer (i inni), okazało się jednakże, że obawy te, które jak wspomniano były jednym z zasadniczych powodów nie odesłania formularza spisowego, charakteryzowały głównie gorzej wykształconych⁵⁶. W kontekście tych ustaleń, interpretacje Grovesa i Coupera, mówiące o tym, że władza cieszy się większym autorytetem wśród jednostek o niższym statusie socjoekonomicznym⁵⁷, nie pasują do całości obrazu.

Cechą charakterystyczną większości badań polskich jest to, że nie przynoszą oddzielnych informacji o cechach odmawiających i nieobecnych, pozwalają jedynie na syntetyczny wgląd w różnice między jednostkami dostępnymi a przebadanymi niedostępnymi. Ich wyniki wskazują na większy udział osób lepiej zarabiających w grupie respondentów trudnodostępnych⁵⁸. O zwiększaniu się trudności w pozyskaniu wywia-

⁵³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household ...* op. cit., s. 128–130.

⁵⁴ J. Goyder, K. Warriner, S. Miller, *Evaluating socio-economic status (SES) bias in survey nonresponse*, „Journal of Official Statistics”, vol. 18, no. 1, 2002, s. 10.

⁵⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household ...* op. cit., s. 151.

⁵⁶ E. Singer, N.A. Mathiowetz, M.P. Couper, op. cit., s. 474–477.

⁵⁷ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 142.

⁵⁸ H. Domański, op. cit., s. 75; A. Kubiak, A. Mokrzyszewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1993, s. 21–22; A. Kubiak, A. Mokrzyszewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1995, s. 13; I. Anuszevska, op. cit., s. 71–72.

dów wraz ze wzrostem wykształcenia respondentów pisze I. Anuszevska⁵⁹. Podobnie A. Kubiak i A. Mokrzyzewski stwierdzają w zbiorze przebadanych niedostępnych nadreprezentację kategorii niżej wykształconych⁶⁰. Jakkolwiek zależność ta nie wystąpiła w badaniach H. Domańskiego, zaobserwował on istnienie związku w odniesieniu do kategorii zawodowych (najtrudniej uzyskać wywiad wśród inteligencji i właścicieli przedsiębiorstw, dalej wśród techników i pracowników biurowych)⁶¹. Bardzo podobne w tym punkcie rezultaty otrzymali A. Kubiak i A. Mokrzyzewski, odnajdując w zbiorze trudnodostępnych więcej przedstawicieli wolnych zawodów i osób pełniących kierownicze stanowiska, a także specjalistów niższego szczebla⁶².

U K. Lutyńskiej, jako jednej z niewielu, można odnaleźć informacje na temat cech jednostek odmawiających (materiał, który został wykorzystany do rekonstrukcji ich portretu opiera się na obserwacjach i doświadczeniach instruktorów oraz ankietów)⁶³. Wyłaniając z podanego przez nią opisu jedynie te charakterystyki, które odnoszą się do statusu socjoekonomicznego, można pokusić się o uogólnienie, iż wśród odmawiających odnajdywano relatywnie więcej przedstawicieli elity i inteligencji oraz najniższego, peryferyjnego szczebla struktury społecznej⁶⁴.

Podobny wniosek o istnieniu krzywoliniowej zależności występuje w pracy P.B. Sztabińskiego (i inni) w odniesieniu do przebadanych jednostek niedostępnych polskiej edycji ESS-2004 i badania wstępnego: *Odmowy częściej występują wśród osób o najniższym i najwyższym statusie*. Jak piszą autorzy, zależność ta jest najsilniejsza dla mieszkańców dużych miast⁶⁵.

Warto na koniec dodać, że ze względu na status socjoekonomiczny profil typowego, chętnego do współpracy uczestnika sondażu – taki jaki pochodzi z badań Goydera – odpowiada profilowi uczestnika wyborów⁶⁶.

⁵⁹ I. Anuszevska, op. cit., s. 71–72.

⁶⁰ A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1993, s. 17; A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1995, s. 11–12.

⁶¹ H. Domański, op. cit., s. 72, 75–76.

⁶² Por. A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1993, s. 19.

⁶³ K. Lutyńska, *Analiza odmów...* op. cit., s. 212–213.

⁶⁴ Ibidem, s. 225–227.

⁶⁵ P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, D. Przybysz, op. cit., s. 34.

⁶⁶ S.M. Lipset, op. cit., s. 196; D. Przybysz, op. cit., s. 201; A. Miszańska, *Reakcje...* op. cit., s. 175; E.L. Mc Dill, J. Ridley, *Status, anomia, political alienation, and political participation*, „The American Journal of Sociology”, 1962, vol. 68, no.2, s. 206.

6.3. Uczestnictwo polityczne

Ze względu na upatrywane przez wielu badaczy podobieństwo między aktem uczestnictwa w sondażach a aktami partycypacji w innych obszarach aktywności obywatelskiej, w tym w wyborach⁶⁷, celem tego fragmentu będzie, przy powołaniu się na źródła literaturowe, próba odpowiedzi na pytanie czy odmawiający różnią się od respondentów pod kątem częstotliwości uczestnictwa w wyborach oraz czy zmienne będące korelatami absencji wyborczej objaśniają reakcję na prośbę o wywiad. Pewne działania w tym kierunku już wykazano próbując porównać profil odmawiającego z portretem *nonvotera* pod kątem takich zmiennych jak wiek i status socjoekonomiczny. Występująca w wielu badaniach i w pewnych wymiarach zgodność między profilami pozwala oczekiwać, że w obrębie cech bezpośrednio dotyczących partycypacji politycznej będą odnalezione odpowiednie zależności. Takie też sugestie można odnaleźć w piśmiennictwie. Z. Gostkowski pisze, że ... *rozsądnym przypuszczeniem byłoby założenie, że istnieje silny związek między odmową (jako uzewnętrznieniem zgeneralizowanej negatywnej postawy wycofania się ze spraw publicznych, braku zainteresowania nimi itp.) a deklarowaną absencją wyborczą (jako przejawem tego negatywizmu w sferze politycznej)*⁶⁸.

Relacje o cechach odmawiających, którzy zrezygnowali z uczestnictwa w kolejnych falach badania panelowego przynoszą informacje, że osoby te rzadziej deklarowały udział w wyborach niż respondenci, którzy uczestniczyli w dalszych etapach sondażu. W badaniach wyborczych, realizowanych na próbach ogólnokrajowych, A. Clausen zaobserwował różnicę 10% w deklarowanej frekwencji między grupami⁶⁹, natomiast Traugott i Katosh różnicę rzędu 6%⁷⁰. W belgijskich badaniach panelowych nad wyborami ustalono, że odsetek odmów był największy wśród osób, których wiedza polityczna była najmniejsza; które deklarowały nie czytanie gazet, nie prowadzenie dyskusji na tematy polityczne; oraz osób, które w pełni zgadzały się ze stwierdzeniem, że

⁶⁷ Por. podrozdział 5.2.3.

⁶⁸ Z. Gostkowski, *Osoby niedostępne dla wywiadów i miary stopnia reprezentatywności prób badawczych CBOS-u jako wskaźniki stosunku społeczeństwa do sondaży opinii publicznej*, „Acta Universitatis Lodzensis”, Folia Sociologica vol. 26, 1996, s. 175.

⁶⁹ A.R. Clausen, op. cit., s. 593.

⁷⁰ M.W. Traugott., J.P. Katosh, op. cit., s. 371–372.

polityka jest zbyt skomplikowana dla ludzi takich jak ja⁷¹. Tymczasem, zorientowanie w polityce i zainteresowanie nią, podobnie jak subiektywnie odczuwana zdolność do uczestnictwa w procesie politycznym są ustalonymi korelatami frekwencji wyborczej⁷². Trzeba dodać, że w panelu tym odnotowano także zależność między liczbą braków odpowiedzi, odpowiedzi nieistotnych i niekonsekwentnych a skłonnością do wycofania się z uczestnictwa⁷³, potwierdzając w tym zakresie (*cognitive impairment*) obserwacje poprzedników⁷⁴. Odkrycie związku między tymi cechami a zmiennymi demograficznymi⁷⁵ sprzyja wyklarowaniu się obrazu jednostki odmawiającej udziału w badaniach.

Obserwacje te potwierdza także J. Brehm, opierając się na informacjach uzyskanych od ankietowanych, a także od przebadanych odmawiających oraz wykazujących niechęć do współpracy w *National Election Studies*⁷⁶.

Istnieją jednak też relacje niezgodne z powyższymi. R. Bolstein, pobierając próbę z rejestrów wyborczych a następnie korzystając z informacji w nich zamieszczonych odnośnie partycypacji⁷⁷, ustalił, że odmawiający w sondażu przedwyborczym głosowali równie chętnie jak

⁷¹ G. Loosveldt, A. Carton, *Evaluation of nonresponse in the Belgian Election Panel Study '91–'95*, [w:] *Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section*, 1997, s. 1020.

⁷² Por. A. Miszańska, *Reakcje ...* op. cit., s. 173, por. D. Przybysz, op. cit., s. 201–202, 206; por. P.R. Abramson, J.H. Aldrich, op. cit., s. 504.

⁷³ G. Loosveldt, A. Carton, op. cit., s. 1019.

⁷⁴ G. Kalton, J. Lepkowski, G. Montanari, D. Maligalig, op. cit., s. 467.

⁷⁵ G. Loosveldt, A. Carton, op. cit., s. 1021; por. A. Kubiak, *Kłopoty respondentów z odpowiedziami na standaryzowane pytania kwestionariusza w świetle danych z wywiadu o wywiadzie*, [w:] *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań ankietowych*, no. 9, 1989, s. 93.

⁷⁶ J. Brehm, *The phantom ...* op. cit., s. 42–43, 61–66.

⁷⁷ Wnioski są ograniczone do osób dysponujących telefonem domowym mieszkańców małego miasta amerykańskiego, figurujących w rejestrach wyborczych, które, co trzeba podkreślić, nie obejmują wszystkich osób uprawnionych do głosowania, a jedynie te z nich, które złożyły formularz rejestracyjny. Innymi słowy, frekwencja obliczona wśród wyborców zarejestrowanych nie jest tożsama z tzw. oficjalną frekwencją. W przypadku tej ostatniej, w mianowniku proporcji uwzględnia się populację osób w wieku wyborczym (*VAP – the voting age population*), o wielkości której informuje U.S. Census Bureau. Do tego sposobu kalkulacji zgłasza się zastrzeżenia, gdyż do podstawy oprecenowania włączane są, z kolei, osoby nie posiadające praw wyborczych. Por. B.C. Burden, *Voter turnout and the National Election Studies*, „Political Analysis”, vol. 8, No. 4, 2000; M.P. McDonald, *The turnout rate among eligible voters in the states, 1980–2000*, „State Politics and Policy Quarterly”, vol. 2, no. 2, 2002.

respondenci (89,2 vs. 91,1%); rzadziej głosowały osoby, do których domu nie można się było dodzwonić w trzech kolejnych próbach (82,1%); najrzadziej ci, z którymi bezpośrednio nie udało się nawiązać kontaktu z powodu ich nieobecności (65,6%)⁷⁸.

Podobne wnioski płyną z analiz B. Burdena, jednakże jego sposób prezentacji rezultatów ma tę słabość, że nie zawsze pozwala na jasne rozgraniczenie między kategorią niedostępności jaką jest odmowa a niemożność nawiązania kontaktu. Burdena zaintrygował fakt, że trend rzeczywistej frekwencji wyborczej ma większą tendencję spadkową niż trend wyznaczony przez deklarowaną frekwencję w *National Election Studies*. Zaobserwował, że wraz ze zmniejszaniem się odsetka realizacji pogarsza się rzetelność pomiaru deklarowanej frekwencji wyborczej (i odwrotnie), objawiająca się zwiększoną nadreprezentacją głosujących⁷⁹. Podjęto więc działania mające na celu pozyskanie wywiadów od jednostek niedostępnych (o zakresie skuteczności tych działań niestety badacz nie informuje). Najmniejszą różnicę w deklarowanej frekwencji zaobserwowano w stosunku do respondentów, którzy bez problemów zgodzili się na wywiad, w porównaniu z tymi, którzy udzielili wywiadu po wcześniejszej odmowie (77,1 vs. 75,9%). Deklarowana frekwencja wyborcza w grupie respondentów, którzy udzielili wywiadu po otrzymaniu listu perswazyjnego wyniosła 70,8%, a w grupie wobec której nie było potrzeby jego stosowania była rzędu 77,3%. Największe różnice pojawiły się, gdy uwzględniono liczbę wizyt ankietera wymaganą do uzyskania wywiadu – w grupie respondentów, z którymi udało się przeprowadzić wywiad za pierwszym bądź drugim podejściem poziom deklarowanego uczestnictwa w wyborach wyniósł 78,8%, tymczasem osoby wymagające dziewięciu bądź więcej wizyt deklarowały uczestnictwo na poziomie 60,8%⁸⁰.

W odróżnieniu od poprzedników, Bolstein i Burden wskazali grupę osób trudnych do skontaktowania, a nie odmawiających jako źródło błędów systematycznego obciążające szacunki frekwencji wyborczej.

⁷⁸ R. Bolstein R., *Comparison of the likelihood to vote among preelection poll respondents and nonrespondents*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 55, 1991, s. 648–649.

⁷⁹ Pomiar frekwencji wyborczej w oparciu o deklaracje niemal we wszystkich badaniach wiąże się z uzyskaniem zawyżonych szacunków. Na efekt ten składa się nie tylko błąd braku odpowiedzi, ale także błąd pokrycia, pomiaru (w tym składanie fałszywych deklaracji retrospektywnych), wpływ czynności badawczych (dotyczy szczególnie badań panelowych) itd. Więcej na ten temat K. Grzeszkiewicz-Radulska, W. Jabłoński, *Socjologiczne badania wyborcze*, [w:] *Studia Wyborcze*, t. 1, 2006.

⁸⁰ B.C. Burden, op. cit., s. 390–395.

Warto jednak pamiętać, że wnioski z analiz Bolsteina dotyczą bardzo wąskiej populacji, a Burden podaje zbyt mało informacji na temat przebiegu i rezultatów badania, którego celem było dotarcie do jednostek niedostępnych.

Można jeszcze dodać kilka uwag w odniesieniu do spisu powszechnego. S. Knack zaobserwował pozytywny związek między uczestnictwem wyborczym a uczestnictwem w spisie z 1990 roku⁸¹. M. Couper, E. Singer, R. Kulka odnotowali silną zależność między partycypacją w spisie a uczestnictwem w organizacjach funkcjonujących w społeczności lokalnej. Okazało się jednak, że poziom zaufania do rządu i poczucie wpływu na politykę nie wpływa na chęć kooperacji⁸².

Z kolei w badaniach CBOS z 1993 roku ustalono, że przebadane jednostki niedostępne częściej deklarowały udział w wyborach parlamentarnych niż respondenci „właściwi” (różnica 4,1% punktu procentowego)⁸³. W badaniach z 1995 roku relacja ta uległa odwróceniu – deklarowana frekwencja w wyborach prezydenckich w zbiorze respondentów trudnodostępnych była o kilka punktów procentowych niższa niż w zbiorze podstawowym (5,2 w I turze oraz 3,1 w II turze)⁸⁴.

W stosunku do przebadanych jednostek niedostępnych w polskiej edycji ESS-2004 i badaniu wstępnym zaobserwowano częstsze (niż u respondentów) deklaracje braku zaufania do innych oraz niezadowolenia z demokracji. Jednakże, niezgodnie z oczekiwaniami odkryto, że zainteresowanie polityką częściej deklarowały osoby niedostępne – efekt ten wystąpił tylko dla badania wstępnego⁸⁵.

We fragmencie dotyczącym uczestnictwa politycznego chcę jeszcze wyznaczyć oddzielne miejsce na rozważenie tego zagadnienia w kontekście miejsca zamieszkania, przywołując jednocześnie treści zamieszczone na ten temat w podrozdziale 5.3. Jest bowiem rzeczą intrygującą, że podczas kiedy profil *nonvotera* w wielu wymiarach odpowiada z grubsza profilowi „odmawiacza”, to jeśli chodzi o miejsce zamieszkania relacja między absencją wyborczą a sondażową jest dokładnie od-

⁸¹ S. Knack, op. cit., s. 144.

⁸² M. Couper, E. Singer, R. Kulka, *Participation in the 1990 decennial census. Politics, privacy, pressures*, „American Politics Quarterly”, vol. 26, No. 1, 1998, s. 70, 75.

⁸³ A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1993, s. 22.

⁸⁴ A. Kubiak, A. Mokrzyzewski, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS, 1995, s. 14.

⁸⁵ P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, D. Przybysz, op. cit., s. 36.

wrotna – mieszkańcy miast częściej niż mieszkańcy wsi korzystają z czynnego prawa wyborczego⁸⁶ i jednocześnie częściej odmawiają uczestnictwa w badaniach⁸⁷. O ile więc nie dziwi, że skoro istnieje pozytywny związek między statusem socjoekonomicznym a partycypacją wyborczą, to mieszkańcy wsi jako generalnie gorzej wykształceni rzadziej uczestniczą w wyborach, o tyle zastanawiające jest, że te same jednostki częściej kooperują w sondażach. Zagadnienie to jest dodatkowo trudne do wyjaśnienia, ponieważ wedle mojej wiedzy, żaden z badaczy zajmujących się problematyką *nonresponse* nie postawił sobie za cel jego rozwikłania.

Najważniejsze cytowane tu prace nie dostarczają odpowiedzi na pytanie czy zależność między dochodem (czy wykształceniem) a chęcią kooperacji jest na obszarach miejskich i wiejskich taka sama – badania Goydera dotyczą populacji miejskich, a Groves i Couper (których analizy co prawda przyniosły inny rezultat od spodziewanego jeśli chodzi o kierunek związku między *SES* a chęcią kooperacji) nie stawiają sobie takiego pytania.

Warto jednakże zwrócić uwagę, że niższa partycypacja wyborcza na terenach wiejskich i ogólnie mniej zurbanizowanych jest tylko jednym z aspektów politycznej aktywności mieszkańców tych obszarów – cechą często niezgodną z ustaleniami odnośnie innych wymiarów.

Już w teoretycznych rozważaniach, na przykład R. Dahl, wskazuje na jednostki terytorialne nie przekraczające 100 tys. mieszkańców jako idealne dla rozwoju samorządności, współuczestniczenia i obywatelskości⁸⁸. Badania Finifter i Abramsona, będące empiryczną kontynuacją dociekań Almonda i Verby odnośnie subiektywnie odczuwanej kompetencji do uczestnictwa w lokalnym procesie politycznym, pokazują po pierwsze, że zamieszkiwanie w mniejszych miejscowościach (poniżej 50 tys.) sprzyja zwiększaniu się poczucia tej kompetencji, przy czym efekt ten dotyczy szczególnie tych, którzy mają za sobą co najmniej 12 lat nauki; po drugie, w miejscowościach tych wpływ edukacji na poczucie owej kompetencji jest silniejszy niż w wielkich miastach⁸⁹. Innymi słowy – wieś i małe miasta „pobudzają” do uczestnictwa, a edukacja

⁸⁶ Por. A.D. Monroe, *Urbanism and voter turnout: a note of some unexpected findings*, „American Journal of Political Science”, vol. 21, no. 1, 1977, s. 71.

⁸⁷ Por. podrozdział 5.3.

⁸⁸ A.W. Finifter, P.R. Abramson, *City size and feelings of political competence*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39, 1975, s. 189.

⁸⁹ Ibidem, s. 196.

silnie utrwala to nastawienie. Wyżej dostarczony rodzaj uzasadnienia może okazać się pomocny w interpretacji, przy założeniu, że na tych obszarach występuje dodatnia zależność między chęcią kooperacji a SES (niemniej im wyższy będzie odsetek kooperacji tym zależność ta będzie słabsza).

W połączeniu z ustaleniami i sugestiami zawartymi w rozdziale V, iż mieszkańcy mniejszych miejscowości są rzadziej narażeni na praktyki SUGGING-owe, rzadziej proszeni o udział w badaniach, mają prawdopodobnie mniejszą potrzebę ochrony prywatności itd., należy stwierdzić, iż okoliczności te stanowią bardzo korzystne warunki do realizacji badań sondażowych.

6.4. Koncepcje „ukryte” o respondentach niedostępnych

Badania mające na celu określenie cech jednostek niedostępnych, podobnie jak badania nad efektywnością poszczególnych procedur terenowych w uzyskiwaniu jak najwyższego odsetka realizacji, należą do najstarszego, dominującego nurtu studiów empirycznych związanych z niedostępnością respondentów. Zainteresowanie dla tego problemu wykazują od dawna statystycy, zaniepokojeni groźbą powstania błędu systematycznego obciążającego wyniki, dzielą go także metodolodowie, kierując uwagę na praktyki terenowe. Te dwa uzupełniające się typy badaczy⁹⁰ – *adjustors* oraz *reducers* uprawiają naukę najczęściej w sposób ateoretyczny. Tymczasem potrzebę umieszczenia tych rozważań w perspektywie teoretycznej coraz częściej się postuluje. Najważniejszą, ale ciągle otwartą kwestią pozostaje problem *dla czego* ludzie godzą się na udział w badaniu albo przeciwnie – odmawiają w nim uczestnictwa. J. Goyder, analizując literaturę zgromadzoną do połowy lat '80, argumentuje, iż chociaż *explicite* nie przedstawiano w niej koncepcji teoretycznych, odnoszących się do tak postawionego problemu, ani nie testowano wywiedzionych z nich hipotez, są w niej często zawarte presupozycje, składające się na słabo wyartykułowaną, *implicite* przyjętą teorię (*implicit theory*)⁹¹.

Ta koncepcja, po pierwsze, jest silnie deterministyczna. Goyder wskazuje, że empiryczne studia zdominowane są przez podejście ilo-

⁹⁰ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 14.

⁹¹ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 11, 17.

ściowe, polegające na badaniu różnic w demograficznych cechach respondentów i respondentów niedostępnych. Podejście to jest w dużej mierze uzasadnione zapotrzebowaniem informacyjnym zgłaszanym przez statystyków. Tymczasem patrząc z perspektywy socjologicznej, ten sposób badania respondentów niedostępnych ma swoje ważne reperkusje – za przyjęciem takich rozwiązań metodologicznych stoją założenia ontologiczne, mówiące o zdeterminowaniu zachowań jednostek przez miejsce, które zajmują w strukturze społecznej. Jeżeli postawy i wartości są uwzględniane w analizach dotyczących zachowań potencjalnych respondentów, traktowane są jako pochodna ułożenia w strukturze. W tym podejściu, argumentuje Goyder nawiązując do opozycji między tradycją deterministyczną a woluntarystyczną, ludzka świadomość pozostaje pasywna⁹².

Ażeby w pełni zrozumieć ukrytą teorię na temat respondentów niedostępnych, wypracowaną przez metodologów sondażowych, warto wziąć pod uwagę otoczenie instytucjonalne, w którym ci ostatni funkcjonują. Zajmując pozycję obserwatora z zewnątrz, co bardzo rzadko jest spotykane wśród badaczy zajmujących się problemem *nonresponse*, Goyder z dużym dystansem odnosi się do argumentacji wypracowanej przez poszczególne instytucje, promującej uczestnictwo w sondażach, nazywając ją uzasadnieniem dla prowadzenia własnej działalności. *W katechizmie badacza opinii publicznej znajdzie się pochwała sondaży za pełnienie roli miecza demokracji. Akademicy powołują się na pryncypialną zasadę – nauka ponad wszystko. Sondażyści rządowi będą opierać się na dictum inżynierów społecznych, że racjonalne planowanie wymaga pełni obiektywnych informacji, których tylko sondaże mogą dostarczyć. Mówiąc krótko, prowadzący sondaże są wspierani instytucjonalnie, materialnie i ideologicznie, a także socjalizowani w tym kierunku by wierzyć w słuszność swojej pracy*⁹³. Ukryta teoria będzie zatem mówić, że jeżeli ludzie nie podzielają entuzjazmu badaczy i odmawiają uczestnictwa w sondażach, problem nie leży po stronie sondażystów, ale odmawiających i wynika z ich społecznych niedostatków⁹⁴. Stąd też wysunięto wiele przypuszczeń, mówiących o tym, że odmawiający stanowią *underclass*, grupę ignorantów i jednostek nieprzystosowanych⁹⁵, dla których proces socjalizacji zakończył się niepowodzeniem. Zastrze-

⁹² Ibidem, s. 16–17.

⁹³ Ibidem, s. 31.

⁹⁴ Ibidem, s. 16.

⁹⁵ Ibidem, s. 15–16.

zenia nie dotyczą bynajmniej rezultatów badań – ta kwestia nie podlega dyskusji. Problem umiejscowiony jest gdzie indziej – w podejściu badacza i ich nastawieniu na odkrycie dewiacji.

L. Robins podejmuje systematyczną próbę potwierdzenia przypuszczenia, że odmawiający i osoby niechętne sondażom to jednostki aspołeczne. W tym celu wykorzystuje jako operat rejestr byłych pacjentów szpitala psychiatrycznego obecnie cieszących się zdrowiem – w ich historiach znalazły się zapiski o przejawianiu agresji i wrogich postaw, aresztowaniach za zakłócanie spokoju i problemach w zgodnym współżyciu z innymi członkami społeczeństwa. W szerokim wachlarzu zmiennych znalazły się między innymi: iloraz inteligencji, liczba rozwodów, historia życia zawodowego, zależność finansowa od innych, liczba i powody ewentualnych aresztowań, ocena zdolności spłaty kredytu bankowego (*credit rating*). W celach kontrolnych do badania zostają włączone *normalne* jednostki⁹⁶.

Mimo, iż L. Robins nie potwierdziła hipotezy⁹⁷, jej podejście jest przez wielu ciągle uważane za heurystycznie użyteczne. B.S. Dohrenwend i B.P. Dohrenwend porównują wyniki testów neuropsychiatrycznych u odmawiających (niedostępnych w II fali panelu) i respondentów, na bazie przypuszczenia, że odmowy mają podłoże psychopatologiczne⁹⁸. Jednocześnie obserwacja większej niechęci do uczestnictwa w badaniach wśród imigrantów i osób, których rodzice urodzili się poza granicami USA, skłoniła badaczy do wyciągnięcia optymistycznych wniosków, że odmowa współpracy z sondażystami jest tylko *odchyleniem (deviation) od normy dyktowanej przez dominującą kulturę*⁹⁹.

W. Pomeroy określając pożądane cechy u ankietera, potrzebne do nakłonienia do współpracy niechętnych respondentów, pisze, że *powinni umieć wykorzystać wspańalomyślność i altruizm, który drzemie nawet u tych słabych na umyśle, psychotyków i kryminalistów*¹⁰⁰.

T.W. Smith *zasadnie podejrzewa*, że niechęć do kooperacji musi być związana z *prywatnością, mizantropią, paranoją, lękiem (...)*¹⁰¹.

⁹⁶ L. Robins, op. cit., s. 277–280.

⁹⁷ Ibidem, s. 286.

⁹⁸ B.S. Dohrenwend, B.P. Dohrenwend, op. cit. s. 81.

⁹⁹ Ibidem, op. cit. s. 83.

¹⁰⁰ W.P. Pomeroy, *The reluctant respondent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 27, 1963, s. 293.

¹⁰¹ T.W. Smith, *The hidden...* op. cit., s. 400.

Udaną próbę potwierdzenia hipotezy podjął A. Bebbington. Dysponując informacjami o wszystkich badanych jednostkach, mężczyznach będących obecnie w wieku 23 lat¹⁰², ustalił następujący profil odmawiających: kończą naukę wcześniej, ich IQ jest średnio 6 punktów mniejsze niż u respondentów, w dzieciństwie występowały u nich kłopoty z utrzymaniem dobrych relacji z rodzicami. Słabo akceptowali wartości i zasady skautów, przejawiali postawy autorytarne. Natomiast w grupie niedoszłych respondentów, którzy nie odmówili w sposób jawny, ale unikali kontaktu z ankieterem i nie dotrzymywali umówionych terminów (*stallers*) jest najwięcej osób pochodzących z najniższej klasy społecznej, domów przeludnionych, rodzin wielodzietnych. Jednostki te ukończyły naukę wcześniej, mają najniższy poziom inteligencji (o 12 punktów mniejszy niż respondenci). W okresie szkolnym wykazywali akceptację dla agresji i rozwiązań siłowych, a także silniejszy lęk przed wstydem niż chłopcy w pozostałych grupach. Ich relacje z rodzicami były rzadziej (niż u chłopców w pozostałych grupach) oparte na wzajemnym zaufaniu. Uzyskali niskie noty od nauczycieli pod względem pracowitości i wytrwałości. Ich poziom aktywności w akcjach i zajęciach prowadzonych w szkole był bardzo niski. Podobnie jak odmawiający, słabo akceptowali wartości skautów. Przejawiali postawy amoralne i aspołeczne, a obecnie jest w tej grupie najwyższy odsetek przestępców¹⁰³. Respondenci prezentują sobą odmienny obraz pod względem wymienionych charakterystyk. Bebbington zamyka ich opis stwierdzeniem – *mogą się oni znaleźć w wyższej klasie społecznej niż niedostępną*¹⁰⁴.

Trafnie i syntetycznie ujmują problem W. Kirchner i N. Mousley: (...) *z wielu prac wylania się obraz mówiący o tym, że ochotnicy i respondenci to „good guys”, a nie zgłaszający się do badań i odmawiający to „bad guys”*¹⁰⁵.

Badacze zajmujący się problemem efektywności poszczególnych praktyk terenowych w podnoszeniu współczynnika realizacji (*reducers*) będą z kolei *implicite* promować obraz potencjalnego respondenta zredukowanego do układu bodziec-reakcja. Ta wizja jest pochodną stoso-

¹⁰² Informacje na temat badania zamieszczone są w podrozdziale 2.5.3.

¹⁰³ A.C. Bebbington, op. cit., s. 174–175, 179.

¹⁰⁴ Ibidem, s. 179.

¹⁰⁵ W. K. Kirchner, N.B. Mousley, *Differences between respondent and nonrespondent salesmen to an attitude survey*, „Journal of Applied Psychology”, vol. 47, no. 3, 1963, s. 223.

wania metody eksperymentu – ona także nie sprzyja upatrywaniu w jednostce podmiotu i świadomego aktora.

Trzecim typem ukrytej koncepcji, jak nazywa ją Goyder, jest *świecka* koncepcja (*lay theory*), której źródłem jest publiczność. Manifestuje się ona przede wszystkim w dokumentach, które nie zostały stworzone na potrzeby badacza, takich jak wypowiedzi w mediach i na forach internetowych; teksty satyryczne i anegdoty. Te z kolei wypełnione są krytyką, bardziej wysublimowaną w swym charakterze, mającą niejednokrotnie znamiona pryncypialnej opozycji. O istnieniu tego obszaru nie powinno się zapominać, podobnie jak nie powinno się pochopnie przeceniać jego wagi, pamiętając o tym, że uwagę mediów przyciągają wypowiedzi krytyczne, a chęć komunikowania się na forach medialnych nie dotyczy w takim samym stopniu wszystkich członków publiczności. Ale *świecka teoria* przebija się w inny jeszcze sposób – analiza listów do badaczy, a także reakcji potencjalnych respondentów na propozycję udziału w badaniu, wskazuje niejednokrotnie, że „koncepcja automatu” reaktywnego na bodźce badacza ani „koncepcja dewianta” nie pasuje do wielu opisów¹⁰⁶, w tym do takich jak: *Czego bym nie mówiła, pani łagodnym głosem i z uśmiechem na twarzy mówiła „nie, dziękuję” (...); „Mam takie zasady, że nie odpowiem pani. Dziękuję bardzo, ale nie. Przykro mi.” (751); Respondent bardzo asertywny (464); Powiedział, że był list, że oni z rodziną przemyśleli tę sprawę i odmawiają wywiadu. (766); Starsza pani spytała „czy to badanie przymusowe?” Dowiedziawszy się, że nie, odmówiła, pożegnała się i odłożyła słuchawkę. (170)¹⁰⁷.*

6.5. Stosunek do sondaży

Obserwowany konsekwentnie od kilku dekad w USA i innych zachodnich demokracjach trend spadkowy dla odsetków kooperacji w badaniach sondażowych spowodował częściowe oderwanie zainteresowania badaczy od czynników wpływu związanych z metodą czy ankietą – uwagę zaczęto mocniej koncentrować na postaci respondenta.

Traktowana jako pewnik gotowość obywateli do współpracy z sondażystami przestała być tak oczywista. Impet zaczęła tracić wizja, zgod-

¹⁰⁶ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 22–23.

¹⁰⁷ Materiały własne – relacje ankietowanych z przebiegu aranżacji wywiadów w badaniach akademickich przeprowadzanych w 2003–2004 roku.

nie z którą niedostępność respondentów jest zjawiskiem marginesowym (dosłownie i w przenośni) lub też wynika z niefrasobliwości obywateli, której można zaradzić stosując odpowiednie praktyki terenowe (argument stosowany głównie przy interpretacji niskich zwrotów w ankiecie pocztowej). Przypuszczeniu mówiącym o tym, że społeczne przyzwolenie dla badań sondażowych może być wycofywane zaczęło towarzyszyć nowe spojrzenie na respondenta, a na jego decyzję zaczęto patrzeć z perspektywy negocjacji i umieszczono ją w społecznym kontekście wartości oraz postaw. Wiązało się to z większym akcentem na refleksyjność i racjonalność jednostki oraz częściowym zwrotem w kierunku indeterministycznego podejścia w interpretowaniu zachowania ludzkiego. Wkład taki uczynili przede wszystkim teoretycy i empirycy zajmujący się problematyką prywatności.

Odwrót nie objął bynajmniej dużej części badaczy, wielu z nich nie przykładało większej wagi do opinii publiczności na temat badań sondażowych, uznając je za słabe predyktory zachowań – pozbawiony znaczenia epifenomen, którego wystąpienie nie dezawuuje słuszności metody ekstraspekcyjnej. Za zasadnością takiego podejścia przemawiały, omówione w wcześniej, wyniki studiów eksperymentalnych, w których sprawdzano efektywność poszczególnych technik w podnoszeniu odsetka zwrotów. Wyniki tych badań dowodzą, że modelowanie reakcji ludzkich jest w dużej mierze możliwe. Jak jednak zauważa Goyder, tak jak niski odsetek realizacji nie dowodzi istnienia pryncypialnej opozycji, tak odsetek wysoki nie dowodzi przyzwolenia i akceptacji dla sondaży¹⁰⁸. Należy też pamiętać, że reaktywność na owe bodźce nie była nieograniczona, a kolejne badania pokazały, że zakres tej elastyczności może się zmieniać w czasie – to co kiedyś świetnie działało nie zawsze tak efektywnie działa dzisiaj.

Tendencja do zaniedbywania obszaru refleksyjności miała też źródła *stricte* metodologiczne – postawy i wartości trudniej jest operacjonalizować i przede wszystkim trudniej mierzyć u respondentów niedostępnych – o wiele łatwiej zdobyć ich charakterystyki demograficzno-społeczne¹⁰⁹.

Zgodnie z tym jak przedstawiono wcześniej, koncepcja racjonalnego respondenta pojawia się w co najmniej dwóch kontekstach. Jeden z kontekstów, wykorzystywany przez Kojetina i Tuckera, pokazuje

¹⁰⁸ Por. J. Goyder, *The silent minority*... op. cit., s. 21.

¹⁰⁹ Ibidem, s. 63.

respondenta dokonującego wyboru odnośnie uczestnictwa w sondażu w oparciu o ocenę rządzących i skutków ich działania w wymiarze gospodarczym i politycznym w skali kraju. Reakcja potencjalnego respondenta na propozycję udziału w badaniu nie jest w tym przypadku powodowana *stosunkiem* do sondaży. A właśnie ten wymiar – nastawienie do badań *surveyowych* – będzie przedmiotem dalszych rozważań, ukazując działania respondenta w drugim kontekście. Będzie więc chodziło o dostarczenie odpowiedzi na pytanie czy istnieje coś takiego jak negatywny stosunek do sondaży, który jest trwały w czasie i przekłada się na dyspozycje do konsekwentnego, odmownego reagowania na propozycje udziału w sondażach.

W latach osiemdziesiątych w Stanach Zjednoczonych, wraz z narażaniem trudności realizacyjnych, podjęte zostały bardziej intensywne badania nad stosunkiem do sondaży, które miały przynieść odpowiedź na pytanie *czy mamy do czynienia z kryzysem publicznego zaufania do sondaży?* Wyniki tych *surveys on surveying* były dość optymistyczne, jakkolwiek opatrzone zastrzeżeniem, że z uwagi na nieuwzględnienie respondentów niedostępnych, mogą nie odpowiadać pełnemu obrazowi¹¹⁰.

Podejście częściowo przekraczające słabości „klasycznych” sondaży o sondażach zastosował J. Goyder. W fazie odpowiadającej aranżacji, próbował zebrać dane od wszystkich wylosowanych jednostek zadając im otwarte pytanie o powody rezygnacji lub zgody. Natomiast analizę stosunku respondentów (którzy zgodzili się na pełny wywiad) do badań *surveyowych* przeprowadził w odniesieniu do ich deklarowanej respondenckiej „biografii”.

Materiał uzyskany w fazie aranżacji zakodowano w ten sposób by wydzielić podstawowe rodzaje motywów zachowania (o ile takie zostały przez badanych dostarczone): motywy pryncypialne – odnoszące się do sondaży w ogóle; motywy odnoszące się do konkretnego sondażu; motywy sytuacyjne; synonimy braku motywów („nie jestem zainteresowany” itd.). Szczegółowa prezentacja uzyskanych wyników wydaje się być niepotrzebna, natomiast warto zaakcentować najważniejsze obserwacje. Po pierwsze, motywy pryncypialne, a więc te, które konstytuują trwalszą dyspozycję do reakcji, częściej towarzyszą odmowom (27%) niż zgodom (8%). Motywy pryncypialne w przypadku reakcji zgody zawarte były w wypowiedziach typu „sondaże są wartościowe” oraz tych, w których definiowano uczestnictwo w kategoriach obywatel-

¹¹⁰ A. Kohut, op. cit., s. 8; B.W. Roper, op. cit., s. 14; S. Schleifer, op. cit., s. 18.

skiej postawy. Motywy pryncypialne w przypadku odmowy obejmowały werbalne zachowania, w których deklarowano ogólną antypatię dla sondaży, dawano wyraz niepokojom związanym z konfidencjonalnością danych, złości wywołanej nadmierną liczbą propozycji uczestnictwa w sondażach, a także poczuciu gwałtu na prywatności. Powoływano się też na negatywne doświadczenia z sondażami¹¹¹. Rezygnacja z uczestnictwa w przypadku 15% odmawiających wynikała z negatywnej oceny własnej zdolności do udziału w badaniu – ten rodzaj „samo-dyskwalifikacji” polegał na odwołaniu się do argumentu „jestem za stary”, „nie znam się na tym” itd.¹¹².

Motywy odnoszące się do konkretnego, właśnie realizowanego sondażu zgłosiło ponad 80% badanych, którzy zgodzili się na dalszy wywiad oraz około 11% odmawiających. Motywy te związane były ze sponsorem badania, tematyką, zastosowanymi procedurami (np. list zapowiedni). Warto zwrócić uwagę, że tym samym respondenci, w inny sposób potwierdzili ustalenia metodologów, którzy wagę wymienionych czynników kooperacji określili na drodze eksperymentu¹¹³.

Na sytuacyjne motywy, nieobecne w przypadku zgody na uczestnictwo, powołało się około 17% odmawiających (w trakcie wyjścia z domu; oczekiwanie na gościa; przeszkadzanie w wypoczynku czy wykonywaniu innego zajęcia itp.). Biorąc pod uwagę i ten rezultat, trudno nie przyznać racji tym badaczom, którzy wskazują iż pewna część odmów ma charakter przygodny, zatem redukowalny (o ile sprawą potrafi umiejętnie pokierować ankieter)¹¹⁴.

Jednocześnie 23% rezygnujących podało typowe, krótkie i trudne do zakwalifikowania uzasadnienie typu „nie jestem zainteresowany”, „proszę nie zawracać mi głowy”¹¹⁵ itd.

Wielką szkodą jest, że wyróżnione kategorie odmów były zbyt mało liczne (n), aby móc przeprowadzić analizy związku między motywami a statusem socjoekonomicznym czy wiekiem.

Druga część badań Goydera była skoncentrowana na tych respondentach, którzy zgodzili się na kontynuację wywiadu i tym samym dostarczyli bardziej szczegółowych informacji o ich stosunku do badań. Poszukując odpowiedzi na pytanie czy istnieje pewna konsekwencja

¹¹¹ Ibidem, s. 134–136.

¹¹² Ibidem.

¹¹³ Ibidem, s. 135, 155.

¹¹⁴ Ibidem, s. 135–136.

¹¹⁵ Ibidem.

w zachowaniu i czy współwystępuje ona z negatywną oceną sondaży (co ma być przejawem „refleksyjnego monitorowania”, zgodnie z nazewnictwem A. Giddensa), Goyder rekonstruuje respondencką historię każdego z badanych, a cecha ta ma być zmienną zależną wobec opinii o sondażach. Ten sposób rozwiązania problemu ma swoje oczywiste ograniczenia, a może nawet uwikłany jest w sprzeczności (poszukiwanie konsekwentnie odmawiających wśród osób, które zgodziły się na wywiad), niemniej sam badacz jest tego świadomy – trudno zresztą wyobrazić sobie jakąś realną alternatywę wobec przyjętej koncepcji badań.

Operacjonalizując historię respondencką jako cechę, która przybiera dwie wartości, z której pierwsza oznacza, że badany przyjmował wszystkie propozycje uczestnictwa, a druga – odmówił co najmniej raz; Goyder ustala w analizach, że negatywne opinie o sondażach sprzyjają odmawianiu.

Ciekawą obserwacją jest ustalenie braku związku między statusem socjoekonomicznym a nastawieniem do sondaży¹¹⁶, podczas gdy można było oczekiwać, że pozytywny stosunek do badań będzie występował u jednostek chętniej biorących udział w badaniach tj. z wyższym wykształceniem i wyższymi dochodami; tym bardziej, że występowanie takich zależności ustalono we wcześniejszych badaniach¹¹⁷. Zaintrygowany tym efektem Goyder wskazuje, iż nie wynika on tylko z faktu, iż w analizach nie uwzględniono odmawiających i ich opinii (w próbie zrealizowanej istnieje nadreprezentacja przedstawicieli klasy średniej) – nawet gdyby przeprowadzić symulację i przyjąć skrajne założenie, że wszyscy odmawiający mają negatywny stosunek do sondaży – korelacja między przychylną opinią a *SES* byłaby niska (r nie przekraczające 0,2). W interpretacji tego efektu badacz zwraca uwagę, że to właśnie wysoko usytuowani w strukturze społecznej są szczególnym przedmiotem zainteresowania sondażystów i otrzymują najwięcej propozycji uczestnictwa w *surveyach*, przy czym najczęściej chodzi o badania rynkowe (z kolei, im liczba propozycji jest większa tym zwiększa się prawdopodobieństwo odmowy)¹¹⁸.

Największą konsekwencję w odmawianiu Goyder obserwuje w stosunku do grupy osób, które odmówiły umieszczenia swoich danych w *city directory*, stanowiącym dla badacza źródło zewnętrznych infor-

¹¹⁶ Ibidem, s. 150, 152.

¹¹⁷ G. Sjöberg, op. cit.

¹¹⁸ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 151–153, 156.

macji o charakterystykach społeczno-demograficznych osób wylosowanych do próby (r bliskie jedności).

Ogólny wniosek z tych badań płynie zatem taki, że jednostki, które przejawiają trwałą postawę odmowną nie stanowią generalnie większości. Wskazują na to, z jednej strony, wstępne wyniki pierwszej części badania mówiące o tym, że około $\frac{1}{4}$ odmawiających w sondażu o sondażach (wśród tych, którzy dostarczyli motywu rezygnacji) jest powodowana niechęcią o bardziej zgeneralizowanym, pryncypialnym charakterze. Niewątpliwe jednak, mocnym dowodem na istnienie czegoś takiego jak „twarde jądro niedostępności” jest współwystępowanie zachowań odmownych w odniesieniu do sondaży i takich rejestrów jak *city directory*. Przykłady podobnego współwystępowania są relacjonowane w literaturze przez innych badaczy¹¹⁹; a brak tego efektu wywołuje zaskoczenie¹²⁰. Wyniki badań wskazują jednocześnie, że o ile dochodzi do wykształcenia się trwalszej postawy wobec sondaży to jest to częściej postawa negatywna. Zgodę zaś wywołują przede wszystkim czyniki związane z konkretnym sondażem, a nie stosunek do badań jako takich. Stąd też istnieje *gros* jednostek, które generalnie uczestnicząc w badaniach, posiadają w swej respondenckiej biografii także odmowy. Co prawda istnieje prawidłowość (sugerująca konsekwencję w zachowaniu), która mówi o tym, że chętniej uczestniczą w sondażach osoby z wyższym statusem socjoekonomicznym, ale nie jest ona idealna i objaśnia jedynie część zmienności¹²¹. Widać to chociażby na przykładzie, który wskazuje znaczne osłabienie pozytywnej korelacji między *SES* a stosunkiem do sondaży. Choć obserwację tę Goyder traktuje jako ważną i symptomatyczną (świadczy ona o częściowej niezależności stosunku do badań od determinant wynikających z ulokowania w strukturze społecznej), jest ona także przez niego samego widziana niejednokrotnie jako dość problematyczna¹²² – przyjmując ją trudno pogodzić wniosek mówiący o tym, że stosunek do sondaży wpływa na zachowanie ze stwierdzeniem, że między kooperacją w sondażach a statusem socjoekonomicznym istnieje silny związek pozytywny. W każdym bądź razie, mimo dość dużej elastyczności i podatności na bodźce, zachowanie będące reakcją na prośbę o wywiad *nie jest*, jak powie Goyder, *jedy-*

¹¹⁹ A. Schwartz, op. cit., s. 135.

¹²⁰ R.C. Atchley, op. cit., s. 43.

¹²¹ Por. J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 155, 185.

¹²² Por. ibidem, s. 40.

*nie stochastyczną aberracją, której brak jakiejkolwiek konsekwencji*¹²³ (niezależnie od tego czy konsekwencja ta miałaby się pojawić wskutek oddziaływania norm i wartości lub też refleksyjności i racjonalnej kalkulacji).

Rozważania warto uzupełnić o wyniki badań P. Sztabińskiego z 2004 roku. Wybierając te stwierdzenia, które korespondują z kategorią Goydera motywów pryncypialnych towarzyszących odmowom, P. Sztabiński uzyskał następujące wyniki w próbnym i zasadniczym badaniu drugiej rundy Europejskiego Sondażu Społecznego: *odmówiłem, gdyż ankietywanie uważam za stratę pieniędzy i czasu* – 8,3%, 13,2%; *odmówiłem, gdyż ankiety naruszają moją prywatność, nie udzielam informacji o sobie* – 6,6%, 11,3%; *odmówiłem, gdyż już zbyt wiele razy uczestniczyłam w badaniach* – 2,5%, 2,0%; *odmówiłam, gdyż mam złe doświadczenia z poprzedniego uczestnictwa w podobnych badaniach* – 0,8%, 0,5%¹²⁴.

Z kolei pryncypialne motywy uczestnictwa wraz z częstotliwością ich występowania w badaniu z 2004 roku to: *uważam, że udział w takich badaniach jest obowiązkiem każdego obywatela* – 12,6%; *mój udział w badaniach przyczynia się do rozwoju nauki* – 11,2%; *poznanie opinii społeczeństwa w różnych ważnych sprawach służy wszystkim Polakom* – 40,4%; *władze powinny wiedzieć, co ludzie myślą w różnych ważnych sprawach* – 30,7%¹²⁵. Można dodać, że te wysokie wyniki znajdują także odzwierciedlenie w rezultatach badań CBOS-u z 2004 i 2006 roku nad stosunkiem do sondaży¹²⁶.

Niestety dokonywanie porównań z ustaleniami Goydera jest w tym przypadku niemożliwe z tej racji, że powody uczestnictwa i nie uczestnictwa badał on za pomocą pytania otwartego, nie stosował kodowania wielowątkowego. Pamiętać też trzeba, że wyniki prezentowane przez P.B. Sztabińskiego dotyczą przebadanego zbioru jednostek niedostępnych (tak odmawiających jak i nieobecnych). Być może okoliczności te wyjaśniają dlaczego jedynie 8% respondentów w badaniu Goydera odwołało się do pryncypialnych motywów uczestnictwa.

¹²³ Ibidem, s. 161.

¹²⁴ P.B. Sztabiński, *Dlaczego respondenci uczestniczą...* op. cit., s. 15.

¹²⁵ Ibidem, s. 20.

¹²⁶ CBOS, *Opinia publiczna na temat sondaży*, Komunikat z badań BS/55/2004, Warszawa 2004; CBOS, *Polacy o...* op. cit.

6.6. „Jawne” koncepcje partycypacji w sondażach

Bazując na przyjętym przez J. Goydera rozróżnieniu na teorie jawne i ukryte (*explicit vs. implicit*) przejdę teraz do omówienia tego pierwszego rodzaju koncepcji. Dostarczają one twierdzeń o charakterze ogólnym, wyjaśniających powody zachowań kooperatywnych i odmownych w badaniach sondażowych. Od koncepcji ukrytych odróżnia je to, że są one systematyczną próbą odpowiedzi na otwarcie postawiony problem. Jednocześnie posługiwanie się terminem *teorii* jest w przypadku tych propozycji, w mojej ocenie, pewnym nadużyciem czy uproszczeniem, jeżeli przyjąć restrykcyjną definicję tego pojęcia.

We fragmencie tym przedstawię trzy koncepcje teoretyczne. Jako pierwszą prezentuję tę autorstwa J. Goydera, po to aby zamieszczonym wyżej rozważaniom zapewnić ciągłość. Następną jest propozycja D. Dillmana, który podobnie jak J. Goyder rozpatruje problem partycypacji w sondażach w odniesieniu do teorii wymiany. Ostatnia perspektywa, przyjęta przez R. Grovesa jest oparta na teorii R. Cialdiniego.

6.6.1. Teoria partycypacji J. Goydera

Poznawcza otwartość i wnikliwość J. Goydera, widoczna w poszukiwaniu różnych typów interpretacji zachowań, przejawiająca się w wykorzystaniu różnych schematów badawczych (meta-analiza poświęcona wpływowi cech sondażu; empiryczna próba objaśnienia spadku poziomu realizacji badań z powodu wzrastania potrzeby ochrony prywatności; badanie cech odmawiających i trudnych do skontaktowania; badania nad stosunkiem do sondaży) doprowadziła w końcowym efekcie do uzyskania rezultatów, które wydają się być mało przystające i zdają się zasilać trudne do pogodzenia orientacje teoretyczne.

Goyder podejmuje próbę spójnej syntezy tych rezultatów osadzając je w koncepcyjnych ramach teorii wymiany. Niemożność bezpośredniego wykorzystania którejkolwiek z istniejących już koncepcji zaliczanych do nurtu wymiany, argumentuje tym, że żaden z empirycznych przypadków do których odnoszą się te koncepcje (system *kula*, małżeństwa kuzynów przeciwnych, zwierzęta oraz ludzie poddani laboratoryjnym eksperymentom, urzędnicy w strukturze biurokratycznej, świadkowie wypadków podejmujący altruistyczne zachowania, więźniów kalkulujący koszty i nagrody obciążenia oskarżeniami współsprawcy prze-

stępstwa) nie odpowiada sytuacji jednostki podejmującej decyzję o dołączeniu do partycypacji w sondażu (*survey-response behavior*). Tę nieprzystawalność Goyder udowadnia opisując oddzielnie każdy z powyższych przypadków za pomocą pięciu wymiarów:

1. działanie zorientowane na przyszłość i oparte na przewidywaniach vs. oparte na wcześniejszych doświadczeniach;
2. krótki vs. długi czas trwania relacji wymiany;
3. charakter wymiany jednostronny vs. obopólny;
4. jasna vs. niejasna wartość wymienianych przedmiotów;
5. nacisk na wejście w relację wymiany silny vs. słaby.

Jak przedstawia Goyder, żaden z analizowanych przypadków empirycznych nie ma takiego samego wzoru jeśli opisuje się je pod kątem tych pięciu cech¹²⁷.

W ujęciu Goydera, zachowanie potencjalnego respondenta, któremu przedkłada się propozycję uczestnictwa w sondażu jest silnie zorientowane na **przyszłość**. Nie oznacza to, że poprzednie doświadczenia zupełnie się nie liczą – mają swój wpływ, ale podobnie jak wszystkie inne przypadki wymiany poza tymi, które analizował Skinner i Homans, tak i propozycja partycypacji w badaniu sondażowym wiąże się z podjęciem przez jednostkę decyzji w oparciu o przewidywania, które wymagają rozważenia kosztów i nagród wynikających z przyjęcia oraz odrzucenia oferty¹²⁸.

Opisując przypadek za pomocą drugiego wymiaru – czas pozostawania w relacji wymiany traktowany jest generalnie jako **krótki**, wyznaczony co najwyżej czasem realizacji samego badania. Naturalnie istnieje pewna możliwość jego wydłużenia przez zwiększenie liczby kontaktów (list zapowiedni, wizyty ankietera, monity), ale próby w tym kierunku nie doprowadzają ani do zawarcia znajomości między uczestnikami wymiany, ani do wytworzenia więzi między nimi. Poprzez zwiększenie liczby kontaktów badacze będą chcieli raczej wykorzystać reguły już istniejącej struktury normatywnej – spowodować, iż potencjalny respondent dostrzeże ponoszenie coraz większych kosztów przez partnera wymiany i odczuje dyskomfort w związku z nieprzestrzeganiem reguły wzajemności¹²⁹.

¹²⁷ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 167–175.

¹²⁸ Ibidem, s. 175.

¹²⁹ Por. ibidem, s. 176.

Nawiązując do wprowadzonego przez Lévi-Straussa rozróżnienia między wymianą obopólną i jednostronną¹³⁰ (*restricted vs. generalized*)¹³¹ (czy podobnej pod pewnymi względami do tego rozróżnienia dystynkcji P. Blau'a na wymianę bezpośrednią i pośrednią¹³²) – wymiana, jaka wiąże się z uczestnictwem w sondażu ma cechy zarówno wymiany **obopólnej** jak i **jednostronnej**, podobnie jak niemal wszystkie analizowane przypadki wymiany.

O obopólności możemy powiedzieć wtedy, gdy wymiana jest rozpatrywana w ograniczonym układzie konkretnych uczestników, którzy bezpośrednio nagradzają się wzajemnie. Jest to indywidualna perspektywa wymiany, która realizuje się w tym przypadku poprzez relację respondenta z badaczem bądź jego wysłannikiem¹³³.

Jednostronność odnosi się do wymiany między jednostką a społeczeństwem, w której pośredniczy osoba „trzecia” – w analizowanym przypadku rolę pośrednika pełni badacz bądź jego wysłannik, który występuje w roli reprezentanta instytucji społecznej (i odwołuje się nieraz do argumentacji „dobra wspólnego”)¹³⁴. Wejście w wymianę pośrednią „kolektywistyczną” dokonuje się dzięki zinternalizowaniu wspólnych wartości przez członków grupy, co *nie* oznacza, że reguła wzajemności zostaje zawieszona¹³⁵.

Wymiana odnosząca się do uczestnictwa w sondażu charakteryzuje się też tym, że wartość wymienianych „przedmiotów” jest dla potencjalnego respondenta generalnie **niejasna**¹³⁶. Niejasność taka nie występuje w systemie *kula*, gdzie za naszyjnik otrzymuje się naramiennik i odwrotnie; warunki nabycia żony są uregulowane w społeczeństwie aborygenów; nagrody są jasne dla uczestników eksperymentów laboratoryjnych; podobną jasność ma więzień rozważający „wydanie” współsprawcy (niepewność wystąpienia określonych kosztów i zysków jest odrębną kwestią). Trudność w oszacowaniu wartości wymienianych przedmiotów występuje w relacjach urzędników, w relacji między świadkiem nieszczęśliwego zdarzenia i ofiarą, która uzyskuje od niego pomoc; a także w relacji między potencjalnym respondentem a bada-

¹³⁰ J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, PWN, Warszawa 2004, s. 293.

¹³¹ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 169–170.

¹³² Ibidem, s. 177, 202.

¹³³ Ibidem, s. 169, 177.

¹³⁴ Por. ibidem, s. 177.

¹³⁵ Por. J. Turner, op. cit., s. 319, 293.

¹³⁶ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 177.

czem, czy szerzej społeczeństwem. Owa trudność w oszacowaniu pojawia się szczególnie tam, gdzie wymienia się „przedmioty” daleko bardziej abstrakcyjne niż pieniądze, takie jak uznanie, uległość czy zadowolenie (np. z powodu uczynienia wkładu na rzecz wspólnego dobra)¹³⁷. Ich ewaluacja może być zresztą społecznie zróżnicowana. Istotne jest, że niewymierność przedmiotów i usług może prowadzić do wymiany niesprawiedliwej, zakamuflowanej eksploatacji¹³⁸, czy też wzbudzać takie wyobrażenia u osoby rozważającej przyjęcie oferty. Najważniejsze w tych rozważaniach wydaje się być to, że podczas gdy nagroda może być trudna do zwaloryzowania, koszty decyzji odmownej – niezależnie od starań badaczy, aby je w oczach respondenta zwiększyć – pozostają niskie¹³⁹.

Piąty wymiar dotyczy nacisku na wejście w relację wymiany – poziom presji określany jest w kontekście badań sondażowych jako **wysoki**. Kontakt inicjowany jest jednostronnie, uczestnicy nie poszukują się wzajemnie, aby móc wejść w relację wymiany. Z pewnością nacisk ten jest większy w przedsięwzięciach, w których partycypacja jest obligatoryjna a opór wiąże się z wymierną karą (np. grzywny), niemniej w sondażach jest on także wysoki mimo, iż uczestnictwo w nich jest dobrowolne. Stosowane praktyki badawcze, w tym przede wszystkim monity i zabiegi konwersyjne są dowodem nacisków na decydenta, nierzadko graniczących z naruszaniem prawa do odmowy. Tak czy inaczej, na respondenta nakładane są koszty zanim podejmie on jakąkolwiek decyzję – choćby polegały one tylko na postawieniu go w niezręcznej i psychologicznie trudnej sytuacji odmówienia współpracy. Presja wynika także z asymetrii relacji między badaczem i badanym – korporacyjnym aktorem vs. jednostką. Badacz zajmujący wyższą pozycję wobec badanego rości prawo do naruszania jego prywatności i stawiania go w sytuacji, która jest kombinacją egzaminu i głosowania¹⁴⁰.

Niejasność co do wartości wymienianych przedmiotów, przy asymetrii relacji między badaczem a badanym, może powodować, że intencje komunikowane przez badaczy oferujących gratyfikacje za udział w badaniu (*to ja oddaję przysługę*) mogą być odebrane jako nieszczerze i nieprzystające do reguł społecznej wymiany, bo – jak myśli Goydera

¹³⁷ Ibidem, 170, 173.

¹³⁸ Ibidem, s. 181.

¹³⁹ Ibidem, s. 178.

¹⁴⁰ Ibidem, s. 178–180.

parafrazuje R. Groves – informacje uzyskane od respondenta mają znacznie większą wartość niż oferowane mu namacalne i jednocześnie symboliczne prezenty czy kwoty¹⁴¹.

Ustalenie, że przypadek decydowania o uczestnictwie w sondażu jest na tle pozostałych przypadków odrębny, stanowi punkt wyjścia dla dalszego wywodu Goydera i jednocześnie dostarcza uzasadnienia do pogodzenia różnych wymiarów, między którymi istniało napięcie dopóki pochodziły z różnych, „czystych” orientacji teoretycznych. Próba syntezy Goydera przypomina w tym względzie starania współczesnych socjologów do zniesienia dychotomii między woluntaryzmem a determinizmem, subiektywizmem a obiektywizmem etc., co dodatkowo unaoczniają liczne odwołania do teorii strukturalizacji Giddensa i jej terminologii.

Uwolnienie od skrajnego behawioryzmu oraz utylitaryzmu było możliwe, dzięki uwzględnieniu społecznego kontekstu norm i wartości. Włączenie tego wymiaru do dyskusji otworzyło z kolei możliwość interpretacji zachowania ludzkiego z perspektywy powodzenia procesu socjalizacji; zróżnicowania wartości, norm i sankcji w poszczególnych warstwach społecznych, a nawet istnienia w nich różnych standardów wymiany (*exchange standard*). Dla przykładu, jednostki lepiej wyedukowane i generalnie wyżej ulokowane w strukturze społecznej mogą być bardziej „wrażliwe” na takie wartości jak wspólne dobro, wiedza, pomoc itp., stąd uczestnictwo w przedsięwzięciach, które zawierają podobne odwołania może wiązać się z nagrodą, która przewyższa potencjalne koszty (np. naruszenie prywatności). Badania B. Gelb dostarczają sugestywnych dowodów na istnienie zróżnicowanych „klasowo” standardów wymiany – okazało się, że wobec przedstawicieli klasy średniej gratyfikacje pieniężne wypłacane awansem są bardziej skuteczne niż te „warunkowe”, uzależnione od uczestnictwa w badaniu. Obserwacja odwrotna dotyczy przedstawicieli niższej klasy. Innymi słowy, zasada wzajemności, *do ut des*, wydaje się być przede wszystkim domeną jednostek zajmujących wyższe pozycje w strukturze społecznej – dyskomfort psychiczny wynikający z przyjęcia pieniędzy „za nic” znacznie rzadziej pojawia się u osób z warstw niższych¹⁴².

Dla przekroczenia opozycji między racjonalnością i determinizmem, Goyder przywołuje między innymi do A. Giddensa – *świadomo-*

¹⁴¹ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 220–221.

¹⁴² Por. B.D. Gelb, *Incentives to increase survey returns: social class consideration*, „Journal of Marketing Research”, vol. 12, 1975, s. 108–109.

mość dyskursywna będzie lokum dla wartości (np. takich jak prywatność), które pozwalają z racjonalnej perspektywy ocenić korzyści i koszty uczestnictwa. Świadomość praktyczna to miejsce dla determinant wynikających z ulokowania w strukturze społecznej (będą one także warunkować uznawane wartości)¹⁴³. Jednocześnie przyjmując optykę teorii wymiany, można powiedzieć, że każda jednostka zasługuje na miano eksperta, każda działa racjonalnie, pod warunkiem jednak, jak dodaje Goyder, że spojrzy się na ten akt z perspektywy aktora, uwzględni jego pozycję w strukturze społecznej i wzór socjalizacji adekwatny do tej pozycji¹⁴⁴.

W zakończeniu Goyder odwołuje się do punktu widzenia i terminologii J. Galtunga, który przekonuje, że sondaż jest obcy interesom jednostek znajdującym się na społecznych peryferiach oraz tych, które są w samym środku centrum, czyli należą odpowiednio do *underclass* oraz elity. Peryferia, według Galtunga, obejmują analfabetów, włóczęgów, starców, pozbawionych środków do życia, jednostki funkcjonujące często poza kulturą symboliczną, u których, co więcej, występuje tendencja do odrzucania propozycji interakcji z osobą z wyższej warstwy społecznej z powodu strachu, nienawiści, podejrzliwości, czy zwyczajnie braku treningu w kontaktach z ludźmi, którzy nie należą do tej samej społecznej kategorii¹⁴⁵. Elita, z kolei, będzie niechętna podobnym interakcjom z badaczami z powodu obawy, że zasada konfidencjonalności nie będzie zachowana, a także z powodu niepokoju, że rezultaty badań będą stanowiły podstawę do społecznej krytyki elity jako grupy. Ten ostatni rodzaj niepokoju mogą przejawiać także peryferia – „przyszli tylko po to by pisać o nas złe rzeczy, jak mało wiemy, jakie mamy głupie poglądy, jacy jesteśmy ohydni”¹⁴⁶. W podobnym duchu wypowiada się Goyder wskazując na odmawiającego pochodzącego z peryferii i z centrum – ten pierwszy (na którego zgodnie z ustaleniami empirycznymi powinien padać większy akcent) może odrzucać wartość jaką jest wiedza i nauka, uprawiana w imię wspólnego dobra; prawdopodobnie także ocenia on interakcję z badaczem pochodzącym z „centrum” jako pociągającą za sobą duże koszty, także w psychologicznym wymiarze. Temu drugiemu

¹⁴³ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 183.

¹⁴⁴ Ibidem, s. 186.

¹⁴⁵ J. Galtung, op. cit., s. 154.

¹⁴⁶ Ibidem, s. 155.

prawdopodobnie bliskie są wartości związane z nauką, ale być może ceni on wyżej wolności obywatelskie, w tym prawo do prywatności¹⁴⁷.

Inną wariacją w konwencji dwóch skrajnych skrzydeł jest stwierdzenie, że *wśród respondentów niedostępnych prawdopodobnie istnieje nadreprezentacja tych najbardziej jak i najmniej inteligentnych obywateli*¹⁴⁸ – tu, co prawda, Goyder nie przebiera w słowach, ale faktycznie istnieją empiryczne podstawy dla sformułowania tej uwagi¹⁴⁹.

Na koniec więc można pokusić się o ogólne twierdzenie, że odmawiający to po prostu osoby, które nie spełniają modelu respondenta, dla którego została zaprojektowana metoda sondażu. „*Middle-class bias*” stanowiący wspólny mianownik profilu typowego odmawiającego uczestnictwa w sondażach¹⁵⁰, jest więc niejako prostą konsekwencją założeń metody, które są wyrażone w stwierdzeniu: *the survey method is restricted to a middle range of social position*¹⁵¹. W kontekście wcześniejszych rozważań, wydaje się, że model ten najbardziej przenikliwie oddaje opis J. Galtunga – (...) *idealny respondent w badaniach sondażowych ma następujące cechy: jest dobrze zsojalizowany i zdyscyplinowany, nawykły do egzaminów, słuchania, odpowiadania na pytania w sposób szczery i jasny. Ma pewne minimum wykształcenia, wystarczające aby wypełnić standardowy kwestionariusz. Znajduje się w niższej warstwie społecznej od badacza, co zapewni stosowność we wzajemnych relacjach i zapobiegnie nieproszonej krytyce (jej przykładem może być obłudne pytanie na koniec badania: A co ty myślisz na temat tego wywiadu?). Bez większych protestów dostosuje swoje odpowiedzi do zaproponowanych w kafeterii. Na koniec, wyrazi zadowolenie, iż miał szansę być włączonym do tego ważnego badania: jest wdzięczny i niezbyt krytyczny*¹⁵².

6.6.2. Teoria partycypacji D. Dillmana

Pierwszą systematyczną próbę wypracowania teorii partycypacji należy przypisać D. Dillmanowi, który opracował *the Total Design Method (TDM)*, w oparciu o teorię wymiany. Wkład D. Dillmana w rozwój teoretycznej refleksji nad problemem *nonresponse* ocenia się powszech-

¹⁴⁷ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 186.

¹⁴⁸ Ibidem.

¹⁴⁹ L. Robins, op. cit., s. 281.

¹⁵⁰ J. Goyder, *The silent minority...* op. cit., s. 80.

¹⁵¹ J. Galtung, op. cit., s. 154.

¹⁵² Ibidem, s. 157.

nie jako duży, stąd o jego propozycji warto wspomnieć, choć jest ona mniej rozbudowana niż ta autorstwa J. Goydera.

Korzystając z wyżej zaprezentowanych kategorii opisu charakteru wymiany, można powiedzieć, że Dillman określa akt partycypacji dość wąsko, ponieważ rozpatruje go głównie jako przykład wymiany obopólnej, w której wartość wymienianych przedmiotów jest niejasna.

Zadaniem badacza dążącego do uzyskania jak największego odsetka kooperacji będzie zminimalizowanie kosztów związanych z udziałem w badaniu, maksymalizacja nagród, wzbudzenie u badanych zaufania, że te nagrody zostaną dostarczone¹⁵³. *TDM* zakłada wykorzystanie w jednym sondażu wszystkich zaleceń łącznie (tu omówionych skrótowo), z tym zastrzeżeniem, że część z nich jest dostosowana do ankiety pocztowej a część do wywiadu telefonicznego.

Nagrody dla potencjalnego respondenta będą polegały na okazaniu mu szacunku (poprzez wyjaśnienie, że został wylosowany do starannie dobranej próby i jego udział w badaniu jest bardzo ważny; poprzez zastosowanie technik personalizacyjnych jak odręczny podpis badacza itd.); wywołanie u respondenta poczucia, że jest on ekspertem i stworzenie klimatu konsultacji; potwierdzenie uznawanych przez niego wartości; zaoferowanie namacalnej gratyfikacji; uczynienie kwestionariusza interesującym dla respondenta¹⁵⁴.

Redukcja kosztów będzie wiązała się z wywołaniem wrażenia, że badanie będzie krótkie (w przypadku ankiety chodzi o takie zaprojektowanie szaty graficznej, aby kwestionariusz wydał się przejrzysty i krótki); polecenia i pytania na tyle jasne, by odpowiadanie nie pociągało za sobą fizycznego i umysłowego wysiłku. Powinna także mieć miejsce minimalizacja kosztów jakie wiążą się z odpowiedzią na personalne pytania – można to osiągnąć łagodząc formę pytań poprzez nie zadawanie ich wprost, a nawet rozważyć usunięcie najbardziej drażliwych. Zdaniem Dillmana niekorzystne dla decyzji odnośnie partycypacji jest wywoływanie u badanego wrażenia, że zajmuje on w relacji władzy niższą pozycję od badacza – w tym względzie powinno się raczej dążyć do równowagi. W końcu, respondent nie może ponosić żadnych finansowych kosztów w związku z uczestnictwem w badaniu (znaczkki, koperty itp.)¹⁵⁵.

¹⁵³ D. Dillman, *Mail and...* op. cit., s. 12.

¹⁵⁴ Ibidem, s. 13–14.

¹⁵⁵ Ibidem, s. 14–15.

Wejście w relację wymiany powinno być podbudowane zaufaniem, którego wzbudzenie jest zadaniem badacza. W sposób szczególny postulat ten dotyczy sytuacji, kiedy nagrody dla respondenta są przesunięte w czasie (badacz składa obietnicę, że prześle kopię raportu; deklaruje, że wyniki będą wzięte po uwagę przez rządzących itp.). Dillman argumentuje, że wzbudzenie zaufania może się dokonywać w pośredni sposób np. dostarczenie gratyfikacji awansem wydaje się być skuteczne nie tylko z powodu samej zapłaty, ale ze względu na to, że gest ten jest symbolem zaufania jakim badacz darzy respondenta. Innymi słowy, gratyfikacje mają stymulować zaufanie i wiarę, że badacz także w przyszłości wypełni złożone obietnice skoro już obecnie respektuje zasady wymiany¹⁵⁶.

Warto dodać, że w Polsce elementy metody *TDM* z pomyślnym skutkiem wykorzystali D. Daniłowicz i F. Sztabiński, stosując technikę ankiety pocztowej¹⁵⁷.

6.6.3. Teoria partycypacji R. Grovesa

Inne podejście do problemu prezentuje R. Groves. Podejmując się próby rekonstrukcji tego stanowiska trzeba na początku nadmienić, iż Groves współtworzy je z różnymi badaczami – tu dla uproszczenia koncepcję tę identyfikuję z jego nazwiskiem, gdyż łączy ono wszystkie publikacje, które składają się na pewną całość i stanowią kontynuację wcześniejszych rozważań.

Teoria Grovesa bazuje szeroko na ustaleniach psychologii społecznej i psychologii kognitywnej – tendencję do przykładania wywodzących się z tych dyscyplin sposobów objaśnienia mechanizmów partycypacji w sondażach można zaobserwować już we wczesnym piśmiennictwie R. Grovesa¹⁵⁸. Główne założenia koncepcji są efektem współpracy z M. Couperem, której najpełniejszym owocem jest wspólna książka *Nonresponse in household interview surveys* z 1998 roku. Podstawą teoretyczną, na której Groves i Couper budują swoją teorię partycypacji jest psychologiczna koncepcja R. Cialdiniego. W 2000 roku, na bazie

¹⁵⁶ Ibidem, s. 16.

¹⁵⁷ P. Daniłowicz, F. Sztabiński, op. cit.

¹⁵⁸ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 225–233; por. R. Groves, L.J. Magilavy, *Increasing response rates to telephone surveys: a door in the face for foot-in-the-door?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45, 1981.

wcześniejszych ustaleń, we współpracy z E. Singer i A. Corning, powstaje *leverage-saliency theory of survey participation*¹⁵⁹, testowana później (2004) z udziałem S. Presserem i S. Dipko¹⁶⁰.

Podjęcie socjologiczne, przez które Groves rozumie zastosowanie teorii wymiany do wyjaśnienia zjawiska kooperacji i odmowy, jest jego zdaniem nie do końca trafne i adekwatne, ponieważ nie potrafi objaśnić wszystkich ustaleń empirycznych. Goyderowi, zdaniem Grovesa, brakuje interdyscyplinarnego podejścia¹⁶¹. Wydaje się, że zasadnicza różnica między teorią Cialdiniego a teorią wymiany, i tym samym główny punkt krytyki Grovesa i Coupera, dotyczy kwestii racjonalności działań jednostki. Badacze ci rezygnują z wizji kalkulującego eksperta (nawet z tej osłabionej przez Goydera wersji, w której brak utylitarystycznych odwołań) na rzecz jednostki, która podejmuje decyzje głównie w oparciu o myślenie heurystyczne („na skróty”, jak je nazywa sam Cialdini), *nie* polegające na gruntownej analizie całości dostępnych informacji¹⁶². Powołując się na ustalenia psychologów poznawczych, Groves i Couper, przywołują także pojęcia myślenia według centralnej *vs.* peryferyjnej ścieżki (*central vs. peripheral route*). Ten pierwszy sposób skutkuje decyzją, która wynika ze skrupulatnego rozważenia różnych argumentów. W drugim przypadku, akceptacja lub odrzucenie dostarczonych racji nie wynika z ich „przetworzenia” i analizy, ale bierze się z uwzględnienia sygnałów pobocznych (takich na przykład jak wygląd argumentującego)¹⁶³. Groves i Couper stoją na stanowisku, że ten ostatni sposób myślenia dość powszechnie występuje wśród namawianych do partycypacji¹⁶⁴.

Ich zdaniem, jednostka podejmując decyzję odnośnie uczestnictwa w sondażu kieruje się przede wszystkim heurystykami, ponieważ jej kontakt z sondażami jest rzadki (większość nie doświadczyła interakcji z ankieterem) i nie mieszczą się one ani w sferze jej podstawowych zainteresowań ani żywotnych interesów. Jednostki, które wykształciły postawę wobec sondaży, trwałą dyspozycję do reakcji stanowią zdecy-

¹⁵⁹ R. Groves, E. Singer, A. Corning, op. cit.

¹⁶⁰ R. Groves, S. Presser, S. Dipko, op. cit.

¹⁶¹ R. Groves, John Goyder. *The silent minority*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 53, 1989, s. 612.

¹⁶² Por. R. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004, s. 21.

¹⁶³ R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 235–236, R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 226.

¹⁶⁴ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 34, 226.

dowaną mniejszość¹⁶⁵. Prośba uczestnictwa w sondażu jest z perspektywy jednostki podobna do innych propozycji pojawiających się w codziennym życiu, które skierowane są do osób przebywających w domu, takich jak sprzedaż bezpośrednia, zbieranie datków przez organizacje charytatywne, misyjna działalność organizacji religijnych itd.¹⁶⁶. Niechęć do kognitywnego wysiłku aby rozszyfrować cel wizyty i intencje **obcego** powoduje, że potencjalny respondent będzie przykładać do tej sytuacji znany mu z przeszłości schemat interpretacyjny, który będzie kierował jego zachowaniem. Jeżeli intencje te zostaną odczytane jako chęć sprzedaży, reakcja będzie najprawdopodobniej nieprzychylna i pojawi się dążenie do zakończenia interakcji¹⁶⁷. Zatem, w odróżnieniu od ujęcia Goydera, omawiana koncepcja zakłada, że zachowanie jest **zorientowane na przeszłość** i oparte na wcześniejszych doświadczeniach. Wobec powyższego, jednym z podstawowych zadań ankietera jest wyeliminowanie u potencjalnego respondenta skojarzeń z podobnymi pod wieloma względami nie-sondażowymi propozycjami i naprowadzenie go na prawidłową interpretację sytuacji¹⁶⁸. Według Grovesa i Coupera owe charakterystyczne, zdawkowe wypowiedzi „nie jestem zainteresowany”, „nie mam czasu” towarzyszące wielu odmowom, następującym niemal na wstępie interakcji; tendencja do nie poszukiwania u ankietera dodatkowych, wyjaśniających informacji są jednym z przejawów podejmowania decyzji w oparciu o powierzchowne, heurystyczne myślenie¹⁶⁹.

Generalnie, w ramach tej koncepcji przyjmuje się, że decyzja odośnie partycypacji podejmowana jest na bieżąco, tu i teraz, bezpośrednio podczas wystosowywania prośby, tym bardziej, że *gros* informacji wykorzystywanych przy jej podejmowaniu (instytucja realizująca sondaż, cel badania, obecność gratyfikacji itd.) w wielu przypadkach jest dostarczana dopiero przez ankietera¹⁷⁰. Innymi słowy, Groves uznając wpływ czynników związanych z otoczeniem, respondentem, cechami sondażu;

¹⁶⁵ Ibidem, s. 32.

¹⁶⁶ Ibidem, s. 16–18.

¹⁶⁷ Ibidem, s. 222.

¹⁶⁸ Ibidem, s. 218–225. Jest to także ważny głos do dyskusji prowadzonej przez polskich metodologów, którzy zwykli traktować niewłaściwe odczytywanie intencji wizyty ankietera jako jeden z przejawów niewystarczającej akulturacji badań sondażowych.

¹⁶⁹ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 37.

¹⁷⁰ Ibidem, s. 32.

przypisuje interakcji między ankierem a respondentem kluczowe znaczenie dla decyzji odnośnie uczestnictwa¹⁷¹.

Zgodnie z koncepcją R. Cialdiniego, który zidentyfikował sześć heurystyk – uniwersalnych reguł myślenia, które mogą być świadomie wykorzystywane przez inne podmioty do wywołania uległości, Groves i Couper wymieniają heurystykę wzajemności, autorytetu, konsekwencji, niedostępności, społecznego dowodu słuszności oraz sympatii.

Odnosząc się do marginesie – wykład Cialdiniego odnośnie miejsca i statusu heurystyk w procesie ludzkiego myślenia i reagowania odczytuję jednak jako nie dość jasny, co prawdopodobnie należy złożyć na karb popularnonaukowego charakteru jego książki. Tak więc, jak na początku książki Cialdini skłonny jest argumentować, że myślenie heurystyczne dominuje do tego stopnia, iż w zasadzie nie ma wobec niego alternatywy; włącza się mechanicznie i nieuchronnie niczym w układzie S-R¹⁷², tak pod koniec pracy otwiera perspektywę mniej deterministyczną, bardziej refleksyjną, a momentami nawet skierowaną na cokolwiek inną orientację teoretyczną (*W końcu wszyscy dążymy do zysku.*)¹⁷³. Uwagę tę zamieszczam z tego względu, że jasne ustalenia w tej materii pozwoliłyby wyjaśnić dlaczego reguły heurystyczne nie zawsze działają – problem ten w kontekście odmów w sondażach ma kapitalne znaczenie.

Reguła **wzajemności** (*reciprocation*) mówi o tym, że wszelkie oddane przysługi powinny być odwzajemnione. Jakkolwiek blisko związana z socjologiczną koncepcją wymiany¹⁷⁴, heurystyka wzajemności nie implikuje wizji racjonalnie kalkulującej jednostki, natomiast silnie bazuje na poczuciu zobowiązania, którego wywołanie niemal automatycznie ma skutkować gotowością do odwzajemniania, w tym także do spełniania próśb nie mieszczących się w ramach sprawiedliwej wymiany. Cialdini, podkreślając przemożną siłę tej heurystyki, powołuje się między innymi na A. Gouldnera, który twierdzi, że reguła ta występuje powszechnie we wszystkich kulturach i społeczeństwach ludzkich¹⁷⁵. Jak uzupełnia jednak, zasada ma kulturowy rodowód – po pierwsze, jest wpajana w procesie socjalizacji; po drugie, zdarzają się jednostki, które jej nie przestrzegają, narażając się przy tym na społeczne sankcje¹⁷⁶. Ta

¹⁷¹ Por. ibidem, s. 43.

¹⁷² Por. R. Cialdini, op. cit., s. 17.

¹⁷³ Ibidem, s. 245.

¹⁷⁴ Por. R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 32–33.

¹⁷⁵ R. Cialdini, op. cit., s. 32.

¹⁷⁶ Ibidem, s. 35.

ostatnia uwaga wydaje się być o tyle istotna, że osłabia uniwersalność zasady. Co prawda wątek ten nie jest rozwijany przez Cialdiniego, który koncentruje się na przykładach potwierdzających regułę, ale spostrzeżeniem tym warto się podzielić, gdyż może ono stanowić pewien rodzaj pomostu między zróżnicowanymi klasowo standardami wymiany obecnymi w koncepcji J. Goydera.

W kontekście *stricte* sondażowym, Groves i Couper argumentują, że zasada wzajemności może być rozpatrywana zarówno w płaszczyźnie jednostka – społeczeństwo, jak i w relacji jednostka – jednostka. Odnajdując w tym refleksy przyjętej przez Goydera koncepcji wymiany jednostronnej i obopólnej, autorzy wskazują, że potencjalny respondent zgadzając się na wywiad może czuć się zobligowany wobec społeczeństwa, czy sponsora do odwzajemnienia przysług, które otrzymuje od niego (w przypadku sponsora rządowego może chodzić na przykład o otrzymywane od państwa wsparcie materialne czy inny rodzaj opieki) lub też odwrotnie – oczekiwać, że to sponsor zrekompensuje wyświadczoną przysługę (na bazie obietnicy, że uzyskane informacje przyczynią się do poprawy sytuacji w jakiejś dziedzinie). W węższej perspektywie – relacji między jednostkami, respondent zgadzając się na wywiad będzie chciał się zrewanżować w zamian za gratyfikacje, komplementy czy okazany mu szacunek przez ankietera itp.¹⁷⁷

Heurystyka **autorytetu** mówi o tym, że uległość wobec wystosowującego prośbę pojawi się wtedy, gdy cieszy się on społecznym autorytetem. W odniesieniu do sondaży, będzie tu chodziło przede wszystkim o sponsora jako instytucję realizującą badanie, w mniejszym zaś stopniu o ankietera. Najprawdopodobniej efekt w postaci najwyższego poziomu kooperacji w sondażach prowadzonych przez ośrodki rządowe należy tłumaczyć działaniem właśnie tej zasady.

Wykraczając nieco poza myśl Cialdiniego i przyjmując bardziej socjologiczną perspektywę, która uwzględnia usytuowanie jednostek w strukturze społecznej, Groves i Couper podkreślają, że reguła autorytetu koresponduje z koncepcją izolacji społecznej. Z akcentem na aspekt wzajemności, argumentują, że społecznie wyizolowani mogą w mniejszym stopniu respektować autorytety szanowane przez należących do *mainstream*. Pozostający poza centrum sądzą prawdopodobnie, że owe instytucje sankcjonują krzywdzące z ich punktu widzenia nierówności społeczne lub też nie pasują do wzorów ich peryferyjnych subkultur¹⁷⁸.

¹⁷⁷ Por. R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 32–33, 35.

¹⁷⁸ Por. ibidem, s. 33.

Zgodnie z kolejną regułą – **konsekwencji** – jednostka po zaangażowaniu się w jakieś działanie będzie wykazywać tendencję do konsekwentnego reagowania. Postrzeganie własnej osoby jako odznaczającej się zgodnością w zachowaniu ma być jedną z ważniejszych potrzeb psychologicznych człowieka, a samo działanie z konsekwencją, mające niewiele wspólnego z refleksyjnością i racjonalnością, pozwala częściowo uwolnić się od wyczerpującego, kognitywnego wysiłku¹⁷⁹.

Mechanizm ten wykorzystywany jest w technice wymuszania uległości znanej pod nazwą *stopa w drzwiach* (*foot-in-the-door*) – jej efektywność w podnoszeniu odsetka kooperacji w sondażu telefonicznym sprawdzali Groves i Magilavy, ale nie zaobserwowali oczekiwanego efektu¹⁸⁰.

Wskazuje się także, że działanie reguły konsekwencji może ograniczać reguła wzajemności. Jednostka zgadzając się pod rząd na udział w kilku sondażach zaczyna odstępować od tej reakcji dostrzegając prawdopodobnie, że jej przysługi nie zostały odwzajemnione – *oversurveying effect* jest jednym z przykładów, który stoi w sprzeczności z regułą konsekwencji. Dla jego wyjaśnienia bardziej odpowiednie wydają się być ramy teorii wymiany¹⁸¹. Warto przypomnieć, że wniosku o idealnej konsekwencji w zachowaniu nie sformułował także Goyder – takowa pojawiła się tylko w odniesieniu do pewnej części badanych, natomiast zachowanie większości, jakkolwiek nie pozbawione zupełnie wzoru i regularności, charakteryzuje się jednak dość dużą zmiennością i elastycznością.

Możliwość skutecznego wykorzystania tej heurystyki Groves i Couper upatrują raczej krótkodystansowo, podczas interakcji ankietera z respondentem w trakcie aranżacji wywiadu. Chodziłoby o zaangażowanie przyszłego respondenta w rozmowę i wyszukanie takich wątków, z którymi mógłby się on zgodzić (np. *nauka jest ważna i należy ją wspierać*), co miałoby być odpowiednikiem *zgody na małą prośbę* i stanowić zaczątek pożądanej reakcji na prośbę właściwą¹⁸².

Zgodnie z heurystyką **niedostępności** (*scarcity*) jednostka postrzega jako bardziej wartościowe te przedmioty, których liczba (bądź dostęp do nich w czasie) jest ograniczona. Przykładem odwołania się do tej reguły przez sondażystów i ich wysłanników są takie frazy adresowane do

¹⁷⁹ Por. R. Cialdini, op. cit., s. 67–70.

¹⁸⁰ R. Groves, L.J. Magilavy, op. cit., s. 352.

¹⁸¹ R. Groves, R. Cialdini, M. Couper, op. cit., s. 482.

¹⁸² Ibidem, s. 482.

potencjalnych respondentów jak: *Uczyń swój głos słyszalnym!*; *Kontaktujemy się tylko z jedną osobą na 300 tys.*; *Pozostało już tylko kilka dni. Nie wiem czy będę mógł jeszcze przeprowadzić z Panem wywiad, jeśli nie zrobimy tego teraz*. Naturalnie, przeprowadzanie dużej ilości sondaży, stąd duża liczba okazji, aby *uczynić swój głos słyszalnym* powoduje, że eksploatowanie reguły niedostępności nie przynosi oczekiwanych rezultatów¹⁸³.

Z kolei heurystyka **społecznego dowodu słuszności** głosi, że o tym czy coś jest poprawne czy nie, człowiek decyduje poprzez odwołanie się do tego, co myślą na dany temat inni ludzie¹⁸⁴. Z perspektywy *stricte* sondażowej można powiedzieć, że jednostka będzie skłonna do przyjęcia propozycji uczestnictwa o ile wierzy, że inni postąpiliby w ten sam sposób. Badacze bezpośrednio lub przez swoich współpracowników „uaktywniają” tę zasadę komunikując badanym, że *większość ludzi uczestniczy w badaniach, ludzie lubią wywiady* itp.¹⁸⁵.

I w końcu heurystyka **sympatii** mówi o tym, że jednostka będzie skłonna spełnić prośbę o ile pochodzi ona od podmiotu, który budzi jej sympatię. W analizowanym przypadku, tym podmiotem może być zarówno instytucja, z którą w jakiś sposób sympatyzuje respondent bądź osoba ankietera. W literaturze wskazuje się, że sympatia pojawia się wobec osób podobnych do siebie – o tych samych poglądach, wykształceniu, sposobie ubrania się itp., a także do osób atrakcyjnych fizycznie; oraz komplementujących¹⁸⁶.

Bezwarunkowe wykorzystanie koncepcji Cialdiniego jako analitycznego narzędzia do interpretacji zjawisk związanych z partycypacją sondażową wiązałoby się z wyeksponowaniem respondenta jako jednostki nierefleksyjnej i wysoce podatnej na bodźce, którymi manipuluje badacz umiejętnie wykorzystujący ułomność jednostki do uciekania w myślenie heurystyczne. Mimo, iż uwypuklenie psychologicznych aspektów w podejmowaniu decyzji przez jednostkę skutkuje, zdaniem Grovesa i Coupera, trafniejszą teorią partycypacji, to jednak według tych samych badaczy koncepcja ta nie potrafi pomieścić wszystkich ważnych ustaleń empirycznych – do objaśnienia części z nich bardziej

¹⁸³ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 33, 35; R. Groves, R. Cialdini, M. Couper, op. cit., s. 483.

¹⁸⁴ R. Cialdini, op. cit., s. 111.

¹⁸⁵ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 35.

¹⁸⁶ R. Groves, R. Cialdini, M. Couper, op. cit., s. 483–484; R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 34; R. Cialdini, op. cit., s. 157–162.

adekwatna jest teorii wymiany¹⁸⁷. Stąd też, co próbowałam wyżej oddać, nastąpiła próba rozszerzenia teoretycznej perspektywy Cialdiniego o spojrzenie socjologiczne.

Wypracowana w późniejszym czasie *leverage-saliency theory* co prawda bazuje na założeniu, iż zachowaniem steruje myślenie heurystyczne¹⁸⁸ i przydaje interakcji z ankierem zasadnicze znaczenie dla decyzji odnośnie kooperacji, niemniej potencjalny respondent namawiany przez ankiera nie występuje w niej jako w pełni elastyczny twór podatny w takim samym stopniu na każdy rodzaj bodźca. Procedura dopasowywania formuły aranżacyjnej do poszczególnych respondentów (*tailoring*) bazuje na założeniu o ich społecznym zróżnicowaniu, posiadaniu na wejściu pewnych istotnych dla decyzji odnośnie partycypacji cech, które powinny być przez ankiera uwzględnione o ile interakcja ma zakończyć się powodzeniem (przystąpieniem do wywiadu).

Leverage-saliency theory będzie koncentrować się na mechanizmie przebiegu interakcji uwzględniając przy tym, z jednej strony – zróżnicowanie w zakresie dyspozycji respondentów do reakcji; z drugiej – umiejętności i zachowanie ankierów. Uściślając – potencjalni respondenci (zróżnicowani profilami społecznymi, mający swoje własne doświadczenia) będą przypisywać różną wagę do poszczególnych cech sondażu (tematyki, gratyfikacji itd.) oraz do pewnych odwołań zamieszczanych przez ankiera czy badacza w formule aranżacyjnej (np. odwołanie do wartości wspólnego dobra). Użytecznie jest przedstawić graficznie tę ideę za pomocą wagi – na jednym jej ramieniu znajdują się te ważne dla respondenta atrybuty, które predestynują go do kooperacji, na drugim ramieniu – te skłaniające do odmowy. Rozwieszone na ramionach wagi haczyki mają symbolizować te atrybuty. Istotne jest nie tylko ile haczyków znajduje się na każdym ramieniu, ale także jak daleko rozmieszczone są one od punktu środkowego (punktu podparcia wagi) – im odległość ta jest większa tym większy nacisk (*leverage*) i tym samym możliwość przechylenia szali na którąś stronę. Mówiąc inaczej, każdy atrybut ma nie tylko swój kierunek ale i siłę; a każdy z respondentów ma swoją „wagę z haczykami”, które są rozłożone w unikalny sposób – nieznany ani badaczowi ani ankierowi przystępującemu do interakcji z wylosowaną osobą. Rozpoznanie tego ułożenia wymaga od ankiera pewnej wrażliwości socjologicznej a także umiejętności pod-

¹⁸⁷ Por. R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 34, 35.

¹⁸⁸ R. Groves, E. Singer, A. Corning, op. cit., s. 299.

trzymania interakcji (*maintaining*), po to by zwiększyć szansę otrzymania sygnałów, które wysyła respondent; czas potrzebny na ich zdekodowanie i dopasowanie do nich odpowiedniej argumentacji. Ponieważ działanie ankietera polega na „zawieszaniu obciążników na haczykach” – kontynuując metaforę – istotne jest, ażeby ankieter w swojej argumentacji przydawał wagę (*saliency*) i silnie eksponował te elementy, które przeważają szalę na stronę zgody. Niepożądane byłoby kłaść nadmierny nacisk na te atrybuty (na przykład nieinteresującą z punktu widzenia respondenta tematykę badania), które sprzyjają reakcji odmownej¹⁸⁹.

Warto na marginesie wspomnieć o trudnościach z testowaniem *leverage-saliency theory*. Pierwsza sprawa dotyczy kwestii w jaki sposób zdobyć informacje o tym jakie atrybuty są dla respondentów ważne i w jakim występują porządku¹⁹⁰. Druga sprawa dotyczy pomiaru zachowania ankietera w odniesieniu do zmiennych „dopasowywania” i „podtrzymywania”, szczególnie jeśli przebiegu interakcji nie można zarejestrować¹⁹¹.

W podsumowaniu zarysowanej koncepcji R. Grovesa warto na początek ostrożnie postawić tezę, iż jest to teoria, które na przestrzeni czasu podlegała ewolucji. Rozdział między ujęciem psychologicznym i socjologicznym problemu kooperacji i odmów, wydatnie zarysowany przez Grovesa w recenzji jaką wystawił książce Goydera, czy nawet w jego własnej pozycji książkowej *Survey errors and survey costs* (co prawda dokonał tu przede wszystkim przeglądu istniejących koncepcji)¹⁹², przestał być z biegiem czasu tak wyraźny. Ostrość podziału musiała ulec pewnemu zatarciu, chociażby dlatego, że utrzymywały się różnice w poziomie kooperacji między grupami zróżnicowanymi przez cechy demograficzno-społeczne¹⁹³; reakcje na bodźce mające wywołać uległość okazały się być społecznie zróżnicowane¹⁹⁴. Ostatecznie, ożywieniu koncepcji socjologicznych musiała towarzyszyć wizja, iż decyzja odnośnie kooperacji nie jest na wskroś oparta na ignorancji, ale ma też pewne refleksyjne przesłanki¹⁹⁵. Bynajmniej zwrot ten nie sięga tak głęboko, by przyjąć optykę Goydera i zrezygnować z psychologicznej

¹⁸⁹ Por. ibidem, s. 299–301.

¹⁹⁰ R. Groves, S. Presser, S. Dipko, op. cit., s. 4.

¹⁹¹ R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 44.

¹⁹² R. Groves, *Survey errors...* op. cit., s. 219–238.

¹⁹³ Por. R. Groves, M. Couper, *Nonresponse in household...* op. cit., s. 43, 151.

¹⁹⁴ Por. ibidem, s. 44.

¹⁹⁵ Por. ibidem, s. 45.

perspektywy rozpatrywania problemu – Groves obstaje przy niej twar-
do, co wyraża się między innymi w próbie potraktowania zmiennych
społeczno-demograficznych jako wskaźników cech psychologicznych.

* * *

W rozdziale tym podjęto próbę rekonstrukcji profilu odmawiającego uczestnictwa w sondażach pod względem najważniejszych cech społeczno-demograficznych. Mimo, iż materiał został uporządkowany według pewnego klucza, który miał wskazywać dominujący rodzaj zależności, zaprezentowane rezultaty studiów empirycznych, jak pokazano, nie są w pełni konsekwentne ani do końca z nim zgodne – pod tym względem najbardziej dezorganizujące wywód należy uznać ustalenia badawcze Grovesa i Coupera.

Zaprezentowanie poszczególnych teorii partycypacji miało na celu pokazanie w jaki sposób ich autorzy łączą i systematyzują na wyższym poziomie ogólności dotychczas zebrane ustalenia empiryczne. Dodam, iż organizując wywód w tym rozdziale i próbując doprowadzić do pewnej syntezy, opierałam się w dużej mierze na piśmiennictwie Goydera.

Na koniec warto uwypuklić najważniejsze różnice dzielące stanowiska J. Goydera i R. Grovesa – postaci, których wkład w rozwój teoretycznej refleksji nad zjawiskiem kooperacji i odmów w sondażach należy uznać za największy. Z pewnością to co dzieli obydwu badaczy to różny akcent na aspekt wymiany i racjonalności w podejmowaniu decyzji. Siłą rzeczy w rozważaniach nad czynnikami wpływu, Goyder będzie orientował się na respondenta, Groves – na interakcję respondenta z ankierem. Goyder nie przykładą wagi do postaci ankiera i jego oddziaływania także z tego względu, że zgodnie z wynikami jego diachronicznych analiz interwencja ankiera jest coraz mniej skuteczna. Elementem łączącym oba stanowiska *nie* są także wyniki empiryczne ich prac odnośnie podstawowych charakterystyk odmawiających, które pozostają często w sprzeczności. Goydera od Grovesa odróżnia także to, że ten pierwszy zgodnie z Gouldnerowskim duchem podchodzi z charakterystycznym dystansem do problemu i zajmuje pozycję zewnętrznego obserwatora. Groves wypomina Goyderowi ten *antypozytywistyczny ton rozważań, typowy dla socjologii brytyjskiej jeśli idzie o kwestię sondaży*¹⁹⁶, a także podejście wedle którego odmowa jest w zasadzie działa-

¹⁹⁶ R. Groves, *John...* op. cit., s. 610.

niem słusznym i w pełni uzasadnionym¹⁹⁷. Taka postawa jest nieobecna w przypadku Grovesa, który w odróżnieniu od Goydera, jest żywo zainteresowany aplikacyjnym aspektem swoich ustaleń – formułuje postulaty i dyrektywy metodologiczne odnoszące się do etapu terenowego, dostarcza wskazówek dla działań mających na celu korekcję wypaczeń reprezentatywności przy wykorzystaniu narzędzi statystycznych.

¹⁹⁷ Ibidem, s. 611.

Rozdział 7

TYPOLOGIA ODMAWIAJĄCYCH UDZIAŁU W BADANIACH SONDAŻOWYCH

Świadomość ograniczeń analizy wyjaśniającej spadek współczynnika kooperacji w badaniach CBOS stała się impulsem do dalszych poszukiwań badawczych. Poza zasadniczym jej mankamentem polegającym na prowadzeniu analiz ekologicznych, okazało się, że jej wyniki wymagają dalszego wyjaśnienia. Uznanie za prawdopodobnej hipotezy spadku aktywności obywatelskiej oraz hipotezy wzrostu potrzeby prywatności nasunęło pytania i wątpliwości dotyczące współwystępowania pewnych cech na poziomie jednostek. Ustalenia polskich badaczy pokazują co prawda, że pragmatyzacja świadomości objęła w jakimś stopniu także elity¹, z drugiej jednak strony wiadomo, że w zakresie takich cech jak uczestnictwo polityczne, indywidualizm, podmiotowość, potrzeba prywatności różnice wyznaczone statusem socjoekonomicznym ciągle się utrzymują. Zdecydowałam o zastosowaniu jakościowego podejścia w badaniach osób odmawiających udziału w sondażach. Dzięki niemu możliwe było wyjaśnienie, dlaczego osoby odmawiające mogą mieć różny profil socjoekonomiczny – z zadaniem tym nie radzą sobie badania ilościowe, wykorzystujące regułę większości, której zastosowanie oznacza usunięcie w cień przypadków z nią niezgodnych. Tymczasem potrzeba dostarczenia uzasadnienia dla obecności ich wszystkich stanie się oczywista, jeśli dodatkowo weźmie się pod uwagę fakt, że relacjonowane w literaturze rezultaty badań nad profilem odmawiających są niekonsekwentne. Występująca w tej pracy triangulacja technik otrzymywania materiałów nie ma charakteru paradygmatycznego. Uznałam, że problem częstości występowania określonych cech jest pytaniem, na którego odpowiedź należy odłożyć w czasie, do momentu, w którym mechanizmy powstawania odmów zostaną lepiej rozpoznane. Dla

¹ J. Koralewicz, M. Ziółkowski, op. cit., s. 112, 232, 234.

przedsięwzięcia, które miało na celu pełniejsze rozumienie fenomenu odmów pod kątem przyczyn leżących po stronie potencjalnych respondentów, dodatkową inspiracją stały się dla mnie teoretyczne rozważania Goydera i Galtunga.

Podjmując się badań nad osobami odmawiającymi udziału w badaniach, zdawałam sobie sprawę, że dla zachowania ciągłości analiz, najlepszym rozwiązaniem byłoby poszukiwanie badanych wśród osób, które odmówiły udziału w sondażu CBOS. Pomysł ten jednak oceniałam jako nie mający szans realizacji – liczba wylosowanych jednostek adresowych przypadająca na Łódź i liczba odmów była zbyt mała w pojedynczym sondażu, aby inicjować przedsięwzięcie. Jednocześnie, nie było możliwości pozyskania informacji o adresach, w których odnotowano odmowy we wcześniej przeprowadzanych sondażach.

Ostatecznie badaniem objęto osoby, które odmówiły uczestnictwa w kwestionariuszowym badaniu akademickim *Przestrzenie różnicowanie kapitału społecznego w Łodzi*. Mimo oczywistych różnic między przedsięwzięciem CBOS a Uniwersytetu, łączy je kilka cech, które, zakładam, gwarantują porównywalność materiałów. Kluczowe z nich to: ta sama technika zbierania materiałów, wysoki poziom legitymizacji sponsora oraz odwołanie do wartości wspólnego dobra (wiedza, rozwój nauki, reprezentacja interesów publiczności).

Wybierając technikę gromadzenia materiałów wzięto pod uwagę, że potoczna wiedza o przyczynach odmów może nie być rozbudowana – propozycja udziału w badaniu ankietowym nie należy do codzienności, najprawdopodobniej także problematyka sondaży nie należy do najbardziej żywotnych zainteresowań obywateli. Założono też, że powody, dla których ludzie odmawiają uczestnictwa w badaniach nie zawsze muszą być dla nich samych w pełni jasne i przemyślane. W tej sytuacji odstąpiono od pomysłu przeprowadzenia indywidualnych wywiadów pogłębianych i wybrano technikę wywiadu zogniskowanego, która wykorzystując efekty dynamiki grupowej, pomaga w przezwycięzeniu podobnych trudności.

Dynamika ta wywołuje, po pierwsze, efekt synergii – dzięki wspólnej dyskusji, w której stykają się różne opinie dochodzi do wytworzenia informacji, które są czymś więcej niż sumą wypowiedzi uzyskanych w wywiadach z pojedynczymi osobami. Drugim jest efekt kuli śnieżnej, który polega na tym, że idea zgłaszana przez jednego uczestnika jest przez następnych obudowywana nowymi komentarzami. Wzajemne oddziaływanie i pobudzanie do dyskusji nowymi bodźcami to z kolei

efekt stymulacji. Równie korzystny, sprzyjający wygenerowaniu możliwie dużego zasobu informacji, jest efekt zwiększonego poczucia bezpieczeństwa – dzięki obecności innych odpowiedzialność za rezultaty dyskusji jest rozłożona na wszystkich uczestników. Współpraca w gronie osób podobnych sobie daje szansę znalezienia „społecznego dowodu”, którego odkrycie zachęca do otwierania się. W końcu, swobodna dyskusja w grupie powoduje, że u uczestników obniża się poziom kontroli wypowiedzi. Stanowi to szansę ujawnienia się rzeczywistych opinii i postaw. Ten skutek dynamiki grupowej nazywany jest efektem spontaniczności².

Celem opracowania materiału jakościowego było przeprowadzenie analizy typologicznej – zrekonstruowanie socjologicznych portretów osób odmawiających udziału w badaniach sondażowych.

Wybór cech, na których oparto typologię, wynikał w pierwszym rzędzie z ustaleń analizy ilościowej. Uwzględniono także cechy, które w literaturze przedmiotu wymieniane są jako istotne korelaty kooperacji w badaniach sondażowych. Zastosowanie techniki przynoszącej dane jakościowe, zakładającej mniejszą ingerencję badacza w uzyskany materiał, pozwoliło w sposób indukcyjny wygenerować część charakterystyk.

Występowanie cech obserwowano na dwóch poziomach – bezpośrednio u badanych, a także poprzez zastosowanie techniki projekcyjnej. Do techniki tej odwołano się powodów już wcześniej sygnalizowanych. Mianowicie, istniała wątpliwość czy badani będą dysponować ukształtowaną wiedzą na temat przyczyn swoich odmownych reakcji. Uwzględniono również możliwość, że badani nie będą chcieli relacjonować zdarzenia odmowy i wyjaśniać powodów swego zachowania, szczególnie jeśli na spotkaniu doszłoby do zdefiniowania odmowy jako zachowania społecznie nie aprobowanego. Aby zminimalizować te problemy zaplanowano wykorzystanie techniki projekcyjnej z użyciem fotografii portretowych. Zadanie badanych polegało na wyborze i opisie zdjęć, które ich zdaniem przedstawiały typowe osoby chętne oraz niechętne do uczestnictwa w badaniu (a dokładniej osoby, do których jako ankieterzy zwróciliby się oraz nie zwróciliby się z prośbą o wywiad).

Scenariusz wywiadu³ oparto o pytania dotyczące stosunku do sondaży.

² Por. H. Malinowski, *Komunikacja w zogniskowanym wywiadzie grupowym*, [w:] (red.) J. Lisiek-Michalska, P. Daniłowicz, *Zogniskowany wywiad grupowy, Studia nad metodą*, WUŁ, Łódź 2004, s. 73–74.

³ Aneks (załącznik 8).

Jednym z kluczowych wymiarów typologii jest uczestnictwo polityczne. Jego obserwowalnymi wskaźnikami są korelaty zachowań wyborczych (absencji vs. partycypacji wyborczej).

Cechami, w obrębie których poszukiwano leżących po stronie „respondenta” czynników wpływających na niechęć do kooperacji były także wiedza i wyobrażenia na temat sondaży, sposoby ich definiowania; doświadczenia respondenckie (i quasi-respondenckie); ocena poszczególnych aspektów sondażu. Na bazie ustaleń w tym zakresie możliwe było dalej wnioskowanie o potrzebie ochrony prywatności; obawach na tle problemu konfidențialności danych – wyczuleniu na punkcie bezpieczeństwa przekazywanych informacji; poczuciu irytacji z powodu nadmiernego indagowania.

Kolejną uwzględnioną własnością był lęk przed przestępczością.

Centralnym wymiarem typologii jest status socjoekonomiczny – cecha o kluczowym znaczeniu w rozważaniach nad niedostępnością respondentów i traktowana jako determinanta większości analizowanych tu cech.

W efekcie przeprowadzonej analizy wyróżniłam pięć typów osób odmawiających uczestnictwa w sondażach: „poszkodowany przez użytkowników danych osobowych”; „obrońca podmiotowości i prywatności”; „zredukowana egzystencja społeczna”; „często indagowany”; „obawiająca się przestępczości”.

7.1. Obserwacje ogólne

Rozważania w tym fragmencie informują o pewnych ogólnych prawidłowościach, które pojawiły się na sesjach fokusowych oraz o cechach, które zaobserwowano u wszystkich badanych.

Pierwsza prawidłowość dotyczy rodzaju informacji, jakich zdaniem badanych, poszukuje się o ankietowanych w sondażach – zgodnie z wyobrażeniami i doświadczeniami badanych, kwestionariusze zbudowane są przede wszystkim z pytań o fakty, a nie z opinii. Pytania o fakty zajmują pierwsze miejsce wśród wymienianych; wygenerowano dla nich najwięcej przykładów. Dotyczy to dwóch głównych sfer. Pierwsza z nich odnosi się do pytań, które zwykle wchodzi w skład tzw. me-

tryczki; natomiast druga, do pytań, które dotyczą zachowań konsumenckich.

Dla tego pierwszego obszaru badani wymieniają: *Wykształcenie, Wiek; Imię i nazwisko; Adres; Stan majątkowy; Ile dzieci; Czy pracuje; Kto mieszka w mieszkaniu; Ile osób w mieszkaniu; Ile pokoi w mieszkaniu; Jak wyposażone, czy łazienka jest; Jakie są zarobki, do ilu...; Stan rodziny; Jakiś stan posiadania, czy mamy w domu telefon ... sprzęt, powiedzmy; Czy mam komputer; Gdzie mieszka, czy na wsi czy w mieście.*

Druga, dominująca grupa pytań o fakty opisuje konsumenta (także widza, słuchacza, czytelnika): *Spożywcze, makarony, jakieś inne, jakich używam; W jakich sklepach robimy zakupy, jakie proszki, jakie pali się papierosy; Ile pani pali papierosów; Czy samochód jest; Jaka marka samochodu; Jaki wiek samochodu; Czy się jeździ samochodem do pracy; Ile na co się wydaje; Ile się kupuje, ile się wydaje na alkohol, ile na wyżywienie; Jaka marka danego produktu najczęściej; Czy się chodzi do kina, jakie tam rozrywki; Ile się książek przeczytało; Czego słuchamy, jakiej stacji, o której godzinie, w jakie dni.* Przedmiotem badań w tej dziedzinie są także, według rozmówców, deklaracje prospektywne: *Czy nadal ta osoba będzie zainteresowana tym produktem ... z tej dziedziny; Czy w przyszłości zamierzamy coś kupić?*

Pojawiające się pytania o opinie dotyczą przede wszystkim produktów i usług: *Dlaczego używam tego a nie coś innego; Zależy skąd ktoś tam przychodzi ... czy jeżeli z Telekomunikacji to o telekomunikację się dopytywali czy jestem zadowolona.*

Łatwość, z jaką badani wymieniają te pytania oraz obecność przy nich charakterystycznych dookreśleń (*Wszystko! Wszystko; Wszystkie dane chcę wiedzieć*) wskazują, że postrzegany zakres, w jakim poszukuje się pytań dotyczących personaliów oraz zachowań konsumenckich, jest bardzo szeroki. Generalnie budzą one emocje negatywne.

Tylko w jednej sesji spontanicznie wskazano politykę jako obszar, który znajduje swoje miejsce w sondażach, w pozostałych przypadkach do wywołania tego wątku przyczynił się moderator, który po wyczerpaniu tematu przez badanych celowo zadawał dodatkowe pytania naprowadzające. Sondaż jako badanie opinii słabo funkcjonuje w świadomości odmawiających i z pewnością nie jest pierwszym skojarzeniem z hasłem „ankieta” czy „sondaż”. Szczególnie opiniowanie w dziedzinie spraw politycznych i publicznych jest zepchnięte na plan dalszy. Jednak źródłem tego efektu, przynajmniej w większości przypadków, nie jest ignorancja – badani dostrzegają, że sondaż może mieć formę *pollingu*.

Z obserwacjami tymi związana jest kolejna prawidłowość, która mówi o tym, że sondaż funkcjonuje w otocze działalności quasi-sondażowych i nie sondażowych o typowo komercyjnym charakterze. Wśród uczestników istnieje zróżnicowanie w umiejętności rozdzielenia sondażu od nie-sondażu, niemniej zwraca uwagę fakt, że nawet ci, którzy takiej dystynkcji potrafią dokonać umieszczają w dyskusji wątki sprzedaży poprzez marketing bezpośredni, dzieląc się swoimi doświadczeniami w tym względzie. Mowa tu o akwizycji (przez kontakt *f-t-f* lub telefoniczny) usług telekomunikacyjnych, kosmetyków, książek, filtrów do wody i innych produktów oraz sprzedaży poprzez quasi-loterie⁴. Prowadzenie takiej sprzedaży bezpośredniej budzi wśród badanych emocje negatywne, co ujawnia się poprzez użycie określeń typu: *nabijają ludzi w butelkę; bujda; ciemnotę wstawiać; byłam nagabywana; znalazłam haczyk; ludzie będący akwizytorami podszywają się, że robią to bezinteresownie; biznesik się kryje, prawda? ... takim agresywnym najazdem...; pan miał dar przekonywania, no niestety; zostałam wykorzystana; nabieranie ludzi; klucz do samochodu rzekomo to był; dostawałam nagminnie (chodzi list z informacją o wygranej); bucik w drzwi, prawda?; No jestem zrażona do tego!; Chodzą, chodzą ... różne cwaniaki.*

W zrelacjonowanych historiach kontaktów łatwo wskazać te elementy, które świadczą o tym, że badani mieli doświadczenia z działalnością SUGGING-ową. W poniższych przykładach zaznaczono je podkreśleniem; wyróżniono także te wypowiedzi, które świadczą o stosunku do tych praktyk:

2K: [...] *młoda pani przyszła i tak bardzo prosiła. Mówi – pani jest wylosowana przez tam ... wiele no... wiele osób ... akurat na Panią to trafiło, akurat z panią chcę przeprowadzić taki wywiad, bardzo proszę... Była jedna. Potem gdzieś się druga znalazła. Nie wiem czy ona tam gdzieś tam była na górze czy coś, przyszła... [...]* Pytały jak ja żyję po prostu... czy chorowałam ... na jakieś choroby, czy ... w ogóle, tam zapisywała sobie, miała taki formularz i wypisywała. Jak mi się żyje, jak, jaki mam..., ile mam pieniędzy na życie, jak gospodaruje się po prostu, no ... o takie rzeczy... no... [...] Wypisała tam. Tak. Powie-

⁴ Ta forma sprzedaży przebiega według następującej ścieżki: podanie potencjalnemu klientowi informacji o wygranej (np. samochodu, pobytu za granicą); skierowanie go po szczegółowe informacje dotyczące wygranej pod podany numer telefonu; podanie informacji o możliwości wzięcia udziału w losowaniu wymienionej nagrody po dokonaniu zakupów określonych produktów.

działam jej to, a potem przychodziły takie, takie różne broszurki jak żywić się zdrowo, o takie, takie rzeczy... [...] ... potem miesiąc czy dwa przychodziły takie, takie jak ży... a potem już płatne. A potem trzeba było zapłacić. Więc ja to odłożyłam z powrotem, przeczytałam, włożyłam z powrotem, napisałam, że wiecie państwo ja mam taką a nie inną emeryturę, nie jestem w stanie płacić za takie broszurki po 30 zł.

Moderator: *Aha. Ale Pani coś podpisywała? Pani się...?*

2K: *Nie, nie. Nie podpisywałam nic, nie, nie. Tylko taki, taki... sondaż przeprowadzono.*

*

4J: *No chodzą z kosmetykami, wiem, że chodzą.*

Moderator: *Ale ci co pytają o kosmetyki, czy ci co sprzedają?*

4J: *No Różnie Noankieterzy z różnych firm....*

4M: *Psikają, psikają perfumami.*

4J: *No właśnie. Albo podstawiają pod nos papierki.*

4M: *Tak, że promocja, że opakowanie kosztuje 70, a tu dostaje pani dwa za 20...*

Moderator: *Macie Państwo takie doświadczenia, że akwizytor przedstawia się jako ankieter?*

4J: *.... Też!*

4M: *No tak, bo on pyta o nasze gusta, prawda? Pierwsze, bo ja chciałem Państwu zaprezentować zapach, proszę powiedzieć co Państwo sądzą...*

Klimat wokół sondaży określany jest przez uczestników wszystkich sesji jako niesprzyjający. Przejawia się to poprzez spontaniczne wypowiedzi takie jak: *Chyba jest takie generalne odczucie niechęci do ankieterów...; No dziwię się, że ludzie w ogóle z takimi ankietami chodzą i ... powiem szczerze, że się dziwię, że niektórzy udzielają informacji... albo ujawnia się w wypowiedziach wywołanych bezpośrednio pytaniem moderatora o rozmiar zjawiska odmów; ochotę i gotowość ludzi do uczestnictwa w badaniach sondażowych – liczbę osób nie zgadzających się na udział w sondażach badani szacują między 70 a 90%; a stosunek ludzi do badań określany jest zgodnie jako niechętny.*

Jednocześnie wśród większości badanych daje się zauważyć niechęć do przywoływania i analizowania faktu odmówienia udziału w badaniach akademickich, czyli wydarzenia, które pozostawało w bezpośrednim związku z ich obecnością na spotkaniu fokusowym. Prawidłowość ta wystąpiła niezależnie od sposobu rekrutacji (po upływie dłuższego

czasu od odmowy vs. bezpośrednio po odmówieniu, podczas tego samego kontaktu). Reakcji takiej nie zaobserwowano u tych uczestników, którzy odmowę przedstawiają jako konsekwencję wcześniej powziętego postanowienia o nie uczestniczeniu w sondażach. U pozostałych osób obserwuje się natomiast tendencję do odwoływania się do argumentu braku pamięci jeśli chodzi o szczegóły zdarzenia; skrótkowego przedstawiania okoliczności zajścia; przedstawiania „złagodzonej” wersji zdarzenia, w stosunku do tej jaką dostarczył ankieter; a nawet – nie ujawniania faktu odbycia rozmowy z ankieterem wysłanym przez uniwersytet w celu uzyskania zgody na realizację wywiadu kwestionariuszowego (uwaga dotyczy badanych z obu typów rekrutacji). Trzeba zaznaczyć, że moderator zabiegając o to, aby nie zaburzyć bezpiecznego klimatu w grupie i nie spowodować „zamknięcia się” uczestników, nie prowadził rozmowy w konwencji konfrontacji czy przesłuchania – do odpowiedzi stymulowano ogólnym pytaniem (kierowanym do grupy, a w razie potrzeby do poszczególnych uczestników) o fakt odbycia rozmowy z ankieterem składającym propozycję uczestnictwa w badaniu ankietowym⁵.

Ostatecznie, źródło powyższych efektów lokuję przede wszystkim po stronie badanych, interpretując je jako próbę poradzenia sobie z psychologicznie trudnym zadaniem publicznego wystąpienia w roli osoby odmawiającej współpracy z uniwersytetem, odgrywanej w obecności przedstawiciela tej instytucji i na jego terytorium. Zadanie było także

⁵ Brak zgodności między relacjami rodzi pytanie o źródło niespójności – czy jest nim wysłannik badacza czy badany? Jeśli chodzi o „łapaczy” akademickich (realizujących I rekrutację) należy powiedzieć, że przeszli oni szkolenia przed rekrutacją uczestników. Jako studenci socjologii zostali szerzej włączeni w badanie niż ma to miejsce w przypadku łapaczy i ankieterów pracujących w ośrodkach badawczych. Wiązało to się z tym, że wiele szczegółów realizowanego przedsięwzięcia, jego idea i cel były studentom dobrze znane. Rekrutacja dodatkowo została poddana kontroli (do listów zapowiadających dołączone były karty kontrolne, które miały być zwracane podczas wizyty „rekrutera”). Dodam, że uzyskanie zaliczenia z praktyk studenckich nie było uzależnione od pozyskania uczestnika do badań fokusowych. Domniemania o nierzetelnej pracy muszą też być oddalone w przypadku ankieterów-łapaczy w rekrutacji II, którą realizowali ankieterzy CBOS. Tu mogła zaistnieć co najwyżej sytuacja, w której propozycja uczestnictwa w fokusie została przedstawiona w takiej fazie negocjacji, w której reakcja negatywna nie była jeszcze nazbyt silna, stąd przystając na propozycję udziału w fokusie badani mogli uznać, że w ich przypadku o odmowie mówić nie można. Z drugiej strony jednak, obecność listów poprzedzających, w których informowano o przeprowadzaniu badania a n k i e t o w e g o i przybliżono jego tematykę, powoduje osłabienie argumentu o zatarciu się różnic między przedstawianymi propozycjami. Dodam, że ustalona wysokość wynagrodzenia dla ankieterów-łapaczy czyniła zdecydowanie bardziej opłacalnym przeprowadzenie wywiadu niż przekonanie do uczestnictwa w fokusie.

intelektualnie trudne, bo wymagało dostarczenia racji i uzasadnień dla swojego działania. Jak się wydaje, to właśnie z tych powodów większość badanych podjęła taktykę unieważniania – w ich wypadku pytania moderatora bezpośrednio odwołujące się do zdarzeń, jakie miały miejsce w związku z realizacją sondażu akademickiego nie przyniosły poszukiwanych informacji i nie przyczyniły się do lepszego rozumienia powodów odmawiania, natomiast rolę tę spełniły pytania projekcyjne.

7.2. „Pokrzywdzony przez użytkowników danych osobowych”

„Pokrzywdzony” przez osoby lub instytucje użytkujące bazy z danymi osobowymi jest jednym z tych typów, które stosunkowo łatwo poddaje się rekonstrukcji, gdyż reprezentuje go podmiot analizujący swoje zachowanie, poszukujący dla niego racjonalizacji i uzasadnień, które w otwarty sposób komunikuje. Występowanie tej kategorii odmawiających potwierdzają także materiały pochodzące z kart realizacji badania.

Ten typ odmawiającego buduje swoje wystąpienia wokół problemów odnoszących się do danych osobowych, korzysta przy tym z nazewnictwa pochodzącego z Ustawy o Ochronie Danych Osobowych lub bezpośrednio się na nią powołuje (wzmianki w relacjach ankietatorów). Mówi o *przetwarzaniu, niszczeniu, sprzedawaniu, dawaniu, wyrzucaniu, poniewieraniu się danych* oraz *wyrażaniu zgody na ich wydanie*, wspomina o przypadkach łamania ustawy przez różne instytucje (*MPK, przychodnie, banki*).

Kluczowym elementem wypowiedzi jest relacja o zdarzeniu, które ma stanowić źródło niechęci do uczestnictwa w podobnych przedsięwzięciach i przyczynę odmawiania. Zdarzeniem tym jest jednorazowe udostępnienie swoich danych osobowych, z uzyskaniem obietnicy poufności tj. nie rozszerzania dostępu do tych informacji innym podmiotom. Ponieważ do złamania tej obietnicy, według relacji badanych, dochodzi, w konsekwencji podejmowane jest postanowienie o zaprzestaniu współpracy z tymi, którzy takie dane zbierają. Jak wynika z materiału, złamanie obietnicy nie wiąże się z tak poważną krzywdą jak szantaż, kradzież mienia czy podszywanie się pod kogoś – badani nie wspominają o takich zagrożeniach. Chodzi przede wszystkim o bezpośrednie wystawienie na propozycje sprzedaży i wszelkie formy indagowania. Między faktem jednorazowego udostępnienia swoich danych, a faktem otrzy-

mywania w późniejszym czasie nieoczekiwanej i niechcianej korespondencji oraz telefonów, upatruje się zależności przyczynowo-skutkowej. Do poczucia doznania krzywdy, bycia oszukanym przez użytkowników danych osobowych dochodzi więc bardzo łatwo. Abstrahując od zasadności takiego punktu widzenia (choć wiadomo, że zjawisko handlu danymi w Polsce istnieje⁶), charakterystyczne dla osób reprezentujących ten typ jest nieuwzględnianie możliwości pozyskania danych adresowych z innych źródeł aniżeli od firmy czy agencji, której wcześniej udostępniono informacje. Ponieważ osoby te są co jakiś czas indagowane, irytacja utrzymuje się i reakcja nie ma kiedy wygasnąć.

Relacja ankietera – „łapacza” z przebiegu wizyty (rekrutacja I): *Kobieta z wykształceniem średnim bądź wyższym, sytuacja materialna przeciętna, jest na wcześniejszej emeryturze – Respondentka postawiła sprawę jasno, że ma taką zasadę razem z mężem, według której nie wypełniają żadnych ankiet, mają przykre doświadczenia, ponieważ kiedyś wypełniała anonimowe ankiety patronowane przez poważne instytucje, a później zauważyła, że informacje z tych ankiet przedostały się do firm różnych, zaczęły przychodzić, różne listy, oferty, ulotki /79/.*

Z wypowiedzi podczas sesji fokusowej: – *Miałam takie zdarzenie właśnie akurat z Telekomunikacją Polską. Przyszedł taki ankieter.. No zraziłam się, no ja jestem nie przekonana do takich rzeczy, w każdym bądź razie, bo jeden raz dałam się namówić ...[...] I właśnie przyszedł pan z pytaniami czy mógłby na temat Telekomunikacji i ... wypytał się o różne dane osobowe no i później te dane Telekomunikacja chyba zaczęła przetwarzać z tego względu, że tak: zostałam nagabywana telefonicznie, nie dosyć, że przez Telekomunikację to jeszcze przez inne prywatne stacje tak jak Era czy coś takiego [...] Zaczęły do mnie przychodzić takie różne pisma, z takimi ofertami, gdzie ja nigdy nie dawałam swoich danych osobowych i od tamtej pory nie ... nagminnie nie wpuszczam żadnych ankietów do domu. Ja właśnie powiem szczerze dałam się Pani namówić, bo powiem szczerze Pani trzeci raz mnie namawia, bo już dwa razy zrezygnowałam, raz to co ostatnio co zrezygnowałam...[...] Bo raczej nie daję się nagabywać takim osobom, po tym razie się zraziłam i uważam, że jeżeli ktoś przeprowadza takie coś to powinno to zostać do ich wyłącznej, tylko i wyłącznej wiadomości, a nie rozsze-*

⁶ J. Kujawa, Czy w Polsce można kupić niejawne dane?, <http://www.egospodarka.pl/16483>, Czy w Polsce można kupić niejawne dane, 1,15,1.html (listopad 2006); P. Kossecki, Ochrona prywatności w handlu elektronicznym i jej rola, <http://www.e-marketing.pl/artyk/artyk86.php> (listopad 2006).

rzania tych danych gdzieś. Czy oni biorą jakieś pieniądze za te dane osobowe nasze? Bo ja nieraz jak przychodzą do mnie takie różne, że wygrane czy tego, to się zastanawiam, bo nikomu nie daję danych osobowych, a tu raptem się znajdzie... I to w krótkim czasie po tym jak Telekomunikacja u mnie była (3JK).

Jak widać, w wyniku pojedynczych, negatywnych doświadczeń dochodzi do radykalizacji nastawienia i przeniesienia wzorów reakcji na kolejne, podobne sytuacje, a więc takie, w których kontakt inicjuje „ta druga strona” zabiegając o informacje, w tym dane metryczkowe czy *stricte* osobowe: - *No ale jeżeli są tam gdzieś, tak jak w centrach handlowych, tak jak Pani, to nieraz tam, na temat tych serków się wypowiedzieć to po prostu nie biorę w czymś takim w ogóle udziału, przechodzę koło tego, mówię – bardzo dziękuję! Nie skorzystam z takich ofert. Ani się nie wypowiadam na ten temat. No jestem zrażona do tego...*(3JK). Obserwuje się przy tym wyraźną tendencję do redukcji wysiłku intelektualnego i niechęć do analizowania każdego przypadku z osobna. Jednostka postanawia działać z konsekwencją, kierując się ogólną wytyczną nakazującą podejrzliwość i zachowanie czujności: *gdziekolwiek nas spisują, gdziekolwiek zostawiamy swoje dane osobowe mogą być wykorzystane*.

Jednocześnie u przedstawicieli tej kategorii zaobserwowano zespół cech wskazujących na niski poziom uczestnictwa politycznego: negatywną ocenę działalności władz, brak zainteresowania polityką, niski poziom wykształcenia i złą ocenę własnej sytuacji materialnej: – *Jeżeli ja nie mam zainteresowania polityką no to mnie.... ankieter nie zmusi na jakieś polityczne sprawy – 3JK*; – *No jakby dzisiaj doszło go głosowania, no niech Pani pomyśli, jakby dzisiaj doszło do głosowania na prezydenta, to jakby tak postawić polityków to praktycznie nie ma kogo wybrać. [...] Jeżeli ja nie mam rozeznania z polityką, nie interesuję się polityką, no i idę na to głosowanie, no biorę tę kartkę, no i co? No i patrzę się, no i co mam z tym zrobić? No to wtedy skreślam pierwszego lepszego dla odwalenia jak to się mówi czarnej roboty* (3JK).

Odnosić także trzeba, że te cechy absencjonisty wyborczego rzutowane są na postać typowej osoby niechętnej do uczestnictwa w sondażach:

3JK: *No cóż... wydaje mi się, że ta pani to chyba niczym się nie interesuje [śmiech], wydaje mi się, że ona jest zamknięta... taka bardzo nieprzychylna z wyglądu ... Wrogo, wrogo podchodzi ... Ona w żadnych*

takich rzeczach uczestniczyć nie zamierza. Ma dom, te dzieci, żyje tym, a tam ...inne to...

Moderator: *A jak ona ocenia to co się w Polsce dzieje?*

3JK: *Mnie się wydaje, że jej się to nie podoba. Ona jest temu przeciwna.*

Moderator: *A jej sytuacja materialna ... ważna jest? Jaka ona jest?*

3JK: *No mi się wydaje, że średnia, średnia... Raczej nie za wysoka.*

Moderator: *Aha, a ona chodzi głosować... czy raczej nie?*

3JK: *...Chyba nie. Przeciwna... tym politykom, temu co się w rządzie dzieje!*

Moderator: *A ona ufa innym ludziom?*

3JK: *Nie, bardzo nieufna. Ma swoje i ...tam raczej w inne sprawy... stara się nie włączać, o tak bym powiedziała.*

Pytaniem jest czy wyczulenie na punkcie danych osobowych, a nawet doświadczenie złamania obietnicy poufności, musi każdorazowo wiązać się ze zgeneralizowaną niechęcią i podejrzliwością wobec szerokiego spektrum podmiotów, których działalność zakłada zbieranie jednostkowych danych. Być może część osób mających wystrzoną percepcję tego problemu, czy w taki sposób doświadczonych, jest jednak skłonna podejmować wysiłek analizy i różnicowania przedstawianych im propozycji. W podsumowaniu cech tego typu odmawiających, można wyrazić przypuszczenie, że efekt zgeneralizowanej niechęci, przyjmowanie „na wszelki wypadek” postawy obronnej bierze się, po pierwsze, z nieufności i niepewności poruszania się w otaczającym świecie. Brak zainteresowania sprawami publicznymi, charakterystyczny dla osób z niskim wykształceniem, wydaje się pogłębiać te tendencje. Na skutek tej niewielkiej orientacji, perspektywa uczestnictwa w badaniach naukowych czy pollingowych także nie będzie stanowić większej atrakcji.

7.3. „Często indagowany” (z doświadczeniem respondenckim)

Typ odmawiającego nazwany przeze mnie „często indagowanym” pod kilkoma względami przypomina „pokrzywdzonego przez użytkowników danych osobowych”. Podobieństwo polega, po pierwsze, na tym, że jest to typ, który prezentuje się jako zdeklarowany „odmawiacz” – powziął decyzję o nie uczestnictwie. Być może właśnie na skutek tego postanowienia, typ ten nie znalazł wielu reprezentantów w badaniach fokusowych. Świadomość przyjęcia postawy powoduje, że badany po-

trafi ją *explicite* uzasadnić. Wiąże się to z kolejną wspólną cechą tych typów – obstarają przy swoim stanowisku podczas całej sesji i są mało podatne na jego zmianę w toku dyskusji. O odmowie uczestnictwie w kwestionariuszowych badaniach akademickich, typ informuje w sposób otwarty i nie zakamuflowany: – *To znaczy jak ja otrzymałam propozycję, ta osoba, która do mnie trafiła to jest, znajoma z widzenia. To jest tak osoba z osiedla od psów. I ona kiedyś mnie spotkała i powiedziała, że była u mnie kilka razy i nie zastała mnie, i czy ja bym się zgodziła na ankietę. Oczywiście od razu powiedziałam „nie” [śmiech], mimo że znajoma, ale Nie pytając się nawet na jaki temat to dotyczy* (4J).

Typ „często indagowanego” jest kategorią typowo miejską, charakterystyczną dla obszaru centrum. Wystawienie na działania akwizytorów, a także częste propozycje uczestnictwa w badaniach ankietowych, quasi-sondażach dotyczy jednostek mieszkających w dużych skupiskach ludzkich, przede wszystkim wieżowcach. Uzasadniając swoją niechęć do uczestnictwa badany bardzo często mówi o specyfice swojego zamieszkania, które jest w szczególny sposób narażone na wizyty obcych osób. Podkreśla także zwiększenie się skali zjawiska. Prowadzi to do uczucia przesyty, postrzegania tych wizyt jako *nagabywanie*, *nękanie* i ustawiczne zakłócanie spokoju.

Co ważne, typ odnosi się do osób, które wcześniej brały udział w badaniach ankietowych, przede wszystkim konsumenckich. Oto jak badany przedstawia mechanizm, który doprowadził do niechęci wchodzenia w kontakt z obcymi osobami przedstawiającymi różnorakie oferty:

Moderator: *A brała Pani kiedyś udział w takich badaniach, w takich ankietach?*

4J: *yyyh...to znaczy no kiedyś tam, kiedyś, kiedy się zaczynało powiedzieć no ... te 10 lat temu ... w tej chwili mało udzielam, bo wydaje mi się, że jest to bez sensu. [...] Bo kiedyś tego nie było. Albo na przykład zdarza się, że tak, że co dwie godziny jakiś chodzi, albo koledzy [śmiech] rozdzielają się i chodzą, za 5 minut czy za 10 mam drugą wizytę, taką samą, ewentualnie niewielkie zmiany. Dlatego jak w pewnym momencie powiedziałam stop!*

Moderator: *Bo w ogóle brała Pani udział ... kiedyś tam..*

4J: *Tak, tylko to nie było z Uniwersytetu tylko to było z jakiś tam ... firmy, a to odnośnie statusu, a to odnośnie margaryny, czy artykułów jakiś tam, coś takiego, a to proszki, no nie wiem, trudno mi w tej chwili spamiętać, bo to było bardzo dawno, ale tego typu. Nie jakieś ... socjologiczne takie ... no jakieś badania, powiedzmy.*

Moderator: *A często są Pani proponowane, proponowano udział w takich badaniach?*

4J: *[...]. Dosyć często. Ale to dlatego, że ... to znaczy, tak podejrzewam, że ja mieszkam w wieżowcu, ogromnym, 21-piętrowym i najłatwiej się zebrać i iść do takiego wieżowca, bo no nie wiem, bo założmy idzie grupka osób ... albo idzie jedna osoba, a tych mieszkań ma koło trzystu. Więc to się zalicza, za przeproszeniem ... no nie wszyscy będą, nie wszyscy otworzą, ale założmy, że te 100 na 300 mieszkań ktoś się tam skusi. [...] właśnie po kilku takich wizytach na początku, zaczęłam się zastanawiać, że to jest bez sensu. Ja w tej chwili mieszkam sama, no i wie Pani ... obawa! Obawa no bo... A po za tym nie ma spokoju! Nie ma spokoju, bo powinnam cały czas stać przy drzwiach i otwierać bez przerwy [...] Także ja od pewnego momentu, mówię, przestałam. Doszłam do wniosku, że po prostu ... to jest bez sensu ... nawet jeżeli coś mam do powiedzenia na dany temat, to... wolę się...[śmiej] w inny sposób wygadać za przeproszeniem, niż, niż, ankieterowi.*

„Często indagowany” nie akceptuje charakterystycznego dla prób losowych sposobu docierania do respondentów, który zakłada wytypowanie i zwrócenie się do konkretnej osoby z prośbą o udział w badaniu: – *Nie wiem, jakąś skrzynkę zostawić na przykład... czy, czy coś, nie wiem, nie potrafię wymyślić, ale jeśli ktoś chce, to proszę bardzo, wrzucić na przykład, skrzynka jest zamknięta, tydzień wisi w klatce, czy przed blokiem, czy gdzieś tam ... kto chce, proszę bardzo, bierze sobie ankietę, wypełnia i Bo to, że lubimy sobie pokrzyczeć, my, w ogóle chyba ludzie, to nie ulega wątpliwości, no i ... ja uważam, że niech tacy ludzie się wypowiedzą, tylko ale nie nękać 10 innych przy okazji (4J).*

„Często indagowany” mieszka w środowisku, które jest wyczułone na problem wchodzenia na teren posesji obcych osób, nieproszonych wizyt i uczestniczy w inicjatywach zmierzające do ich ograniczenia – zakładaniu domofonów, zatrudnianiu strażników. Tymczasem, obecność barier powoduje, że wiele osób postronnych stara się je pokonywać, podając się za kogoś innego i składając fałszywe deklaracje o celu wizyty. Jak wskazuje poniższa wypowiedź tego rodzaju praktyki podlegają obserwacji (bądź weryfikacji), wzmagają niechęć i nieufność: – *Mówiłam, że mieszkam w wieżowcu, i między innymi ochroniarz został zatrudniony właśnie ze względu na akwizytatorów i roznosicieli reklam. A powiem Pani szczerze, że i tak wchodzi i tak wchodzi, czyli oszukują. Czyli jak oszukują ochroniarzy, to znaczy, że jak mi się znajduje na piętrze to ja wiem, że on i mnie może oszukać. Ochroniarz się tłumaczy, że*

on do kogoś znajomego tu przyszedł. [...] I już jestem ostrożna. Kilka razy tak zrobiłam, ale teraz już w ogóle nie otwieram. [...] Nauczyłam się takich ludzi nie wpuszczać (4J).

Jakkolwiek częste indagowanie powoduje irytację i może przyczyniać się do niechęci wykonania wysiłku w kierunku analizowania i różnicowania przedstawianych ofert, to wydaje się, że zjawiska te nie objaśniają w pełni niechętniej postawy i zachowania odmownego. Być może z racji posiadania doświadczeń respondenckich, u kategorii tej obserwuje się bardziej wyostrzoną percepcję sondaży i krytyczne przemyślenia na ich temat.

Wynikiem tym doświadczeń jest, po pierwsze, negatywna opinia na temat zawartości kwestionariuszy. Związek między prezentowaną przez wysłanników badacza tematyką sondażu, a zadawanymi pytaniami pozostaje niejasny. Tu przykład, który najprawdopodobniej odnosi się do sondaży typu omnibus: - *No... bardzo różne są pytania ... i ... według mnie często głupie ... Może źle się wyraziłam, że głupie pytania. Ale tak szczegółowe niektóre ja nie widzę sensu po prostu.... [...] robią ankietę gdzie sensowne według mnie ... są powiedzmy ... na 100 pytań 10.[...] Bo niewiele jest pytań sensownych, dotyczących problemu danego, a reszta to taka płynie woda. Raz, że są bardzo źle sformułowane, a po drugie płyną tak, że jak ktoś usiądzie i dogłębnie wie o co chodzi to może wyciągnąć zupełnie inne wnioski, w innym kierunku ta ankieta może zmierzać, co deklarują ankietarzy, prawda? [...] Jeżeli przychodzi i mówi, że będzie o zdrowiu, o lekarstwie i choroby się pyta, a potem przechodzi jakie czytam gazety, no bez sensu zupełnie (4J).*

Nieufność pojawia się także na tle celu wykorzystania pozyskanych informacji, w tym także problemu konfidențialności: *nie mam pewności ... do czego to będzie użyte, do czego to będzie, co się dalej z tym wszystkim dzieje; Ale anonimowo, bo to później... może ... różnie bywa (4J).*

Podnoszona jest kwestia nie publikowania wyników badań, braku ciągłości relacji między badaczem a badanym. W wypowiedzi poniższej zawarty jest postulat podmiotowego traktowania informatora i odwołanie do zasady wymiany: - *No bo przede wszystkim chyba wyniki takich badań nie są udostępniane właśnie zwykłym ludziom. To znaczy ja nie mówię, CBOS-u czy inne, bo to w telewizji. Ale tak jak przyszła do mnie pytać o produkty spożywcze, to gdzie, gdzie te wyniki? Tak jak ja udzieliłam odpowiedzi, nawet gdybym chciała wiedzieć jakie wyniki są to, to, nawet ... ani nikt nie przysłał jakiś ogólnych, bo ja nie mówię, ale ogólnie*

nych, prawda? wyników badań, mimo, że u mnie byli. I gdzie tego szukać? (4J).

Jak się wydaje, krytycyzm w stosunku do sondaży może w dużej mierze wynikać z niskiego statusu społeczno-ekonomicznego. Ten typ odmawiających deklaruje brak zaufania do sondaży, gdyż obraz kondycji społeczeństwa, który przedstawiają sondaże, wydaje im się nieadekwatny do ich oglądu rzeczywistości – nie odpowiada klimatowi społecznemu, który odnajdują w swoich kręgach: – *Proszę Panią, wystarczy popatrzeć na to i logicznie spojrzeć. Ludzie są niezadowoleni, a oni mówią, że są zadowoleni. Albo 70% społeczeństwa jest zadowolonych. No to... nie wiem... dla mnie to jest właśnie przykład przekłamania (4J).*

Mechanizmem psychologicznym, który za tym stoi, jest lęk przed odkryciem, że nie należy się do większości, ale do gorszego marginesu: – *Dlatego dla mnie bardziej wiarygodne jest w jakimś przedziale grupowym robić jakąś tam ankietę, bo ... wtedy 24-latkowie tak podchodzą do sprawy i ja to przyjmuję do wiadomości, że myślą, że jest bardzo dobrze, że są wspaniale czasy i w ogóle ... Bo tak jak by mi to podali ogólnie, a nie wiekowo to ja już się do tego nie zaliczam [śmiech], już gdzieś jest tam zadra. Jak to?! Wszyscy tak podchodzą? Nie, ja nie podchodzę. I dlatego może, ja tutaj tłumaczę, że dla mnie byłoby to bardziej wiarygodne. Bo by się okazało, że w moim przedziale wiekowym, na przykład 50% odpowiedziało tak jak ja. To znaczy ja nie jestem ta inna, nie jestem ta stara, ta głupia. I wtedy się mogę ucieszyć, że nie jestem ten odmieniec, za przeproszeniem, w danej kwestii (4J).*

Niewiarygodność doniesień sondażowych wynika też z trudności z pojmowaniem współczesnego świata jako zmieniającej się rzeczywistości, w której brak jest stabilności postaw i „wszystko płynie”, mówiąc słowami A. Sułki⁷: – *No dla mnie to jest nie tak, bo albo mają, wynajdują ludzi, którzy mają ... poparcie rośnie, no to jest moje rozumowanie, albo zmieniają wiek tych ankietowanych ludzi, ale trudno mi przyjąć to do wiadomości, że całe społeczeństwo zmienia co miesiąc zdanie. Najpierw Samoobrona była druga, teraz PiS, trzy miesiące temu PiS był na piątym miejscu, założmy, ja nie wiem, nie mówię że tak było, ale przykładowo, teraz jest na drugim. No śmieszne to jest dla mnie! (4J).*

Pojawia się także problem braku wiedzy i błędnych wyobrażeń jeśli chodzi o warsztatową stronę realizacji sondaży, a także częstotliwość ich prowadzenia. To kolejny argument za niewiarygodnością wyników

⁷ A. Sułek, *Sondaż polski...* op. cit., s. 217–218.

badania: - *Dla mnie nie jest [wiarygodne]. Bo tak jak powiedziałam, musieliby być ankietowani powiedzmy wszyscy... I założmy wszyscy pięćdziesięciolatkowie są pytani ... no w jakiejś tam kwestii, ale to wszyscy, założmy w mieście Łodzi, no! I wtedy, wtedy, bym była w stanie bardziej uwierzyć (4J).*

Jednakże, mimo całego wywodu, w którym postawiono „wymogi metodologiczne” badaniom zasługującym na miano wiarygodnych, u uczestnika nie ma woli do ich spełnienia ze swojej strony. W argumentacji uzasadniającej niechęć do partycypacji dochodzi jeszcze jeden ważny element – brak poczucia kompetencji do uczestnictwa, wynikający prawdopodobnie ze słabego zainteresowania polityką.

Moderator: *Ale Pani [imię], chciałaby Pani, wzięłaby Pani udział w takim badaniu, gdyby Pani CBOS zaproponował?*

4J: *To znaczy, nie wzięłabym, bo tak jak Pani mówiłam, jestem osobą, która jeśli się na coś deklaruje to już... To musiałabym znać wszystkie programy, co jest niemożliwe, nawet w zarysie nie znam wszystkich, żeby się wypowiedzieć ... podejść poważnie do problemu.*

Uwzględniając wypowiedzi świadczące o niezadowoleniu z obecnej sytuacji w kraju, trzeba stwierdzić, że obywatelski portret „często indagowanego” odpowiada bardziej profilowi absencjonisty aniżeli czynnego wyborcy. Jest to zgodne z tym, co sam badany mówi na temat chętnego uczestnika sondaży:

4J: *Chochliki w oczach, zadowolona z życia, przedsiębiorcza, zadowolona z siebie ... i pewnie też chodzi na głosowania. Wie Pani, jak się komuś dobrze układa to idzie to wyrazić ...*

Moderator: *Mhm. A jaka jest jej sytuacja materialna? Czy ona jest ważna?*

4J: *Tak, bo takie osoby mają inny punkt widzenia.*

Moderator: *mhm...*

4J: *Do rozmowy chętna. Lubi rozmowy ze społeczeństwem. Interesuje się polityką i jest otwarta, ufna.*

Moderator: *A jakie ona ma wykształcenie?*

4J: *Wykształcenie średnie i wyższe.*

Porządkując zebrane informacje, można się zastanowić, w jakim stopniu główna deklarowana przyczyna reakcji odmownej – przesyt propozycji uczestnictwa, wywołujący wrażenie nękania – objaśnia to zachowanie. Jak pokazują dane, tego typu argumentacja nie występuje równomiernie wśród jednostek o różnych statusach, natomiast charakteryzuje przede wszystkim te ulokowane niżej w strukturze społecznej.

O ile czynnik statusu jest faktycznie istotny, to wytłumaczenia tego faktu można poszukiwać w prawdopodobnie zróżnicowanej wartości jaką badania naukowe i opinii publicznej przedstawiają dla osób z dołu i góry drabiny społecznej. Innymi słowy, osoby lepiej wyedukowane i uposażone, mimo doświadczenia w tym samym stopniu różnorodnych propozycji uczestnictwa, mogą przychylniej zapatrywać się na pewne ich rodzaje i nie traktować ich w kategoriach ustawicznego nagabywania. Przyjęty tu sposób rozumowania jest więc podobny do tego jakie zastosowano w przypadku typu „poszkodowanego” – zadeklarowany powód nieuczestnictwa tylko w części objaśnia zachowanie odmowne. Dla jego lepszego rozumienia potrzebna jest informacja o wiązce posiadanych cech, gdyż mogą one pośredniczyć w wywołaniu reakcji odmowy.

7.4. „Obrońca podmiotowości i prywatności”

Kategoria ta jest bliskim odpowiednikiem *elity* u J. Goydera; występuje wśród osób z wyższym wykształceniem. Mówiąc ogólnie, jej przedstawiciele charakteryzuje ambiwalentny stosunek do badań, który ma swe źródło w konflikcie między takimi wartościami jak nauka, działanie na rzecz wspólnego dobra, aktywność obywatelska a wartościami indywidualistycznymi, takimi jak *wolność od* przymusu i ingerencji innych ludzi w sprawy jednostki, prawo do prywatności. To także typ, który dysponuje stosunkowo najszerszą wiedzą na temat sondaży, celów ich realizacji i sposobów wykorzystania wyników; potrafi wskazać pozytywne i negatywne strony sondażu, które rozpatruje w kategoriach korzyści dla strony społecznej i korzyści dla realizatora czy zlecającego. Wprowadza do dyskusji wątki, których inne typy nie potrafiły wygenerować – szczególnie dotyczy to warstwy krytycznej. Swym profilem socjopsychologicznym odpowiada czynnemu wyborcy.

Typ ten wyraźnie odcina się od pozostałych uczestników już na poziomie autoprezentacji poprzez silne akcentowanie satysfakcji z życia, odniesionych w nim sukcesów, a także umiejętności odnalezienia się w nowych realiach. Na spotkaniu odgrywa rolę mentora, która przyjmuje kilka odmian: rzecznika wypowiadającego się w imieniu szerszej grupy; łagodnie strofującego moralizatora; eksperta; animatora i obrońcy wartości związanych z nauką i demokracją. Najprawdopodobniej efekt ten był wzmocniony faktem obecności w grupie osób o różnych statusach socjoekonomicznych.

Przy takiej autokreacji, wyjaśnienie zdarzenia odmowy współpracy z uniwersytetem było zadaniem dość kłopotliwym, stąd u wielu uczestników pojawiała się tendencja do unikania rozmowy o wizycie ankietera albo do przedstawiania jej w zupełnie nowym świetle (eksponowania faktu zgody na badanie fokusowe, przy pomijaniu faktu odmowy na badanie sondażowe). Dowód ambiwalencji w podejściu do badań sondażowych wyraźniej widać w przypadku tych osób, które publicznie ujawniają reakcję odmowy, a w toku spotkania wygłaszają deklaracje wskazujące na ich pozytywne podejście do badań i chęć w nich uczestnictwa. Dobrym przykładem będą tu zachowania 3E. Z relacji ankietera wiadomo, że: – *Osoba odpowiedziała „nie, dziękuję!” i chciała odłożyć słuchawkę domofonu. Zmieniła kategorycznie „nie” na szczere zainteresowanie, kiedy dowiedziała się, że otrzyma pieniądze.* (rekrutacja II). Fragmenty sesji fokusowej:

Moderator: *Aaaa ... kto z Państwa ma jeszcze takie doświadczenia? Ktoś coś proponował...* [cisza] *Już nie....* [cisza]

3E: *Znaczy chyba wszyscy mieliśmy...* [cisza] *Ja stanowczo mówię „nie”.*

Moderator: *A dlaczego Pani [imię]?*

3E: *Nie, bo wiem, że ktoś ma w tym interes, ale to mnie nie dotyczy. To niech sobie radzi. Jak mnie zdobędzie, jakoś podejdzie, w jakiś sposób, że powiem „no! To zrobię to dla Pani” czy dla pana, prawda, bo jest uroczy, czy, czy,*

Moderator: *A czy temat tych badań ma dla Pani znaczenie czy nie?*

3E: *Nie, żadne. Żaden temat mnie nie ... Mam swoje jakieś, zupełnie inne wyobrażenie o rzeczy niż ankieta zawiera pytania.*

3B: *[...]*

E: *Ja nie umiem wytłumaczyć dlaczego coś mi się podoba. Nie lubię pytania „dlaczego się Pani to podoba?” No podoba mi się i już.*

Moderator: *Mhm...*

3E: *Jakieś takie dociekanie, prawda? Czuje, że to jest ... najazd na mnie, że to jest rodzaj ... agresji. Niechętnie. Jeżeli kogoś znam to oczywiście pomagam mu. Na wszystko, na wszystko odpowiem. Bo ja znam tę osobę. Chcę jej pomóc. Ale obca osoba, która zabiega o jakieś dane i nie ma ze mną związku to nie, absolutnie.*

3E: *To znaczy ja jestem bardzo ... za ...rozmową z uniwersytetem właśnie, z wiedzą, z nauką, Tak! Uważam, że powinniśmy być otwarci, jesteśmy społeczeństwem...*

3STF: *[...].*

3E: *... jakąś całością, mało wiemy o sobie, i jeżeli ktoś posłuży się moją odpowiedzią i poprawi stan rzeczy, że nie będziemy warczyć na siebie ... wszędzie jakoś tak, ostatnio mi się wydaje ... często, to że to zapobiegnie jakimś frustracjom ludzi, będą wiedzieli, że to jest normalne, że to nie jest tak źle, że może być gorzej, prawda?*

Moderator: *Mhm....*

3E: *bo można w Afryce leżeć na jakimś klepisku bez żadnych perspektyw ... w żarze, to się że nie jest tak źle, że jest fajnie! Że życie ma plusy.*

Moderator: *A jakby przyszedł ktoś z ankietą z Uniwersytetu...*

3E: *W porządku.*

Moderator: *Tak?!*

3E: *Tak. Jeżeli bym stwierdziła osobiście, subiektywnie, że one są głupie to też bym powiedziała że się śpieszę, że ... że ... do widzenia*

Moderator: *mhm...*

3E: *Jeżeli wydałoby mi się to jakieś mało roztropne, ale tak, uniwersytet to jest dla mnie jak najbardziej firma, mogę odpowiadać.*

Argumentacja za powinnością uczestnictwa wynika z afirmacji nauki, jej celów i instytucji z nią związanych. Warto tu podkreślić że typ „obrońcy” jako jedyny wprowadza i rozwija w dyskusji wątek nauki: – *Bo to jest niezbędne. Poznawanie siebie, prawda?... swojego otoczenia... funkcjonowania w tym otoczeniu, no chcemy sobie jakoś wszyscy pomóc ... współistnieć ... i te badania mają to na celu prawdopodobnie, prawda? [...]* Naukowe.... *Chodzi o to by zbadać stosunki między ludźmi ... różne... na różnej płaszczyźnie i żeby sobie pomagać, sobie uświadomić, aha, jak będę tak, to będę miała lepiej, znaczy, żeby to wносиło jakieś pozytywne rzeczy* (3E).

Akceptacja dla sondaży nie ogranicza się tylko do tych, które są prowadzone przez instytucje akademickie. „Obrońca” podchodzi entuzjastycznie także do idei badań opinii publicznej. Zdolny jest postrzegać *polling* jako formę komunikacji poziomej⁸, która realizuje się dzięki informowaniu publiczności o wynikach sondaży, uświadamiając istnie-

⁸ Por. K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Obywatel jako...* op. cit.

nie różnic w poglądach i preferencjach w społeczeństwie. [...] a jeżeli to są ankiety typu CBOS-u to nam się też w pewnym sensie przydają, bo też patrzymy na to jak ludzie żyją, jakie są ich upodobania, możemy też poznać my ... innych. Jeżeli oczywiście te ankiety są publikowane (1D); Możemy stwierdzić czy mamy poglądy zbliżone do ogółu i w tym względzie mogą być dla nas interesujące (4M). „Obrońca” widzi także polling jako formę komunikacji pionowej – przedstawia go jako środek kontroli władz i eksponuje słuszne prawo do wypowiadania się przysługujące uczestnikom demokracji: - *Jeżeli podaje się to do szerszej wiadomości i wykorzystuje to dalej w jakiś sposób Czy czy upubliczniając to w jakiś sposób, wyniki tych ankiet, to może to służyć czemuś ... pozytywnemu dla zorientowania się tych, którzy są przy władzy, i wiedzą żeby wiedzieli coś o społeczeństwie nad którym sprawują władzę (3STF); - Jeżeli my nie mówimy, to on robi co chce, a jeżeli my rozmawiamy wyraźnie tu i tam, i w formie ankiety także, no to on wie, że on jest trochę ... obserwowany, że on nie ma jakiegoś milczącego muru przed sobą, tylko żywą tkanę... Wtedy polityk musi się liczyć z tym.... (3E); – Uważam, że powinno się uczestniczyć. Mamy demokrację, każdy z nas może się wypowiedzieć (4M).*

Powstaje pytanie dlaczego sympatyzowanie z ideą badań naukowych i opinii publicznej nie przekłada się na poczucie zobowiązania i bezwarunkową gotowość do uczestnictwa w nich. Jakie są źródła niechęci?

„Obrońca” ma silne poczucie podmiotowości, co przejawia się, z jednej strony, poprzez potrzebę samostanowienia i odwoływania się do argumentu braku przymusu, wolności wyboru, prawa do odmowy, dobrej woli.

3E: *Tak, bo on wielokrotnie mówi, że musi, tak! O! Ktoś powiedział „proszę Pani ja muszę tę ankietę zrobić. Błagam. Muszę”. Co to znaczy „muszę”?! Czy to znaczy, że on wyleci z pracy, nie wiem, nie zapłacę mu?*

3STF: *Z obowiązku ktoś go wysłał, no...*

3E: *Tak. Czyli do widzenia! No trudno! Bo wiem już, że to niczemu nie służy. Troszeczkę muszę wiedzieć... Czy można mnie trochę No, trzeba zdobyć! rozmówcę A jeżeli się go nie zdobędzie to przepraszam no ... trudno... ma prawo powiedzieć „nie”. Absolutnie ma prawo. On nie musi odpowiadać. Nikt nie musi.*

Po drugie, podmiotowość wyraża się poprzez indywidualizm i wiąże się z niechęcią do przyjęcia roli pasywnego, zdyscyplinowanego informatora, podporządkowującego się schematycznym pytaniom i narzuconym regułom komunikacji. „Obrońca” rości prawo do traktowania go jako kompetentnego uczestnika procesu badawczego; krytycznie przygląda się i lustruje propozycję od strony tematyki i pytań. Za rytualnie idealizowanymi badaniami naukowymi kryje się pewien dystans i nieufność co do intencji badaczy – czujność przed utratą równoważnej pozycji: – *To było takie dosyć ... ukryte pytania (1D)*; – *To znaczy można było wpisać pod nie wiele rzeczy, które mogły nie mieć nic wspólnego z tą ankietą (3STF)*; – *One są czasem podchwytliwe, żeby wy badać prawdomówność. Bo z różnych stron się uderza. To znaczy jeśli chodzi o badania z zakresu psychologii społecznej, bo to wiem, bo ja miałam te ankietę i były takie pytania, tak specjalnie jakoś sformułowane, żeby człowieka sprawdzić czy on mówi prawdę, bo poprzednio było to samo tylko z innej strony podejście (3E)*; – *Ankieter, który chodzi mówi jakiemu celowi ma to służyć. Tylko co za jego słowami się kryje? Czy to rzeczywiście później służy temu co on mówił, że będzie służyło temu celowi. Czy też jakimś innym celom. Na to już nie mamy żadnego wpływu (3STF)*.

Pęknięcia w idealnym obrazie badań naukowych i *pollingowych* pojawiają się wyraźnie na tle pytań metryczkowych, informacji umożliwiających identyfikację tożsamości, czy tych odbieranych jako bardzo osobiste. Istnieje też wyczulenie na obserwację i obracanie informacjami bez wiedzy osoby, która jest przedmiotem zainteresowania: – *Jeżeli ja czuję, że te dane są nie wiadomo po co, że ktoś chce do mnie pisać, prawda, na mnie się ... włącza mnie w jakieś sprawy nieznane mi... jakaś jest forma wykorzystania tego i ja o tym nie wiem, to „nie” (3E)*. Niepokoje są skoncentrowane wokół problemu konfidenckości: – *Tak samo jak ktoś przychodzi do domu. Niby bezimiennie no ale... widzi od kogo odbiera ankietę (1D)*, możliwości zrobienia z informacji niewłaściwego użytku: – *.... boją się, że te informacje będą wykorzystane przeciwko nim (4M)*. Wyraźnie też zaznacza się potrzeba nie ingerowania i uszanowania tego co prywatne: – *Trzeba wiedzieć gdzie jest ta granica, na jakie się odpowiada na jakie nie ...chodzi o jakąś godność, żeby się nie dać wpętać w jakieś yyy ...tajemnicze, dziwne yyy...[...] za daleko w ogóle poszła ankietę. Za daleko troszkę (3E)*. W tym przypadku nie chodzi więc o lęk przed wyciekiem, przedostaniem się informacji w niepowołane ręce – tu kwestionowane jest prawo żądania pewnych

informacji, w tym także przez szanowane instytucje. Współwystępowanie tych dwóch wątków dobrze oddaje wypowiedź: – *Nie wiadomo, gdzie takie informacje dotrą, prawda? Jeżeli jest to instytucja pewna, taka jak CBOS, jak Uniwersytet to mogą być udzielone, chociaż ja uważam, że też nie powinny, bo to są nasze prywatne sprawy, czy my mamy telewizor, czy my mamy wideo...*(4M).

Jednym ze źródeł niechęci do ujawniania informacji na swój temat jest niezrozumienie celu ich wykorzystywania przez socjologów czy badaczy opinii społecznej (dopiero w wyniku zastanowienia i refleksji intencje te są rozpoznawane): – *Jeżeli chodzi o badania naukowe. I tutaj trzeba rozważyć jak, w jakiej formie. Ja rozumiem, że chce się współ...pracować, prawda? Z różnymi osobami, różnymi bardzo. Że to służy pomocy, jakiejś ... twórczej działalności, a nie zrobienia kogoś w konia, wykorzystania. Czyli trzeba mówić. Czyli wszystkie formy ...tylko zależy jak ta ankieta, tutaj mam problem bo ... nie podoba mi się czasami forma zdobywania tych wiadomości... Nie widzę związku czy mam męża, czy mam pracę a tym ... co ja sądzę o polityku, prawda?. Ile mam lat.... No! Może ile mam lat – tak! bo powiedzmy jakie jestem pokolenie, które jestem bogata to ja mogę tego polityka z tego powodu, no, no, może to mieć wpływ...rzeczywiście ... Moja sytuacja majątkowa, mój status może wpłynąć na mój wybór polityka ...czy czegoś. Ale jeżeli ja wiem, że to służy poznaniu i jest forma, którą akceptuję, to uważam, że chętnie, chętnie odpowiadam. ... Ale jak przychodzi agresywnie z butem w drzwiach, to już nie, to jest oczywiste* (3E).

W wypowiedziach „obrońców” pojawił się także wątek marketingowych badań ankietowych, które są przedstawiane jako element rynku, zorganizowany przemysł, za którym nie stoją bezinteresowni inicjatorzy, kierujący się poznawczymi czy społecznymi względami: – *Pytania układane są przez psychologów, przez osoby które się na tym znają. Jeżeli już są włączane pieniądze w coś. Ankieterom się płaci. To nie jest coś co jest wykonywane za darmo. Ludzie nie chodzą za darmo po domach. I to są pytania, które potrzebne są danej firmie, o nas i one czemuś służą dla nich. Ja nie mówię, że to zawsze jest dobre dla nas, i czy my to rozumiemy, ale nie są to pytania, które byłyby zbędne tym ludziom* (4M).

„Obrońcy” podnoszą także argument nieufności wobec wszelkich obcych osób chodzących po domach, wskazując przy tym na tych, którzy zajmują się działalnością akwizycyjną i SUGGING-ową. Zwraca

jednak uwagę, że nie nigdy lokują tego problemu w kontekście zagrożenia przestępczością typu grabież mienia: – *Ja uważam, że badania naukowe powinny być oddzielone od tej agresji różnych ludzi, bo oni chcą pasty do zębów jakąś super ...bucik w drzwi, prawda? ... i ja go muszę wypchnąć. Wyrzucam. Wyrzucam go. Wyrzucam w takim razie wszystkich... Ale oni mają jakieś oferty, no, handlowe raczej, jakiś biznesik się kryje, prawda... takim agresywnym najazdem A badania naukowe nie powinny się znaleźć w tym obszarze. Jakoś inaczej* (3E). Jak się wydaje, działalność akwizycyjna i SUGGING-owa, może być tylko dodatkowym elementem wzmagającym niechęć, a nie zasadniczym motorem działania „obrońcy”, który dobrze sobie radzi z różnicowaniem działalności sondażowej, naukowej i sprzedażowej.

Jeżeli chodzi o profil obywatelski „obrońcy”, to, po pierwsze należy wskazać na jego poczucie kompetencji do uczestnictwa w procesie politycznym. Drugą obserwacją jest to, że „obrońca” nie wypowiada uwag wskazujących na negatywizm w ocenie rządzących – nie inicjuje takich wypowiedzi, nie podchwytuje ich jako trafnych i słusznych. Jeżeli wychodzi w dialog to przyjmuje rolę oświeconego przewodnika: *Z tego wynika, że trzeba się trochę więcej interesować* (3STF); *Proszę Panią prezydent [państwa] jest najmniej ważny. Samorządy. Urząd Miasta. Blisko nas. Im bliżej mnie tym bardziej mnie to interesuje* (3E); *Jakby każdy z nas powiedział, że poza sobą nie widzą kandydata no to co z tego wyjdzie?* (3STF). Jego stosunek do władzy pozbawiony jest radykalizmu i roszczeniowości, co widoczne było także we właściwym rozumieniu roli sondaży w komunikacji pionowej.

Zadanie, w którym badani mieli przypisać korelaty absencji wyborczej odpowiednio – typowej osobie odmawiającej oraz typowemu uczestnikowi, nie spełniło w tym przypadku swojej projekcyjnej funkcji. „Obrońcy” rzutowali pozytywne cechy, te same które były u nich obserwowane, na postać kooperującego.

Wyobrażona postać odmawiającego to osoba daleka od wzoru oświeconego obywatela. W pierwszym wariancie jest nią osoba z peryferii, ulokowana w niskich warstwach społecznych: – *No ta babcia... No nie chcę obrażać... Nastawiona na „nie”, bardzo nieufna, bałaby się, boi się i nie interesuje jej to. Powiedziałyby „Panie, daj mi spokój, idź sobie!”* (1D); *No to jest ... [śmiech] taka pani, którą już chyba nic nie interesuje...Nie widać po tej pani, żeby była jakoś... specjalnie wykształcona. No trudny, trudny byłby z nią kontakt. Wydaje mi się, że ona mogłaby... nie rozumiałaby co ja do niej mówię. To są sprawy dla niej*

... obce. Ona się z tym nie spotyka, jej to niepotrzebne, ona się chce z daleka od tego trzymać... Przepraszam, ale dla mnie to jest słuchaczka Radia Maryja [śmiej] (3STF). W wariancie drugim chodzi o osobę niewykształconą, która całą energię poświęca powiększaniu swojego majątku: – Człowiek bardzo zapracowany, ma na głowie tysiące spraw. Ten pan to jest dla mnie ... takie określenie... nowobogacki. Osoba niewykształcona. Nie interesuje się. Skupiona wokół swoich spraw, żeby się dorobić. Pewny siebie. Trudno go przekonać do czegokolwiek (4M); – No tak, ten pan pasuje mi na handlarza, gdzieś handluje ...na jakimś stadionie... Ma swoją filozofię życia jakąś ... ciasną, ograniczony punkt widzenia spraw, taki buc! po prostu. Dla niego to będą ... no pierdoły, które do niczego nie są mu potrzebne. On liczy pieniądze i to jest ważne. Bzdurami sobie głowy zawracać nie będzie. Więc nie interesują go sprawy na zewnątrz... on tam się nie zastanawia ... byle handlować mógł! (3E).

Osoba chętna do udziału w badaniach to przede wszystkim prężny, młody, wykształcony obywatel, bardzo często student: – Ciepło od niej bije, ufną osobą, bardzo uśmiechnięta, powodzi się jej w życiu, jest pomocna, pracuje, ma rodzinę. Wie co się dzieje w polityce. Osoba światła. Uczestniczy w wyborach, chociaż ... może jej się nie podobać to co się dzieje. Łatwo pokonuje problemy, jest dynamiczna w życiu (1D).

Ostatecznie, kluczem do rozumienia „obrońcy podmiotowości i prywatności” wydaje się być konflikt między wartościami społecznymi i indywidualistycznymi wyrażający się poprzez współwystępowanie afirmacji z odrzuceniem badań ankietowych. Z racji uznania wartości nauki i demokracji optuje za powinnością uczestnictwa w badaniach akademickich i *pollingowych*, ale gotowość tę zmniejsza, co najmniej tak samo ważna, wartość wolności, prywatności i godności. U „obrońcy”, alienacja wobec badań może postępować i pogłębiać się w wyniku doświadczania działalności sprzedażowej pod przykrywką sondaży, ale także w wyniku poczucia, że przestrzeń badań ankietowych nie jest obecnie domeną tylko ośrodków naukowych, ale przede wszystkim podmiotów reprezentujących swoje partykularne interesy. W jego myśleniu wyraźnie ujawnia się nastawienie na wymianę (– *ktoś ma w tym interes, ale to mnie nie dotyczy*), ze wskazaniem na inicjatora jako poszukującego korzyści, które nie zawsze są równoważone korzyściami potencjalnego informatora. Z tego względu „obrońca” deklaruje najmniejsze zainteresowanie uczestnictwem w badaniach marketingowych.

Odkrycie występowania tej kategorii odmawiających wydaje się być szczególnie przydatne do objaśnienia obserwowanego w wielkich miastach fenomenu niskiej partycypacji sondażowej i wysokiej partycypacji wyborczej.

7.5. „Zredukowana egzystencja społeczna”

Nazwa ta została wprowadzona do literatury przez Anitę Miszałską, która zastosowała ją do określenia jednego z typów absencjonisty wyborczego⁹. Dokonując analizy materiału jakościowego zaobserwowano u badanych cechy, które składają się na treść pojęcia zredukowanej egzystencji społecznej, stąd podjęto decyzję o jego zaadaptowaniu. Uwzględniono także ustalenia innych badaczy, którzy opisali syndrom cech określających jednostki z niskim statusem socjoekonomicznym.

Jakkolwiek między pojęciem peryferii u Galutunga, czy *underclass* u Goydera a terminem zredukowanej egzystencji społecznej istnieje duża odpowiedniość, jednak zakres tej ostatniej nazwy wydaje się być nieco szerszy, między innymi dlatego, że pojęcie to nie jest bezpośrednio zbudowane na wymiarze socjoekonomicznym, ale socjopsychologicznym. Autorka pisze, że *ten rodzaj egzystencji wiąże się na ogół z brakiem wykształcenia i ubóstwem*¹⁰, a zgodnie z wynikami jej badań został zaobserwowany u osób bezrobotnych, matek i ojców rodzin wielodzietnych, matek samotnie wychowujących dzieci, części emerytów i rencistów¹¹.

Ten typ egzystencji cechuje się *zawężoną perspektywą mentalną, zawężonym polem funkcjonowania społecznego oraz zredukowaną tożsamością społeczną. Oznacza on, innymi słowy, izolację, życie w kręgu własnej społeczności i odcięcie się od kontaktów z szerszym heterogenicznym światem społecznym, a więc i od źródeł informacji*¹².

W obrębie osób, które zaliczam do tej kategorii wyodrębnić można tych, u których stopień odcięcia od kultury symbolicznej jest bardzo duży, jeżeli mierzyć go zdolnością wejścia w rozmowę na temat badań ankietowych. Charakteryzując tę podgrupę, można powiedzieć, że element rzeczywistości jakim są sondaże nie funkcjonuje w ich świadomo-

⁹ A. Miszałska, *Reakcje ...* op. cit., s. 187.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem, s. 188.

¹² Ibidem.

ści do tego stopnia, że nawet dyskusja grupowa nie jest w stanie pobudzić w kierunku rozmowy na zadany temat i dopomóc w uruchomieniu wyobrażeń. U osób tych obserwuje się bardzo niskie kompetencje intelektualne, zasadnicze trudności z posługiwaniem się symbolami, myśleniem abstrakcyjnym. Wtedy gdy dyskusja dotyczy sondaży, obserwuje się u nich wycofanie, lęk przed wypowiedzianiem się – wskazane przez moderatora do zabrania głosu reagują stresem (nerwowe poprawianie się na krześle, bardzo szybkie tempo wypowiedzi), udzielają odpowiedzi jednozdaniowych, swoje stanowisko przedstawiają w słabej formie (*raczej nie; raczej chyba tak*), nie dostarczają dla niego uzasadnień, powołują się na wypowiedzi innych uczestników (*Nie, raczej nie, tak jak pani właśnie [wskazuje na 3JK] to mówi*), względnie powielają skrótowno wątki, które już przywołano. W zasadzie więc, przyczyn ich odmownych reakcji (na prośbę o wywiad w badaniu sondażowym) nie można szukać w tej warstwie przekazu, którą poprzez pytania wynikające ze scenariusza wywołał badacz. O osobach tych można w skrócie powiedzieć, że stanowią dalekie peryferia kulturowe.

Jednocześnie, mimo tego, że osoby te najrzadziej występują, nie mogą być uznane jako generalnie niechętne do rozmowy, czy zdominowane przez pozostałych uczestników, o czym świadczy inicjowanie wystąpień albo spontaniczne włączanie się w dyskusję w momencie pojawienia się dogodnego wątku – przy sprzyjającym klimacie panującym w grupie pojawia się tendencja do wygłaszania bardziej rozbudowanych wypowiedzi. Tematy, w których osoby te czują się bezpieczne, kompetentne i chcą się wypowiadać dotyczą ich sytuacji życiowej – problemu pracy, środków do życia, zdrowia i rodziny. Badani chcą przekazać grupie komunikat o swoim beznadziejnym i na swój sposób wyjątkowym położeniu, oczekując reakcji współczucia, potwierdzenia, a także odnalezienia wspólnej, mentalnej perspektywy widzenia otaczającego ich świata. Jak zwraca uwagę A. Miszalska – zredukowana tożsamość społeczna jest zbudowana wokół własnego upośledzenia i outsiderstwa, nie zaś zewnętrznych ról, takich jak np. „obywatel”¹³.

Przykładem dla powyższego jest wypowiedź wygłoszona spontanicznie przez 3JB /wykształcenie podstawowe/ podczas luźnej rozmowy w trakcie schodzenia się uczestników na spotkanie, w której dokonywana jest autoprezentacja. Rozpoczyna się ona od: – *Ja otrzymuję miesięcznie złotych siedemdziesiąt. Gdyby nie rodzina mnie trochę*

¹³ A. Miszalska, op. cit., s. 187

wspomagała to jak bym opłaciła komorne, gaz, prąd? A za co? ... Ja nie mogę znaleźć pracy, bo ja dostałam trzecią grupę inwalidzką na stałe, a trzecia grupa jest bezpłatna. I praktycznie co mi po tym papierku? Mam papierek, ale pracy nie mam... Jestem pod stałą opieką lekarską. Leki? Część wykupię, część nie. Na prośbę moderatora, w części aranżacyjnej wywiadu, przedstawia się: *Nazywam się [imię i nazwisko] i jestem osobą bezrobotną... Ale z tym, że żyję tą nadzieją, że w końcu mi się coś uda ... Bo co więcej mogę powiedzieć? Cały czas się człowiek ludzi, że będzie lepiej. No niestety....* Warto zwrócić szczególną uwagę na pierwsze zdanie tej wypowiedzi, wskazujące na wymiar, na jakim konstruowana jest tożsamość.

Do tego typu odmawiających należy także 3B /wykształcenie zasadnicze/, o którym ankietę pisze: *Respondent nie chce brać udziału w ankiecie, gdyż nie ma warunków ku temu. W jego domu nie ma światła, jest ubogo i nie posprzątane, gdyż nie ma żadnej kobiety. [...] Respondent jest niechętny wszelkim badaniom, gdyż sam korzysta z opieki społecznej i nie może dostać pracy. Zainteresował się płatną formą badania.* Zaraz po przybyciu na spotkanie, 3B spontanicznie powiadamia wszystkich uczestników: – *Ja nie mogę mówić tak głośno, bo mam polipy, nie? I w Barlickim dwa razy szpitalu byłem. Chcieli mnie wyciąć.* Poproszony o przedstawienie się grupie: [imię i nazwisko]. *No żałuję, że żona mnie zostawiła. No... a tak, cierpię.* Przypadek 3B jest zresztą dość specyficzny – funkcjonuje niejako „obok” grupy i poza jej mechanizmami, w sposób widoczny odstaje od pozostałych pod względem kompetencji intelektualnych, a także wyglądu, higieny osobistej. Powód spontanicznego włączania się w rozmowę przez 3B i jego przekaz pozostaje często dla uczestników niejasny.

Uczestnicy fokusów, których zaliczyłam do tej podgrupy przypadków to w większości 40 i 50-latkowie, przewlekłe chorzy, o wykształceniu podstawowym lub zasadniczym zawodowym, bez pracy, renciści, korzystający z opieki społecznej, o skrajnie niskim uposażeniu, uzależnieni od materialnej pomocy instytucji lub rodziny, bez perspektyw na zmianę. Ich obecność na spotkaniu, wyrażenie zgody na uczestnictwo w fokusie należy wiązać z obecnością gratyfikacji, której stawka (50 zł), jak można wnioskować z relacji badanych o wysokości otrzymywanych rent, stanowi pokaźną część ich miesięcznego budżetu i była na tyle duża, że doszło do przełamania lęku związanego z kontaktem z innym, nieznanym im światem. Tam gdzie możliwe uzyskanie dodatkowego potwierdzenie chęci przybycia na spotkanie (zależne od posiadania tele-

fonu), zadawano pytania o gratyfikację: *A czy to będzie pewne, że dają te pieniądze? Te 50 zł? ; I po rozmowie 50 zł, tak?*

Przedmiotem dalszej analizy będzie grupa osób, która weszła w rozmowę, odpowiadając na „merytoryczne” pytania moderatora. Stanowią ją w większości osoby z wykształceniem zasadniczym i podstawowym.

Sposób autoprezentacji tych osób niejednokrotnie nie odbiega od wcześniej przedstawionych.

3T: [imię]. 32 lata. Mam dziecko sześciolatnie. Pracowałem do września jako hydraulik, tylko też w zakładzie takim prywatnym, że nie byłem zarejestrowany. Pracowałem pół roku i nie byłem zarejestrowany dlatego, że prywatnie żyje ... jednego miał zarejestrowanego a wykorzystywał ... nas było sześciu. Przy wykopach ... ciężkich. No i żona jest teraz na zasiłku, teraz trzeba przedszkole opłacić wszystko ... nie ma z czego po prostu ...

Moderator: Panie [imię], a coś dobrego?

3T: Dobrego? Nie mam nic... Nic naprawdę nic.

Moderator: Może święta?

3T: Święta to trzeba mieć pieniądze na święta, żeby wyprawić. Bo wie Pani jak się przyjdzie do domu, nie ma pieniędzy, nie ma co do garnka włożyć, jakie to święta? Tyle tylko, że syn jest zdrowy bo od trzech lat miał skazę białkową, musiał mieć specjalne mleko, które ... alergię miał. Takie mleko, puszka to 15 zł na tydzień w aptece. A mnie się nikt nie spytał czy ktoś ma pieniądze, nie? ... Nic specjalnego. Mama też nie pracuje, żeby ... tak jak Państwo... też jest bez pracy. Nie ma komu pomóc.

W przypadku tych osób wiedza na temat sondaży jest dość szczątkowa i bardzo fragmentaryczna, wygenerowana *ad hoc* na skojarzeniach, a efekt stymulacji poprzez dyskusję prowadzi często do dostarczenia całkowicie nietrafnych, chybotliwych definicji sondażu. Dla zilustrowania tych ostatnich przedstawiam kilka przykładów.

2KP w części poświęconej na autoprezentację przedstawia się jako kibic piłkarski z lokalnym odniesieniem: *Jestem z Widzewa... Mieszkam przy stadionie*, a także gracz w zakładach bukmacherskich. Prezentując swoje wyobrażenia na temat pytań i zagadnień poruszanych w sondażach korzysta z dostępnych mu wzorów pojmowania rzeczywistości, będących odbiciem jego świata społecznego:

Moderator: Panie [imię], ma Pan propozycje?

2KP: Sportowe są jeszcze takie.

Moderator: Sportowe rzeczy, tak?

2KP: Czy zespół jakiś wygra, czy ...

Moderator: Aha, czy zespół wygra czy nie wygra. Dobrze, mamy coś jeszcze?

2KP: Jakiej drużynie kibicuje...

Oto inny przykład:

2K: O zdrowej żywności powinni mówić. Przeprowadzić taką ankietę...

2R: Tak.

Moderator: Mhm...

2K: gdzie kupować taką żywność, żeby nie było oszukaństwa, że to jest zdrowa a ona nie jest.

Moderator: Rozumiem, że w takiej ankiecie powinniśmy być pytani ale także informowani, tak?

2K: Tak. Tak. Tak.

2R: Tak.

2K: Tak. Śluszne. Naturalnie. Gdzie się takie sklepy znajdują ze zdrową żywnością.

2M: To jak o takie rzeczy nas pytają to powinni też informować.

2K: Informować.

2R: Informować właśnie o to chodzi.

Moderator: A kto powinien być takim informatorem? No bo żeby to dla ludzi było wiarygodne....

2K: Producenci.

Odpowiadając na pytanie o kontakt z człowiekiem przedstawiającym się jako ankieter, ten typ odmawiającego przywołuje przede wszystkim historie kontaktów z akwizytorami (głównie usług), z których najczęściej wyniósł złe doświadczenia. Zwykle przedstawia bardzo rozbudowane relacje tych zdarzeń. Oto jeden z przykładów pokazujących bardzo słabo rozwiniętą umiejętność analizowania przedstawianych ofert, niewłaściwe rozumienie pojęć takich jak ankieta czy badanie:

Moderator: Proszę Państwa, kto z Państwa ma jeszcze jakieś doświadczenia? Może komuś z Państwa proponowano kiedyś udział w takiej ankiecie? Może ktoś z Państwa brał udział w takich badaniach?

3T: To znaczy moja żona brała. Z tej telekomunikacji, dzwonili z TELE24, że będzie tańszy rachunek, że tego. I żona podpisała, bo tam był ... małym druczkiem. Czy wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych. I ona podpisała. Nie czytała bo ... nabijają człowieka w butelkę, no Przyjdzie taki młody, mówi „proszę to przeczytać” a żona nie przeczytała całej tej umowy, a za dwa tygodnie przychodzi umowa z wydawnictwa, książki Reader's Digests ...czy coś takiego, że

9 zł książka, jak zapłaci za 9 to ma darmo, gratis i później przyszło jej rachunek, że 30 zł musi zapłacić za tę książkę i podpisała umowę. I 30 zł musiała zapłacić, a książka 9 zł. [...] A jeszcze przypomniało mi się ... kiedyś żona otwiera drzwi i przychodzi taki młody chłopak wysoki. Niech Pani powie jakąś liczbę do 10. Żona mówi 5. No to 5, to Pani wygrała pastę do zębów, a jak Pani weźmie jedną pastę, to drugą gratis.

Okazuje się, że nawet posiadanie doświadczenia respondenckiego nie musi wiązać się z nabyciem umiejętności dokonywania dystynkcji między składanymi propozycjami. Jest bowiem warte podkreślenia, że w tej grupie jest stosunkowo najwięcej osób, które uczestniczyły w badaniach sondażowych. Zgodnie relacjami, brali udział w badaniach nad słuchalnością radia prowadzonych metodą dzienniczkową oraz badaniach najprawdopodobniej konsumenckich realizowanych za pomocą techniki ankiety pocztowej oraz wywiadu telefonicznego. Warto zwrócić uwagę na obecny w tle motyw gratyfikacji:

1K: *Ale wie Pani, jak przyszedł ten ankieter to on przyszedł do domu z propozycją, przedstawił się, dał ankietę, wypisał dane wszystkie i trzeba było wtedy tego polskiego radia, jedyński, słuchać, zaznaczać godziny, wieczorne czy ranne. Po tygodniu chyba przyszedł po tą ankietę. Kalkulator wręczył w zamian za to.*

2M: *Bo jeszcze są takie ankietę, ja nie wiem czy do wszystkich przysyłają. Raz na rok chyba przysyłają taką ankietę pocztą. I w tych ankietach jest też imię i nazwisko, wykształcenie, w jakich sklepach robimy zakupy, jakie proszki, czy pali się papierosy, czy samochód jest, takie różne właśnie rzeczy... i to ... Tam można było coś wygrać, pamiętam...*

Moderator: *A czy Państwo odpisywaliście na ... ?*

2K: *Nie.*

2M: *Ja tak.*

2K: *A tak. Tak. Tak. Wysyłało się. Zwrotna koperta.*

Kończąc wątek doświadczeń respondenckich i kontaktów z ankietarami, trzeba uzupełnić, iż rozmowy na temat odmowy udziału w badaniu akademickim nie wnoszą istotnych informacji – badani usprawiedliwiają się powodami sytuacyjnymi.

Z cech, które określają obywatelski profil tej grupy badanych trzeba wymienić negatywizm w ocenie władz i polityków. Pojawia się on przede wszystkim na tle niezadowolenia ze własnej sytuacji życiowej oraz rozczarowania, że kolejne rządy nie przyczyniły się do poprawy ich warunków bytowych. Negatywizm rodzi się także w oparciu o obserwację sceny politycznej, zjawisk na niej występujących. Taki rodzaj na-

stawienia występuje także u odmawiających, których nazwałam dalekimi peryferiami kulturowymi. Dychotomia w postrzeganiu rzeczywistości politycznej jest wyraźna – w oczach badanych świat dzieli się na pokrzywdzony naród i polityków-oszustów: *I teraz Ci w rządzie to samo. Po co bluzgać jeden na drugiego kiedy on jest nie lepszy. I będzie to samo robił. To dalbym sobie rękę ściąć. Będzie to samo robił, on nie będzie lepszy, bo on będzie dotąd dopóki nie nabije sobie kabzy gdzieś zagraniczne konta, i powie potem: co mnie tam, niech się martwią* (2R); *Bo ludzie raz zaufali Wałęsie, myśleli, że Wałęsa, „Solidarność” i co? Postawili Polskę na nogi?* (3T); *Ja do polityków nie mam zaufania zupełnie, bo ... jedni odeszli, drudzy przyszli i kradną a naród cierpi* (3B); *No! Tak samo jak ten Pęczak teraz siedzi na Smutnej i pensja mu leci! 11 tysięcy diety ma. A jak ja stracę pracę to nikt mi nie pomoże* (3T). *Który polityk nie jest bogaty? Weźmy nawet Kropiwnickiego. CPN. Weźmy Bank Narodowy. Tak samo* (3B). W odpowiedzi na sytuację w kraju oraz w wyniku poczucia deprywacji pojawia się frustracja. Zdarza się, że wiąże się ona z rewolucyjnym nastrojem: – *Powinno się w ogóle wyjść na ulice i krzyczeć!* (3T).

W toku dyskusji, po naprowadzeniu badanych na wątek badań *polingowych*, uczestnicy odkrywają sondaż jako środek komunikacji pionowej, a dokładniej jako narzędzie do wymuszania na władzach reaktywności. Oczekiwania są *stricte* pragmatyczne – sondaż ma pomóc w poprawie sytuacji: *Żeby to jakoś pomogło!* (3T); *Żeby napiętnować!* (2R). Postawa ma charakter roszczeniowy i dość radykalny, postulaty są niejednokrotnie pozbawione realnych odniesień. Uwidacznia to szczególnie drugi z przykładów. Jak piszą J. Horton i W. Thompson, powołując się także na R. Bendiksa, osoby o niskim statusie socjoekonomicznym, będą ciężać ku tym postulatом, które głoszą nowy ład społeczny, gwarantujący natychmiastową i radykalną zmianę położenia dla grup znajdujących się w stanie deprywacji¹⁴.

Moderator: *A takie na przykład polityczne, czy mamy zaufanie do polityków, czy pójdziemy do wyborów?*

2K: *Zaufanie już teraz co się dzieje. To żadnego zaufania już nie mam.*

Moderator: *Ale czy powinniśmy być o to pytani?*

¹⁴ Por. J.E. Horton, W.E. Thompson, *Powerlessness and political negativism: a study of defeated local referendums*, „The American Journal of Sociology”, vol. LXVII, no. 5, 1962, s. 486–487; także S.M. Lipset, op. cit., s. 105.

2K: Powinniśmy.

2R: Powinniśmy. Właśnie tak.

2K: Bo to jest przecież... o nas chodzi też

2R: Powinniśmy

2K: Bo przecież to od nich zależy jak będziemy żyć. No, żeby polepszyć te warunki bytowe nasze.

*

2M: Po co takie rzeczy pytać? Jest taka bieda teraz i bezrobocie. Lepiej spytać tych ludzi co by każdy zrobił, żeby to jakoś

2K: Polepszyć.

2M: Ulepszyć. Polepszyć. Żeby ci ludzie mogli tą pracę znaleźć. Czy jakieś wykształcenie. Żeby ktoś się nauczył czy coś. Jak rząd nie może samemu dać rady...

2K: Tak, tak

2M: to może jakiś ... naród, jakieś wyjście z tego znajdzie. A nie no pytać o wiek, o wykształcenie, o to czy pani pracuje czy pani nie pracuje ...

2K: Dać jakąś radę na to...

2M: A co to kogo obchodzi?

2K: Jak matka nie może sobie poradzić z dziećmi...

2M: Ano właśnie!

2K: z takimi o ... w wieku szkolnym, bo naprawdę jest teraz bardzo dużo takich spraw ... nie może sobie poradzić....

Najważniejszą obserwacją u badanych zakwalifikowanych do tej kategorii jest zastosowanie charakterystycznej argumentacji do wyjaśnienia powodów, dla których ludzie nie uczestniczą w badaniach opinii publicznej, a także nie są zainteresowani ich wynikami. Argumentacja ta skupia w sobie zjawiska, które zgodnie z wynikami wielu empirycznych badań objaśniają absencję wyborczą. Pojawiają się, po pierwsze, resentymenty za byłym ustrojem.

Moderator: mhm... A Panowie, co myślicie na ten temat? Czy ludzie, zwykli ludzie są zainteresowani wynikami tych badań związanych ze sprawami politycznymi, publicznymi? Czy ludzie chcą to czytać?

4R: Dziś to można powiedzieć, ludzie zostali oszukani i to wszystko zaczyna podupadać ... Z kim się rozmawia, to każdy powiada, że kiedyś było dużo lepiej ... i to jest taka odpowiedź.

Po drugie, nieuczestniczenie tłumaczy się bezsilnością, brakiem poczucia wpływu na rządzących. Druga cytowana wypowiedź wskazuje, że mechanizm, który prowadzi do absencji wyborczej, występuje rów-

nież przy „absencji sondażowej”: *Czy my będziemy głosować na tego to nic nie pomoże czy on będzie ładny czy nic. Co oni mają zrobić, to se zrobią ... (3T); Ale proszę Pani, proszę Państwa, ale co to teraz faktycznie w polityce teraz da czy my się wypowiemy czy my się nie wypowiemy? Co oni chcą, to robią ... i koniec. I my na ten temat nie mamy nic do powiedzenia, no! (4R)*

Po trzecie, brak zainteresowania dla spraw publicznych tłumaczony jest biedą i skierowaniem uwagi na zaspokojenie podstawowych potrzeb umożliwiających przetrwanie. Jak pisze A. Miszalska: *Ubóstwo sprawia, że cała uwaga i energia życiowa koncentruje się na kwestiach doraźnych, na zdobywaniu elementarnych środków egzystencji, co redukuje aktywność w innych sferach życia i osłabia zainteresowanie sprawami w wymiarze ogólnym*¹⁵. Mechanizm ten ilustrują wypowiedzi w poniższych dwóch fragmentach:

Moderator: *A czy ludzie, społeczeństwo, zwykli ludzie są zainteresowani wynikami badań, jeżeli publikuje się je gdzieś? Jak Państwo uważacie?*

3T: *Nie, teraz jest za duże bezrobocie. I każdy jest zakryty w sobie. Powiedzmy... nikt nie chce mówić na to głośno. Każdy ma cztery kąty, siedzi w domu i każdy się boi żeby pracę miał, a nie tam kto będą winni, pani czy nie pani... [...] Będzie myślał o czymś innym, żeby coś zjeść, iść do pracy*

*

Moderator: *Bo jak to jest w sumie? Powinniśmy brać udział w tych badaniach...?*

2K: *Powinniśmy!*

Moderator: *Powinniśmy być pytani, a..*

2K: *Powinniśmy, bo to jest nasza sprawa.*

Moderator: *A, a w sumie dlaczego nie*

2K: *Powinniśmy. Ale są takie czasy a nie inne. Ciężkie czasy. Ludzie nie mają po prostu...*

2M: *Mają tego wszystkiego dosyć.*

2K: *Tak. Mają tego wszystkiego dosyć. Tak, bo dzisiaj jest takie życie, że gonitwa za pieniądzem i za pracą. Żeby te dzieci miały co jeść, o!*

Podobną argumentację, wskazującą na zarzucenie aktywności obywatelskiej, można odnaleźć wśród relacji ankietowanych: „Nie mam czasu

¹⁵ A. Miszalska, *Reakcje na ...* op. cit., s. 187.

na takie pierdoły, nie zwracajcie mi głowy pierdołami, to strata czasu”. Bardzo się zdenerwowała gdy wspomniałam o wyborach, powiedziała „Już nigdy nie pójdę”. Przy ponownej wizycie: R szybko i zdecydowanie odmówiła wypełniania czegokolwiek, żadne argumenty do niej nie docierały, była stanowcza. „Proszę Panią, ja niczego nie wypełnię, mnie nic nie interesuje, nie obchodzi mnie co się w tym kraju dzieje, ja chcę sobie tylko spokojnie żyć, to i tak niczego nie zmieni”. Pani nie czytała listu, oddała z całą kopertą nie otwierając jej (na kopercie pieczętka UŁ) /82/; Ja tam się nie interesuję życiem publicznym. Mam negatywny stosunek do publicznych spraw /352/. Oto podobny przykład, który zwraca uwagę bezpośrednim odwołaniem do wymiany między jednostką i społeczeństwem: Otworzyła mi osoba, która stwierdziła, że nie będzie opowiadać o stosunku do żadnych instytucji, ani o zaufaniu. „Ja za 36 lat pracy mam teraz 500 zł – co to jest?! Gówno. Nikt mi nie pomaga, to ja też tym chomom nie pomogę.” Rozmówczyni tak się uniosła, że w końcu trzasnęła drzwiami nie pozwalając mi na przybliżenie charakteru badania (zdążyłam powiedzieć, że jestem studentką UŁ).

Inną zaobserwowaną cechą tego typu odmawiających jest uciekanie się do myślenia spiskowego, co może wynikać z podatności osób o niskim statusie na taką retorykę i sposób widzenia świata¹⁶, ale także z przeniesienia na nową rzeczywistość wzorów zaobserwowanych w okresie PRL-u. Według badanych, mechanizmy manipulacji są obecne w świecie polityki: *I przy wyborach, chyba, nie? Ten co z sensem mówi zazwyczaj się nie dostaje, nie? (2M)*. Charakteryzują też działalność badawczą: *– Tylko żeby ta ankieta właściwie dotarła do .. taką ankietę, powiedzmy, coś jest takiego, co naprawdę mogło zaszkodzić. [...] To taka ankieta zostaje zniszczona i podarta. I nie ma wyniku z tego. A taka która tym osobom będzie odpowiadała, co im będzie ... naprawdę ... leżała na tym, no to przejdzie. Ale taka, która będzie powiedzmy napiętnowała to czy tamto to, no to eee.... no to nie, to nie będzie dobre. To trzeba wydrzeć, podrzeć i wyrzucić do kosza. Są takie przypadki ...(2R)*.

Trzeba dodać, że zastosowanie techniki projekcyjnej, wymagającej przypisania cech związanych z aktywnością obywatelską do postaci typowego odmawiającego i uczestnika sondażu, przyniosło materiał poznawczo mało wartościowy. Po pierwsze, z treści wypowiedzi nie wyłaniają się spójne portrety – być może pod wpływem czynności ba-

¹⁶ J.E. Horton, W.E. Thompson, op. cit., s. 487.

dawczych zaistniała potrzeba reorientacji badanych i prezentacji siebie w charakterze kooperujących. Po drugie, portrety te były przede wszystkim budowane na płytkich wymiarach (*sympatyczny, zadowolony*), a charakterystyki podsuwane przez badacza były rzadko odbierane jako użyteczne.

Niechęć do udostępniania informacji umożliwiających identyfikację oraz danych metryczkowych występuje u badanych z różnym nasileniem. Część badanych jest bardziej uwrażliwiona na problem: - *Ale jeżeli jest numer mieszkania to już wszystko wiedzą [...] Ale jak już poczta, to już dane osobowe!* (3T) i uzasadnia to w ten sposób: - *Jest tak, że z Uniwersytetu on ma płacone za każdą umowę. Pani podpisze wszystko, że wykształcenie takie, status taki, a on to do śmieci wyrzuci ... i ktoś może przechodzić i to przeczyta ... i tam będzie adres zamieszkania, co Pani ma...dochód i wszystko i mogą okraść ... mieszkanie ...* (3T). Widać, że problem jest newralgiczny i może wywoływać silne emocje negatywne: - *Bo cóż to proszę Panią taki ...przyjdzie i przypuścmy zapyta mnie o wykształcenie, nazwisko... ja już kilkakrotnie powiedziałem – a co to Pana obchodzi?! Czy Pan po to tylko przyszedł? To proszę iść do urzędu stanu!* (4R).

U pozostałych osób podejście jest bardziej ambiwalentne. Przyzwolenie na zadawanie pytań dotyczących personaliów pojawia się wtedy, gdy osoba może się pokazać jako zmarginalizowana ofiara systemu. Istotą tej ambiwalencji, która następuje w wyniku zmiany kontekstu pokazuje poniższy fragment:

2K: *Bo co to komu, kogo obchodzi jak ja żyję, w co ja się ubieram, co jem, prawda?*

2R: *Wnikanie w prywatne życie.*

2K: *Niech się najpierw spytają ile, czy tych pieniędzy mi starczy, ile mam emerytury, przepracowałam tyle lat, a takie grosze dostałam. I straciłam właściwie zdrowie, bo ja na przykład pracowałam jako siostra PCK.*

Moderator: *mhm, czyli, znaczy, Pani [imię], to znaczy, że o pewne rzeczy nie powinniśmy być pytani...*

2K: *Mi się wydaje, że nie.*

Moderator: *O jakie rzeczy?*

2K: *Osobiste.*

Moderator: *Osobiste.*

2K: *Osobiste. Bo co to komu, czy ja i z mężem żyję, ile wydaję na życie, wydaję na to, ja sobie mogę nie zjeść a kupię sobie na przykład bluzkę prawda czy, czy buty.*

Moderator: *Co Państwa uważacie na temat czy powinniśmy być pytani o takie rzeczy osobiste?*

2M: *Osobiste to raczej nie, no. Mi się wydaje, że takie ogólne.*

2K: *Ogólne. Tak. Ogólne. Jak człowiek żyje za te parę złotych? Jak może żyć? [...]*

Okazuje się także, że cel zbierania danych metryczkowych jest badanym nieznanym, a część z nich nie tyle upatruje w podawaniu tych informacji jakiegoś zagrożenia, ile traktuje żądanie ich udostępnienia jako działanie bezcelowe, pozbawione sensu, niczemu nie służące. Jak wskazują poniższe wypowiedzi, typowi zredukowanej egzystencji społecznej nie musi przeszkadzać obrót danymi dokonywany w celach komercyjnych. Trzeba pamiętać, że część z tych osób brała udział w badaniach konsumenckich, oczekując przy tym na jakąś formę gratyfikacji.

2M: *Na pewno o te rzeczy szczegółowe, takie dotyczące rodziny, osobiste, to mi się wydaje, że to nikomu do niczego nie jest potrzebne.*

Moderator: *Bo proszę Państwa, te na przykład informacje właśnie o tym naszym wieku, wykształceniu, czy mamy dzieci, czy mamy, jakie mamy mieszkanie to, to, te informacje komu służą?*

2M: *No właśnie chyba nikomu.*

2K: *No właśnie nie wiem do czego to jest potrzebne.*

2M: *No rozumiem. Żeby tak imię i nazwisko, adres, no bo jak coś to*

2R: *Tak właśnie*

2M: *przysyłają. Ale po co takie rzeczy?*

2K: *No właśnie.*

2M: *To do niczego się nie przydają.*

2K: *Ile razy za mąż wyszłam, ile dzieci, czy miałam jakieś ..., no, no w ogóle takie, takie faktycznie bardzo ...*

2M: *Rozumiem do statystyki, no to tak. No to takie rzeczy są potrzebne. Jeżeli jest ankieta do statystyki no to rozumiem, no bo to rzeczy osobiste.*

2K: *Tak*

2M: *Ale do takiej ogólnej to mi się wydaje, że to jest bez sensu.*

Inną ważną cechą wypowiedzi badanych jest zupełny brak wątku działalności naukowej – nawiązania do jej najbardziej ogólnej idei czy celów. W tym kontekście ciekawy jest przykład, który pokazuje podejście do uniwersytetu i jego inicjatywy, charakteryzujące mieszkańców

domu, w tym studenta: – *Wnuczek przyszedł do mnie i zobaczył właśnie, ten list co dostaliśmy pierwszy i mówi: Dziadek! Kto to ci to przysłał?! No ja mówię: no widzisz przecież! Na to on: to przecież to jest moja buda! Po co oni chcą żebyś tam chodził?! No wnuczek mówi: po co ty to odebrałeś?! Ja mówię: przecież to nie jest polecony. Spójrz co to jest! To jest normalna przesyłka. Ja otworzyłem i to leży na stole. Zaczął się śmiać, mówi: nikogo nie wpuszczaj, nigdzie nie chodź, i już!* (4R).

W końcu, odwołując się do materiału stworzonego przez ankierów trudno też nie wspomnieć o przejawach agresji, zachowaniach dalece niekulturalnych i wulgarnym słownictwie. Opatrywanie tych zapisów uwagami o niskich kompetencjach intelektualnych rozmówców, nasuwa przypuszczenie, że przypadki te należą do typu odmawiającego, który tutaj jest przedmiotem analizy, ze wskazaniem, że najprawdopodobniej chodzi o odmawiającego pochodzącego z najdalej wysuniętych peryferii, na granicy z patologią lub chorobą: – *R. była niezdecydowana, jednak za jej plecami stał jakiś mężczyzna, podejrzewam, że mąż. Powiedział: „zamknij mu drzwi”. Zamknięto drzwi w połowie zdania. Osoba, która odmówiła wyglądała na zaskarżoną, prawie nic nie mówiła. Mąż był zwykłym gburem. Podejrzewam, że nie był zbyt dobrze wykształcony, posługiwał się równoważnikami zdań, był niekulturalny.* /170/; – *A co to za badanie? Ja nie mam czasu i mi się nie chce. Druga wizyta: Próba nawiązania kontaktu spotkała się z dużą agresją. Rozmawiałem z mężczyznami, przypuszczalnie ojcem i synem. Agresywnym tonem odmówiono. Po ponownej próbie kontaktu, osoby przeszły na balkon i jeszcze bardziej agresywnie odpowiadały /1320/; – „Czego?! Nic mnie to nie obchodzi!” Gdy schodziłam po schodach dobiegły mnie wrzaski i szybkie tupanie w ślad za mną. Ta sama Pani krzyczała: „Już ja wiem o co chodzi!”. Bycie ankierem to sport ekstremalny. Ewentualnym śmiałkom nie polecam tego adresu. Druga wizyta: Od razu pamiętała o co chodzi, nawet się z tamtej sytuacji tłumaczyła: „tamta pani nic nie wytłumaczyła tylko ple, ple, ple.”. Potem zaczęła mówić, że za Stalina było lepiej. Strasznie zakręcona kobieta. Musiałem najpierw słuchać, że my młodzi musimy się wziąć za Polskę, że „rolnik powinien uprawiać ziemię”, a nie handlować. Opowieści jak było za Hitlera i że „żółtki nas zaleją”. Nie wzięła pieniędzy za ankietę, bo „nie będzie nic podpisywać bo ją wezmą do mamra”. Strasznie nieufna /552/.*

W podsumowaniu można odwołać się do H. Hymana i P. Shatsley’a, którzy określają jednostki rekrutujące się głównie z niższych grup społeczno-ekonomicznych mianem *chronicznie nic nie wiedzących*, do

których *trudniej dotrzeć niezależnie od poziomu czy rodzaju informacji*¹⁷. Jest to grupa, która zwraca uwagę zupełnym brakiem odwołań do wartości związanych z nauką. Antyintelektualizm, w połączeniu z brakiem wyrobienia, ubóstwem, a także kulturowym odizolowaniem, frustracją i nierzadko agresją, wydają się stanowić „mieszankę”, która prowadzi do patu negocyjacyjnego w kontakcie z ankieterem. Ostatecznie, odrzucenie sondażu wydaje się być konsekwencją działania tego samego mechanizmu, który prowadzi do odrzucenia wszelkich form aktywności obywatelskiej, w tym partycypacji wyborczej.

7.6. „Obawiająca się przestępczości”

Jak wskazuje nazwa, typ ten występuje wśród kobiet, a dotyczy przede wszystkim tych w starszym wieku, samotnie mieszkających.

O jego występowaniu świadczą wyraźnie materiały zgromadzone przez ankieterów. Oto ich przykłady (z notatek ankieterów CBOS): *Mieszka tu starsza samotna kobieta, która boi się otwierać komukolwiek. Informacji udzieliła sąsiadka; Starsza pani rozmawiała ze mną przez zamknięte drzwi. Mówi, że rodzina nie pozwala jej nikomu otwierać; Starsza kobieta wyglądała na bardzo wystraszoną.*

Naturalnie, takich przypadków, pokazujących bardzo duże zaleźnienie i niemal całkowite wyizolowanie od świata zewnętrznego, materiały fokusowe nie mogły ujawnić. Do powyższych opisów stosunkowo najbardziej pasuje przypadek 1G (75 lat, wykształcenie podstawowe). Na udział w wywiadzie nie chciała się zgodzić, ponieważ *nie otrzymała listu*, do udziału w FGI namówiła ją wnuczka: *I wnusia mnie tak namówiła „Babcia, idź! Babcia idź! Ty tak mało wychodzisz! Idź pomiędzy ludźmi sobie posiedzisz trochę.”*

Widać, że 1G bardzo przeżywa relacje innych uczestników na temat kontaktów z osobami obcymi – często wykrzykuje *Ach!* i dopowiada: *Nie wolno wpuszczać!; Teraz to nikogo nie wpuszczam; Walnie człowieka w głowę i...; Ma rację, że nie wpuszcza! Ma rację!* Oto fragment sesji z przedstawioną przez nią historią:

1G: *Do mnie to w ubiegłym roku przysły dwie takie... Podały się za studentki, z takimi dwoma pudłami, ja ich sama wpuściłam. Moja są-*

¹⁷ H. Hyman, P.B. Sheatsley, *Some reasons why information campaign fail*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 11, 1947, s. 413.

siadka wyszła „Sąsiadko nie wpuszczaj!” [uderza ręką o poręcz krzesła] Tak na mnie krzyczała, Boże Świąty, a ja taka głupia wpuściłam je do domu i wchodzi do pokoju. Powyjmowane mają różne rzeczy, wszystko to dla mnie, wszystko mi dają... tak! Ale [śmiech] potem jak już wszystko się okazało, tego, to żebym im wpłaciła trzysta, trzysta z czymś złotych. Ja mówię „kobiety drogie! Ja nawet złotych nie mam”. No nie mam, no co tam im będę gadać, mam małą rentę to i jak renta przyjdzie to człowiek pozapłaca świadczenia, to wszystko i nie ma za co. Ja mówię „nie mam pieniędzy przy sobie”. Ja zaczęłam głos podnosić, bo oni zaczęli do mnie ... nerwami już. I ja zaczęłam krzyczeć i sąsiad wpadł i wygonił ich na ! Chcieli mnie oszukać, myśleli, że ja im dam pieniądze, zabrali ... Ale co tam, ja już nie pamiętam, co oni mi tam nawyciągali, cały tapczan zastawili.

IB: Nie, oni chcieli uwagę Pani odwrócić.

IG: Tak!

IB: Że może Pani pójdzie gdzieś do szafy, czy gdzieś, że to rzekomo po pieniądze, no bo wiadomo, że przy sobie ich się nie ma, a oni by może wtedy... zaczęliby obrabiać.

IG: Ja zaczęłam krzyczeć to sąsiad jak wpadł, to oni szybko to pozabierali i poszli [śmiech]. Ale córka jak tylko z pracy wróciła to mówi „Mamo! Wpuściłaś dwie studentki! Nie wiadomo czy to były studentki” – mówi.

Powyższy fragment świadczy, po pierwsze, o istnieniu środowisk sąsiedzkich wyczułonych na wizyty obcych osób. Tym nieznanym osobom przypisuje się złe intencje, postrzegając ich jako agresorów zagrażających życiu i mieniu. Takiemu widzeniu sprzyja najprawdopodobniej poczucie bezbronności fizycznej. Z drugiej strony, relacja świadczy o słabym rozeznaniu, podatności na sugestie, ograniczonej umiejętności rozumienia podobnych sytuacji, które wspólnie prowadzą do wystawiania się na ryzyko stania się ofiarą przestępstw i nieuczciwych praktyk.

Symptomatyczne jest także, że ten typ argumentacji najchętniej wykorzystywały kobiety z niskim wykształceniem (podstawowe i zasadnicze zawodowe), których wiedza o sondażach i zainteresowanie tematyką spotkania były relatywnie niewielkie. Swoje wypowiedzi na temat sondaży złożonej im propozycji uczestnictwa w badaniu kierunkowały na opis, naznaczonych ryzykiem oszustwa i kradzieży, najrozmaitszych typów kontaktów z osobami obcymi: – *Ja uważam a propos tych ankiet... chyba ktoś tam może u mnie był, ja nie pamiętam już, bo ja jestem*

taka zabiegana, bo ja ... być może, że może nie wpuściłam osobę, ale ... musi przede wszystkim przedstawić się, bo są naciągacze też. Do mojej mamy, ma 87 lat, przyszedł człowiek, też przedstawił się i ... wyrwał chciał chyba ... przestraszył się i tylko urwał słuchawkę od aparatu telefonicznego i to jest śmieszne że, wyrwał słuchawkę od aparatu telefonicznego ale dlaczego? Żeby nie dzwoniła? Spłoszył się i poszedł. Ale taka starsza osoba to wie Pani jak to jest. Są bardzo ciężkie czasy, że strach wpuszczać kogoś do domu. Do sąsiadki, też opowiadała mi, weszły kobitki, przedstawiły się, że przyszły z przychodni, że na rehabilitację i pcha się jedna do pokoju, ale kobitka starsza ma dziewięćdziesiąt parę lat i nie wpuściła po prostu, mówi: bo tu łaskę wezmę i pogonię was. I opędziła się po prostu. [...] Zresztą mnie też nabrali w pracy. Przyniosła mi kobita buty i mówi „pani weźmie buty, bo kolega zamówił”. A ja mówię najpierw: „A jaki kolega?” „Ten Pan co tutaj pracuje” ... I „prędziutko, prędziutko, ja czasu nie mam, ja sklep zamknęłam” i ja jej zapłaciłam za te buty! Kolega przyszedł, pyta się tak „Pani [imię] a po co mi te buty? Ja u nikogo nie zamawiałem.” I zapłaciłam za buty chłopca! [uderza ręką w stół] (1K). W podobnym duchu, szczegółowo opisywane są doświadczenia z osobami chodzącymi po domach i prowadzącymi działalność akwizycyjną, charytatywną. Zwraca przy tym uwagę słaba umiejętność odróżnienia działalności sondażowej od niesondażowej.

Niezależnie od intensywności niepokojów odczuwanych na tle problemu przestępczości, niezgodność między treścią głoszonych postulatów (*Nie wolno wpuszczać!*), a zachowaniem (wpuszczaniem obcych do domu), nasuwa myśl, że podpieranie się argumentacją lęku jest formą racjonalizacji swojego zachowania za pomocą wygodnego, „niepodważalnego” uzasadnienia. Idąc krok dalej, nie można wykluczyć, że takie zachowanie oraz wygłaszanie odnoszących się do współczesności, utartych fraz typu: – *Mamy teraz takie paskudne czasy, że nie można ludziom ufać* (1K), wobec braku wiedzy i zainteresowania tematem sondaży, jest po prostu pomysłem na prezentację siebie pozwalającą na pełnoprawne zaistnienie w grupie.

W grupie tej obserwuje się także niewielkie zainteresowanie polityką. Ogranicza się ono przede wszystkim do uwypuklania różnicy między sytuacją materialną emerytów oraz rządzących, którzy nad interesy osób starszych i nieczynnych zawodowo przedkładają własne korzyści: – *Ja zazdroszczę Oleksemu, jak ja się wczoraj dowiedziałam, że on ma*

12 tysięcy pensji ... A my biedni renciści, mój Boże, jak my mało mamy... (1G). Na tym tle rodzi się negatywizm w ocenie władz:

1K: *Ja to na przykład nie daję się wdawać w politykę, bo przed wyborami to obiecują... złote góry.*

1G: *Prawda?*

1B: *Obiecanki cacanki.*

1K: *I każdy jeden obiecuje wszystko właśnie ewentualnie co by z tych ankiet usłyszał a później wszystko... nic! Nic nie jest zrobione!*

Wyobrażając sobie osobę chętną do uczestnictwa w badaniu sondażowym (do której zwróciłyby się z prośbą o wywiad) często akcentują cechy sprzyjające aktywności obywatelskiej (pominięto pytania moderatora): *Wykształcona, majątna, na pewno ma rodzinę, interesuje się polityką, będzie raczej przeciwna temu co się teraz dzieje w Polsce, chodzi na wybory /1G/; Młoda osoba, inteligenta, do wyborów pójdzie, nie interesuje się jeszcze polityką, bo jest młoda /1B/. Z kolei „odmawiacz” to: Taki, taki jakiś jest ... niedostępny do siebie, niewygotowany. Dobrze mu się żyje, jest wykształcony, interesuje go zysk, ma własną działalność ... jakieś babskie rzeczy /1G/; Bałabym się do niego dojść, z jego oczu zarozumiałstwo emanuje, nie wiem czy by mnie nie szurnął /1B/; Zarozumiała, ona już wszystko wie i już nie trzeba jej o nic pytać i ona jest najmądrzejsza /1K/.*

Materiały z fokusów (a także kart realizacji badania) sugerowałyby, że osoby koncentrujące swoje wypowiedzi na argumentach lęku przed przestępczością to ulokowana w jednym miejscu struktury społecznej grupa, dla której obawa zostania ofiarą oszustwa czy przestępstwa nie jest jedyną „przeszkodą” na drodze do kooperacji. Argument nieufności w stosunku do obcych, używany jako myśl przewodnia wystąpienia, przykrywa bardzo słabe zorientowanie w temacie badań sondażowych i ogólnie nikłe zainteresowanie sprawami świata na zewnątrz. Tej izolacji i skupieniu uwagi na sobie wydaje się sprzyjać starszy wiek wraz z niskim poziomem wykształcenia.

* * *

Podsumowując, typ „zredukowanej egzystencji społecznej” i „obrońcy podmiotowości i prywatności” to dwa skrajne typy, lokujące się na przeciwległych krańcach większości wymiarów, na jakich oparta jest typologia. To jednocześnie polski wariant teorii „dwóch skrajnych skrzydeł”, która wywodząc się od J. Galtunga, zyskała akceptację J. Goydera badającego zjawisko odmów.

Kategorie pośrednie stanowią trzy pozostałe typy. Jeśli chodzi o status socjoekonomiczny i portret obywatelski ciążą w kierunku typu „zredukowanej egzystencji społecznej”. Poza typem „obawiających się przestępczości”, ich wiedza, wyobrażenia i zainteresowania na temat badań ankietowych są w większym stopniu rozwinięte od „zredukowanej egzystencji” – „często indagowanego” i „poszkodowanego” odróżnia refleksyjne podejście do problemu sondaży. Z drugiej strony, to podejście jest zawsze odbiciem struktury – projektem mieszczącym się w ogólniejszej wizji świata adekwatnej do pozycji społecznej. Zaprezentowany materiał pozwolił przyrzeć się, w jaki sposób treści zawierające komunikaty o sondażach są filtrowane i interpretowane. Pokazał tym samym pewną oczywistość, która jednak rzadko była badana – wpływ statusu socjoekonomicznego jednostek na przebieg procesu akulturacji.

Problem konfidențialności danych jest wrażliwym punktem wszystkich kategorii odmawiających, choć z różnym natężeniem. Cechą wspólną jest to, że sondaż kojarzą z żądaniem podania danych faktycznych na swój temat i jest to skojarzenie negatywne. Stosunkowo najslabiej, z racji ambiwalentności podejścia, obawy występują u osób zakwalifikowanych do kategorii „zredukowanej egzystencji społecznej” i „obawiających się przestępczości”. Niepokoje rozwinięte w najwyższym stopniu deklarują „poszkodowani”. Wydaje się, że wrażliwość na problem jest przede wszystkim konsekwencją nieznaności celu, w jakim te informacje są zbierane w badaniach sondażowych oraz oddziaływania regulacji prawnych, przede wszystkim Ustawy o Ochronie Danych Osobowych, która „uważała” problem informacji dotyczących własnej osoby i podniosła świadomość, że są one cennym towarem, a ich ujawnienie wiąże się z jakimś zagrożeniem. Symptomatyczne jest, że zagrożenie to rzadko kiedy bywa precyzowane. W przypadku „poszkodowanego” niebezpieczeństwo polega przede wszystkim na stanie się przedmiotem oddziaływania perswazyjnego, mającego skłaniać do kupna towarów czy usług. U „zredukowanej egzystencji” sprowadza się głównie do grabieży mieszkania. W ustach osób o skrajnie niskim uposażeniu, argument ten nie znajduje większego uzasadnienia.

Podczas kiedy problem konfidențialności jest ważny dla każdej kategorii odmawiających, argument prawa do prywatności, odwołanie do pryncypialnych zasad towarzyszących indywidualistycznej, liberalnej orientacji, takich jak *wolność od*, poszanowanie godności i intymności jest udziałem głównie jednej grupy – „obrońców prywatności i podmiotowości”, którzy eksponują prawo do odmowy jako „święte” i każ-

demu przysługujące. Jednocześnie tylko w tej grupie badanych zaobserwowano przyjęcie w stosunku do badaczy postawy kompetentnego i gotowego do polemiki krytyka, który jest wrażliwy na wszelkie formy przedmiotowego i nierównorzędnego traktowania.

Podobnie, poparcie dla działań nauki oraz największy potencjał obywatelski charakteryzuje „obrońców”. Choć odwołują się oni do wartości własnego interesu, jest to tylko jedna strona medalu – „obrońca” nie jest „egoistycznym” obywatelem – zarówno wartości indywidualistyczne jak i społeczne są u niego bardzo silnie rozwinięte, w stopniu jaki nie występuje wśród innych typów. U pozostałych odmawiających rola obywatela jest słabo wykształcona i nie jest to efekt przejściowego odwrócenia się od państwa i polityki.

Dokonując pewnego uproszczenia w odniesieniu do wyników dotyczących stosunku do sondaży, trzeba powiedzieć, że jest on zdecydowanie negatywny w odniesieniu do „poszkodowanego” i „często indagowanego”. Ta grupa osób deklaruje też konsekwentne odmawianie uczestnictwa w badaniach. Z racji zupełnego braku zainteresowania i wiedzy, jako obojętny można określić stosunek, które posiadają do badań „obawiające się przestępczości”. Jeśli chodzi o przedstawicieli typu „zredukowanej egzystencji społecznej”, to jakkolwiek w toku badania fokusowego wskazali kilka charakterystyk sondażu, które były przez nich pozytywnie interpretowane, to jednak trudno w ich wypadku mówić o wykształconej postawie. To oznacza, że zmienna informująca o stosunku do badań jest nieprzydatna zarówno do objaśnienia zachowań odmownych występujących u „zredukowanej egzystencji” jak i „obawiających się przestępczości” – bardziej istotne z tego punktu widzenia są charakterystyki socjopsychologiczne tych typów. Oparty na największym zasobie informacji jest stosunek, jaki do badań ankietowych przejawiają „obrońcy prywatności i podmiotowości” – sympatyzowanie z ideą badań i pozytywne do nich nastawienie zmniejszają w ich oczach te cechy sondażu, które wiążą się z naruszaniem prywatności.

Wobec stosunkowo niewielkiej efektywności zabiegów mających na celu pozyskanie rozmówców do FGI, zasadne pozostaje pytanie o zakres wniosków z tego badania. Należy tu wskazać, że swojej reprezentacji w materiałach FGI nie znaleźli ci odmawiający, którzy opisywani są przez ankietatorów jako osoby zachowujące się ordynarnie oraz te, które odmawiają, w rozumieniu Maynard i Schaeffer, w sposób *nieuprzejmy*. Trudno jednoznacznie ocenić stratę informacyjną wynikającą

z braku tej grupy osób, niemniej istnieją pewne przesłanki, które pozwalają traktować ją jako podtyp ogólniejszej kategorii, którą określono mianem „zredukowanej egzystencji społecznej”. Niewysoki współczynnik kooperacji nasuwa sugestię, że nie udało się włączyć do badania osób, które nigdy nie uczestniczą w badaniach, a o ich odmowach mówi się w literaturze jako „twarde”. Abstrahując od faktu, że kilku uczestników badania za takich się właśnie uznało, nie można wykluczyć, że sugestia ta jest słuszna, niemniej warto zauważyć, że wyniki badań pokazały dość szerokie spektrum odmawiających, a kontinua poszczególnych wymiarów są pokryte w dość dużej rozciągłości. Być może za nieprzejdnaną postawą twardych „odmawiaczy” stoją jakieś nie uwzględnione tu charakterystyki psychologiczne.

Z pewnością zakres wniosków ogranicza ten oczywisty fakt, że rekrutowano jedynie „odmawiaczy” zamieszkujących wielkie miasto. Można też zasadnie domniemywać, że sondaże o innych cechach (przykładowo badania marketingowe; prowadzone przez mniej znane ośrodki itd.) nie tylko generują więcej odmawiających, ale także inne lub dodatkowe ich typy. Stworzona przeze mnie typologia odmawiających najprawdopodobniej nie jest wyczerpująca także dlatego, że kolejne sesje ciągle wносиły ważne informacje wysycające wątki, które pojawiły się wcześniej, a także zapoczątkowujące nowe.

Zakończenie

W posumowaniu pracy chcę, po pierwsze, zamieścić kilka własnych refleksji w odniesieniu do teorii partycypacji w sondażach autorstwa Grovesa oraz Goydera. Uwagi te mają dość luźny charakter z tej racji, że obszar mojego zainteresowania badawczego był dość wąski i koncentrował się tylko na postaci potencjalnego respondenta. Celem moich badań nie było też testowanie hipotez bezpośrednio wywiedzionych z tych teorii, zatem nie mogę w pełni w konkluzyjny sposób wypowiadać się na temat ich trafności.

Pierwsza uwaga jest taka, że koncepcja Cialdiniego, zaadoptowana przez Grovesa, z racji zasadniczego akcentu na prawidłowości dotyczące wywoływania uległości, w odniesieniu do zachowań sondażowych nadaje się bardziej na teorię objaśniającą reakcje kooperatywne aniżeli odmowne.

Aspekt deterministyczny tej koncepcji, z jej behawiorystyczną podbudową, wyraźnie widać, kiedy Cialdini mówi o *automatycznych wzorach reakcji*¹, czy kiedy przedstawia zachowania człowieka jako reakcje na bodźce zewnętrzne. Konsekwentnie, Groves przykłada zasadniczą wagę do interakcji między ankierem a potencjalnym respondentem, traktując tego pierwszego jako źródło bodźców. Przyjęcie takiej perspektywy prowadziłoby do wniosku, że spadek kooperacji w badaniach jest efektem zaniku umiejętności stosowania technik wywołujących uległość, rezultatem wkładania mniejszych starań w pozyskiwanie respondentów do badań. Uwagi te dotyczyłyby nie tylko ankierów, ale także badaczy, którzy za pomocą listów zapowiednich i monitów, komunikują się z potencjalnymi respondentami.

Nie jest to jedyny wniosek, jaki można wysnuć z koncepcji R. Cialdiniego. Charakteryzuje ją bowiem pewna dwoistość, która uwzględnia także indeterministyczne ujęcie zachowania ludzkiego, choć ten aspekt nie jest systematycznie skonceptualizowany. Jak argumentuje R. Cialdini, jeśli jednostka wyraża wolę, ma zasoby i dogodne warunki ku temu, aby włożyć większy kognitywny wysiłek w analizę rzeczywistości, ma

¹ R.B. Cialdini, op. cit., s. 23.

szansę uwolnić się od automatycznego reagowania – nie jest więc zupełnie pasywna, dysponuje lepiej lub gorzej rozwiniętą umiejętnością rozpoznawania chwytów i zastawianych na nią pułapek. W tym punkcie myśl tę można uzupełnić słowami S. Ossowskiego, który pisał: ... „*niezawodne*” *wskazówki inżynierii społecznej mogą utracić swą niezawodność (...) gdy stają się znane*¹. Badacze i ich wysłannicy, świadomie bądź nieświadomie, stosujący reguły Cialdiniego, nie są jedynymi, którzy jako przedstawiciele instytucji odwołują się do tych zasad. Zwroty, czy nawet hasła, jakimi się posługują, podobnie jak slogany reklamowe, szybko stają się osłuchane, zużywają się i tracą swoją skuteczność, a trzeba przy tym wskazać, że język aranżacji wywiadu, komunikatów kierowanych do potencjalnych respondentów zawsze będzie językiem w dużym stopniu sformalizowanym, dysponującym ograniczonymi środkami wyrazu. Ten punkt widzenia będzie bliski sposobowi, w jaki problem kooperacji ujmuje teoria wymiany. Uznanie, że pewne działania mają charakter instrumentalny, uruchamia myślenie w kategoriach korzyści i strat. Stąd też Cialdini nie przez przypadek posługuje się określeniem *wyzyskiwaczy*².

Wydaje się, że bez uwzględnienia refleksyjnej strony człowieka nie sposób zrozumieć zmian jakim w czasie uległo zjawisko dostępności respondentów, ich chęci współpracy z badaczami. Mimo innego rozłożenia akcentów koncepcja Grovesa także zwraca na ten aspekt uwagę, niemniej impuls do złagodzenia stanowiska o przemożnym wpływie reguł heurystycznych na ludzkie zachowanie pochodzi niewątpliwie z teorii wymiany. Z kolei w koncepcji Goydera, na skutek wprowadzenia pewnych zastrzeżeń, złagodzony jest dyskusyjny problem racjonalności jednostki. Chodzi o kwestię kryteriów, na podstawie których pewne działania ocenia się jako racjonalne bądź nie. Zdaniem Goydera, to w wyniku przyłożenia własnych kryteriów naukowca pewne działania „stają się” irracjonalne, pozbawione „powodu”, wynikające z ignorancji. Oceniając z podobnej pozycji uzyskany materiał trzeba przyznać, iż ujawnił on istniejące wśród badanych różnicowanie w zakresie wiedzy, umiejętności refleksyjnego podejścia do kwestii sondaży i problemu uczestnictwa w nich. Obserwacje te mogły wzbudzić poważną wątpliwość czy zachowaniem potencjalnych respondentów rzeczywiście rządzi zasada wymiany, zakładająca umiejętność przeprowadzenia grun-

¹ S. Ossowski, *O osobliwościach nauk społecznych*, PWN, Warszawa 2001, s. 148.

² R.B. Cialdini, op. cit., s. 23.

townej analizy pod kątem strat i korzyści. Owo zróżnicowanie Goyder bierze pod uwagę w swojej koncepcji i przekonuje, że racjonalność każdej jednostki można dostrzec wtedy, gdy jej zachowania analizuje się z pozycji podmiotu działającego, uwzględni jego miejsce w strukturze, świat społeczny, wzór socjalizacji, przyjmowane wartości. Szacując straty i korzyści wynikające z partycypacji, jednostka dokonuje analizy w oparciu o własne zasoby poznawcze.

To co wydaje się szczególnie wartościowe w koncepcji Goydera, ponieważ otwiera możliwość pełniejszego rozumienia zachowań jednostek decydujących o udziale w badaniu, to wskazanie, że wymiana nie odbywa się tylko w wąskiej płaszczyźnie badacz (wysłannik) – badany. Jednostka podejmuje tę decyzję także w oparciu o analizę strat i korzyści w wymianie ze społeczeństwem, co oznacza, że będzie uwzględniać własną w nim pozycję, oczekiwania wobec państwa, zasady na jakich w nim partycypuje. Ujęcie to otwiera możliwość rozpatrywania problemu kooperacji w kontekście zmian społecznych dokonujących się w takich obszarach jak wartości czy sposób funkcjonowania we wspólnocie politycznej. Jeżeli więc poszukiwać pochodzących z „góry” uzasadnień dla postawienia hipotezy spadku aktywności obywatelskiej oraz wzrostu potrzeby ochrony prywatności to tylko w teorii Goydera. Obydwa te przypuszczenia mówią o relacji między państwem i obywatelem, a także akcentują refleksyjność jednostki.

Także w materiałach z fokusów i kart realizacji badania zaobserwowano liczne odwołania do wymiany między jednostką a społeczeństwem. Uwaga ta dotyczy szczególnie odmawiających wykluczonych bądź zagrożonych wykluczeniem społecznym, a więc tych, którzy nie są beneficjentami systemu i czują się przez niego pokrzywdzeni. Argumentowanie odmów niskimi rentami i emeryturami, początkowo mało zrozumiałe dla badacza, stanowi jeden z doskonałych przykładów decydowania o uczestnictwie w oparciu o reguły wymiany *pośredniej*. Wszystkie wypowiedzi tłumaczące niechęć do partycypacji i brak zainteresowania sondażami takimi argumentami jak: niezadowolenie z sytuacji w kraju, własnej sytuacji materialnej, bezsilność i brak wpływu na politykę itp. wskazują właśnie na ten rodzaj wymiany.

Zgromadzone materiały pokazały także odwołania do wymiaru jednostkowego wymiany – relacji między badaczem a badanym. Badani wskazywali na swoje „starty” mówiąc między innymi o tym, że sondaż jest realizacją interesów sponsora; wyniki badań nie są udostępniane; prośby o uczestnictwo w badaniach pojawiają się zbyt często; wywiady

są zbyt długie, nudne; istnieje ryzyko wycieku danych; osoby zbierające dane działają w sposób nieuczciwy rozpowszechniając jednostkowe informacje; pytania naruszają prywatną sferę itp.

Wartość koncepcji Goydera polega również na tym, że możliwie najlepiej objaśnia ona specyfikę interakcji zakończonych odmową. Jak pokazano, przebiegają one często w dość charakterystyczny sposób – są krótkie, rozmówca dąży do zakończenia kontaktu, jego wypowiedzi są lakoniczne i mało rozbudowane. W badaniach CBOS przybierały one najczęściej postać *odmów wpuszczenia ankietera do mieszkania* – za sprawą wzrostu tej kategorii odmów dokonał się spadek współczynnika kooperacji. W kontakcie z ankieterem, odmawiający nierzadko występują przeciwko porządkowi interakcyjnemu i zawieszają reguły, które w codziennych rozmowach nakazują okazywanie zaangażowania temu kto mówi. Jak wytłumaczyć dominację takiej formy odmów?

W odpowiedzi na to pytanie trzeba na początek wskazać, że zachowanie polskiego odmawiającego nie wydaje się w żaden znaczący sposób różnić od sposobu, w jakim reaguje odmawiający w kulturze anglo-amerykańskiej. Po zastanowieniu, trudno by też było bronić hipotezy, że sposób odmowy musi być odzwierciedleniem społecznych niedostatków i charakteryzuje jedynie osoby, które mają problemy w zakresie sprawności interakcyjnych. Z pewnością wśród osób, które *odmawiają wpuszczenia ankietera do mieszkania* znajdą oni swoją reprezentację, ale wzrost liczebności tej kategorii sugeruje, że pod względem statusu socjoekonomicznego jej zakres się rozszerza.

Wydaje się, że klucz do zrozumienia formy tych zachowań leży w twierdzeniu, że propozycja partycypacji w badaniu jest swoistą sytuacją społeczną. Co ważne, wydaje się, że w Polsce jest już ona wystarczająco dobrze znana i została zdefiniowana społecznie. Przyjmując perspektywę Goydera, o swoistości tej sytuacji będzie świadczył krótki okres czasu, w jakim nieznani sobie wysłannik badacza i badany pozostaną w kontakcie. Inicjator tego kontaktu jest przedstawicielem instytucji i silnie naciska na wejście w relację wymiany, a przy tym odgrywa przygotowaną wcześniej, sformalizowaną rolę, która zakłada wykorzystanie określonych technik mających wywołać uległość. Nie wydaje się, ażeby potencjalni respondenci byli pozbawieni świadomości, że ankieter jest lepiej przygotowany do rozmowy i potrafi osłabić wysuwane argumenty. Mówiąc inaczej, jest postrzegany jako „profesjonalista” w zakresie namowy, którego skuteczność będzie przede wszystkim uzależniona od tego czy rozmówca będzie chciał podtrzymać kontakt. Brak zobo-

wiązań, które mogłyby wynikać z innych, poza-sondażowych relacji, a co za tym idzie niskie koszty odmowy; przy tym niewymierność i niejasność nagród, które przedkłada strona zabiegająca o wejście w relację wymiany określają warunki, w której potencjalny respondent podejmuje decyzję co uczestnictwa – łatwiej w nich o odmowę niż zgodę. Interakcyjne *barbarzyństwo*, *gate-keeping*, które nie muszą od razu przybierać formy odmowy *nieuprzejmej*, z perspektywy osoby niechętniej do uczestnictwa to najłatwiejsza i najlepsza broń z możliwych. Notabene, jest to ten sam wniosek, który wynika z analizy koncepcji Grovesa o *dopasowywaniu* i *podtrzymywaniu*, choć jej słabością jest to, że nie objaśnia warunków, ani kontekstu decyzji odmownych.

*

Biorąc pod uwagę stopień zaawansowania zgromadzonej wiedzy, chciałabym także przedstawić kilka wskazówek odnośnie dalszych badań w zakresie niedostępności respondentów.

Priorytetową kwestią, o którą przez lata zabiegało wielu czołowych badaczy, było wypracowanie standardów jeśli chodzi o sposób kalkulacji poziomu realizacji próby. Potrzeba istnienia takich standardów stała się coraz bardziej wyraźna kiedy problemy z realizacją badań zaczęły się narastać. Praktyki stosowania własnych, często bliżej nieokreślonych sposobów pomiaru utrudniały uzyskanie informacji o tym czy spadki realizacji mają faktycznie miejsce; nie pozwalały na zlokalizowanie źródła problemu i wskazanie, w obrębie których kategorii niedostępności dokonał się wzrost; ograniczały możliwość wymiany doświadczeń między badaczami. Nie tylko potrzeba postawienia trafnej diagnozy powodowała, iż zgłaszano postulat ujednolicenia definicji. Argumentowano, że rozwój wiedzy o czynnikach wpływających na poziom realizacji jest w pierwszym rzędzie uzależniony od wspólnej umowy co do sposobu pomiaru zmiennej zależnej. Zwracano w końcu uwagę na etyczny wymiar problemu. Przezrzystości reguł działania instytucji badawczych zaczęły się domagać media, a także część przedstawicieli komercyjnych ośrodków badawczych, którzy wskazywali, że niejasności definicyjne otwierają pole do stosowania nieuczciwych praktyk w rynkowej walce o klienta.

Dzięki wprowadzeniu standardów w tej dziedzinie przez AAPOR, w Stanach Zjednoczonych problemy te w dużej mierze udało się opłacać. Opracowano normy kodowania ubytków w próbie oraz dostarczono definicji kilku miar poziomu realizacji, wykraczając poza trady-

cyjny *response rate*, który bazuje na ogólnym rozróżnieniu między respondentami niedostępnymi a dostępnymi. Wyodrębnienie dwóch podstawowych rodzajów nieodstępności, jakimi są odmowy i nieobecności, znalazło odzwierciedlenie w takich miarach jak współczynnik kooperacji i współczynnik kontaktów. Potrzebę uwzględnienia tej dystynkcji uzasadniają wyniki badań empirycznych, które mówią o tym, że w poszczególnych kategoriach nieodstępności inne jest tempo wzrostu liczebności oraz mechanizm autoselekcji. Wprowadzenie nowych miar, przede wszystkim odsetka kooperacji, miało być alternatywą dla odsetka odpowiedzi i odsetka odmów, które z racji konstrukcji mianownika uważa się za miary nie w pełni dopasowane do badań nad czynnikami wpływającymi na zjawisko odmów.

Wśród polskich badaczy nie obserwuje się obecnie starań o ujednolicenie sposobów raportowania ubytków w próbie. W świetle przytoczonych argumentów sytuację tę należy uznać za niekorzystną. Uważam, że aprobatą propozycji przyjętej przez metodologów zachodnich byłoby posunięciem zasadnym z wielu względów. Jest ona przede wszystkim efektem całościowego, wieloaspektowego podejścia do problemu, co oznacza między innymi, że dostarcza narzędzi do badania różnych typów nieodstępności, a narzędzia te dostosowane są do poszczególnych technik gromadzenia materiałów. Propozycje pojedynczych rozwiązań, jak pokazuje praktyka, nie przyjmują się powszechnie.

Zasadniczym powodem, dla którego problem nieodstępności respondentów przyciąga uwagę badaczy pozostaje ryzyko powstania błędu systematycznego i wypaczenia reprezentatywności próby. Dostęp do wiedzy na temat cech respondentów niedostępnych, który błąd ten pozwalałby kontrolować, jest bardzo utrudniony. Jeśli informacji szuka się bezpośrednio u niedostępnych niemożliwe okazuje się objęcie badaniem ich wszystkich, natomiast metody bazujące na częściowym do nich dotarciu zwykle wiążą się z obwarowaniem wniosków licznymi zastrzeżeniami lub założeniami, których zasadność w świetle kolejnych ustaleń empirycznych okazała się wątpliwa. W przypadku próby wykorzystania źródeł zewnętrznych, również napotyka się na istotne bariery. Regulacje chroniące prywatność jednostek i konfidencjonalność danych stwarzają administracyjne przeszkody, które w polskich warunkach wydają się być praktycznie nie do pokonania. Zamknięte przed badaczami są tu dane z rejestrów wyborczych (korzystają z nich np. badacze amerykańscy), spisów powszechnych; nie ma rejestrów na kształt *city directories*. W Polsce, obostrzenia w zakresie gromadzenia danych oraz dostępu do

nich pojawiły się w momencie, w którym zapotrzebowanie na informacje o respondentach niedostępnych szczególnie wzrosło. Dalsze działania, jeśli miałyby polegać na dotarciu do zewnętrznych źródeł informacji, wymagają szukania współpracy z instytucjami, które te dane przechowują. Przykład R. Grovesa i M. Coupera pokazuje, że zdobycie takich danych, przy zachowaniu zasady konfidențialności, nie jest niemożliwe. Bez wątpienia jednak realizacja takich projektów byłaby niesłychanie trudnym przedsięwzięciem i prawdopodobnie wymagałaby wspólnej inicjatywy grona badaczy.

Dotychczasowe badania empiryczne nie dostarczają jasnych wskazówek co do kierunku błędu systematycznego. Portretowi respondenta niedostępnego, który jest rekonstruowany w badaniach ilościowych, ciągle brakuje wspólnego mianownika – zespołu kilku stałych cech, które powinny się odnajdywać przy każdym sondażu. Rozbicie portretu na dwa, w których poszukuje się charakterystyk odmawiających i nieobecnych, sytuację niewiele poprawia. Teoria, o której rozwój tak zabiegał R. Groves, nie jest na takim poziomie zaawansowania, aby dostarczać statystykom wiedzy potrzebnej do redukcji błędu systematycznego bez konieczności badania jednostek niedostępnych.

W tej sytuacji, co trzeba wyraźnie podkreślić, poszukiwanie liczbowo wyrażonych informacji o cechach respondentów niedostępnych, mimo niesprzyjających warunków tych badań, powinno stać się stałą praktyką wszystkich empiryków realizujących badania kwestionariuszowe na próbach losowych. Wiedza taka nie tylko pozwala korygować ewentualny błąd systematyczny obciążający statystyki z próby, ale stanowi również podstawę rozważań czy warto forsować wysoki poziom realizacji, a jeżeli tak – to jakimi sposobami i wobec jakich kategorii społecznych. Niski poziom realizacji próby nie oznacza automatycznie błędu. Jednocześnie, nie można podać takiej granicy poziomu realizacji próby powyżej której błędu nie ma, ani takiej poniżej której błąd z pewnością wystąpi. Dyrektywa, aby starać się o jak największy odsetek zwrotów nie jest uniwersalna i nie można jej ślepo formułować, ponieważ dążenie do podniesienia odsetka realizacji, któremu nie towarzyszy kontrola struktury próby, może nawet spowodować zwiększenie błędu systematycznego¹. Dla przykładu, wiadomo (z zagranicznych badań), że gratyfikacje finansowe są bodźcem skłaniającym do współpracy przede

¹ R. Groves, *Nonresponse rates and nonresponse bias in household surveys*, [w]: *Public Opinion Quarterly*, vol. 70, No. 5, 2006.

wszystkim osoby gorzej uposażone – ta metoda może zatem przynieść korzyści tylko wtedy, gdy jej zastosowanie poprzedzi ustalenie, że kategorią niedoreprezentowaną w badaniach są osoby o niskim statusie socjoekonomicznym. Tu, w odniesieniu do polskich badaczy otwiera się kolejny obszar studiów empirycznych – badanie wpływu cech sondażu na poziom współczynników realizacji i strukturę próby.

Przeprowadzone przeze mnie badania, w których koncentrowałam się na osobie potencjalnego respondenta, nie przynoszą prostych wskazań dla praktyki. Prawdopodobnie będą one bardziej interesujące dla socjologa, aniżeli statystyka czy empiryka poszukującego konkretnych porad, gwarantujących szybkie, wymierne efekty. Inna to sprawa, że w świetle zgromadzonej wiedzy takich rozwiązań nie można wskazać. Natomiast przedstawiona tu typologia odmawiających może być pomocna jako punkt wyjścia badań o charakterze ilościowym. Daje ona pewien wgląd w mechanizmy prowadzące do niechęci uczestnictwa i zawiera sugestie, którym w przyszłości można nadać postać hipotez, odnośnie tego jakie charakterystyki odmawiających mogą dominować w jakich rodzajach sondaży, a także wobec jakich kategorii społecznych mogą być efektywne jakie bodźce (np. gratyfikacje; odwołania do pewnych wartości).

Pamiętając, że prognoza nigdy nie była mocną stroną badaczy społecznych, można pokusić się o sformułowanie kilku uwag na temat kierunku w jakim zjawisko dostępności respondentów może podążać w przyszłości. Po pierwsze, nie wiele wskazuje na to, żeby zjawisko ochrony prywatności mogło się w najbliższej przyszłości wyciszyć. Decyduje o tym ciągły rozwój techniki elektronicznej; żywy pozostanie problem bezpieczeństwo vs. wolność od inwigilacji; jednocześnie rośnie społeczna świadomość, że informacja jest cenionym towarem i zapotrzebowanie na nią wzrasta. Podobnie, diagnoza o dekonstrukcji dla demokracji nie traci na aktualności. W konsekwencji można się spodziewać narastania trudności w zakresie realizacji badań – nawet jeśli nie będą się one drastycznie zaostrzać, to możliwość odwrócenia spadkowego trendu jest mało prawdopodobna. Takie w każdym bądź razie są doświadczenia zachodnich demokracji. Jeśli przewidywania są trafne, to problem będzie się stawał coraz bardziej dotkliwy zarówno dla środowiska sondażystów jak i akademików. Moim zdaniem, jeżeli chcemy kontynuować badania na losowych próbach, niezależnie od tego czy działalność sondażowej przypisujemy społecznie ważne cele, warto będzie

w niedalekiej przyszłości rozważyć jak zwiększyć korzyści respondenta wynikające z kooperacji.

Wydaje się w końcu, że wskazana byłaby pewna zmiana w podejściu do ankietatorów. Badacze zwykle traktują ich wpływ jako kluczowy dla pozyskania respondenta, a patrząc na praktyki stosowane na rynku badań, trudno oprzeć się wrażeniu, że to właśnie badacze wydatnie przyczynili się do stworzenia systemu, w którym praca ankieterska lokuje się nisko w skali prestiżu zawodów, nie wiąże się z możliwością awansu ani pewnością zatrudnienia. Tymczasem obecna sytuacja wskazywałaby na potrzebę posiadania stałych, profesjonalnych współpracowników, wyposażonych w liczne sprawności – umiejętność podtrzymania interakcji, odczytywania werbalnych i niewerbalnych sygnałów wysyłanych przez rozmówców, dopasowywania do nich komunikatów. W odniesieniu do tych problemów, moim zdaniem, badacze powinni skupić się na nowych typach szkoleń, a także podjąć pewne działania, które uczynią pracę ankieterską bardziej atrakcyjną.

BIBLIOGRAFIA

- A guide to best practice in human subjects research*, http://www.bucknell.edu/About/Bucknell/Offices_Resources/Institutional_Research/Institutional_Review_Board/Best_Practice_in_Research.html, (grudzień 2005)
- AAPOR, 2003, *Protection of human participants in survey research: a source document for institutional review boards*
- AAPOR, 2005, *Best practices for survey and public opinion research*
- AAPOR, 2005, *Code of Professional Ethics and Practices*
- AAPOR, 2006, *Standard Definitions. Final Dispositions of case codes and outcome rates for surveys*, 4th edition, Lenaxa, Kansas
- AAPOR, *Press Release on Response Rate*, http://www.aapor.org/default.asp?ID=15&page=news_and_issues/press_releases_and_official_statements, (czerwiec 2005)
- Abramson P.R., Aldrich J.H., 1982, *The decline of electoral participation in America*, „American Political Science Review”, vol. 76
- Agnello T.J., 1973, *Aging and the sense of political powerlessness*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 37
- American Statistical Association, 1979, *Is the public acceptability of social survey research declining?*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Anuszevska I., 2000, *Dostępność respondentów*, „ASK”, nr 9
- Armstrong J.S., 1975, *Monetary incentives in mail surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39
- Armstrong J.S., Lusk E.J., 1987, *Return postage in mail surveys: A meta-analysis*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 51
- Arnold R.G., 1964, *The interview in jeopardy: a problem in public relations*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 28
- Atchley R.C., 1969, *Respondents vs. refusers in an interview study of retired women: an analysis of selected characteristics*, „Journal of Gerontology”, vol. 24
- Babbie E., 2003, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa
- Bartetzky A., 2008, *Czyje miasto?*, „Respublica Nowa” nr 3
- Baumgartner R., Rathbun P., Boyle K., Welsh M., Laughland D., 1998, *The effect of prepaid monetary incentive on mail survey response rates and data quality*, paper presented at the Annual Conference of the American Association of Public Opinion Research, St. Louis, Missouri
- Baumgartner R.M., Rathbun P.R., 1996, *Prepaid monetary incentives and mail survey response rates*, Proceedings of the Government Statistics Section of the American Statistical Association
- Baxter R., 1964, *An inquiry into the misuse of survey technique by sales solicitors*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 28
- Bebbington A.C., 1970, *The effect of non-response in the sample survey with an example*, „Human Relations”, vol. 23, no. 3
- Bendyk E., 2001, *Ucho przy uchu. Twój telefon komórkowy dużo o tobie wie*, „Polityka” nr 17 (2295) z dn. 28.04

- Bendyk E., 2006, *Człowiek epoki sieciowej. Tożsamość w kawalkach*, „Polityka” nr 39 (2573), z dn. 30.09, Niezbędnik Inteligenta
- Bendyk E., 2006, *Osobno, ale razem*, „Polityka”, nr 8 (2543)
- Bendyk E., Ścibor M., 2003, *Zostawiamy elektroniczne ślady. Spisane czyny i rozmowy*, „Polityka” nr 9 (2390) z dn. 01.03
- Berdie D.R., 1973, *Questionnaire length and response rate*, „Journal of Applied Statistics”, vol. 58, no. 2
- Berg N., 2005, *Non-response bias*, [w:] (ed.) Kempf-Leonard K., *Encyclopedia of Social Measurement*, vol. 2, Elsevier Academic Press
- Bergsten W., Weeks M.F., Bryan F.A., 1984, *Effects of an advance telephone call in a personal interview survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 48
- Berk M.L., Mathowitz N.A., Ward E.P., White A.A., 1987, *The effect of prepaid and promised incentives: results of a controlled experiment*, „Journal of Official Statistics”, vol. 3, No. 4
- Berlin M., Mohadjer L., Waksberg J., Kolstad A., Kirsch I., Rock D., Yamamoto K., 1992, *An experiment in monetary incentives*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Bethlehem J.G., Kersten H.M.P., 1985, *On the treatment of nonresponse in sample surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 1, No. 3
- Biel A.L., 1967, *Abuses of survey research techniques: the phony interview*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 31
- Biner P.M., Kidd H.J., 1994, *The interactive effects of monetary incentive justification and questionnaire length on mail survey response rates*, „Psychology and Marketing”, vol. 11
- Blumberg H.H., Fuller C., Hare A.P., 1974, *Response rate in postal surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 38
- Bogen K., 1996, *The effect of questionnaire length on response rates – a review of the literature*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Bolstein R., 1991, *Comparison of the likelihood to vote among preelection poll respondents and nonrespondents*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 55
- Bradburn N., 1992, *Presidential address: A response to the nonresponse problem*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 56
- Bradburn N.M., 1978, *Respondent burden*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Brehm J., 1993, *The phantom respondents. Opinion surveys and political representation*, Ann Arbor, The University of Michigan Press
- Brehm J., 1994, *Stubbing our toes for foot in the door? Prior contact, incentives, and survey response*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 6, no. 1
- British Association Study Group, 1979, *Does the research threaten privacy or does privacy threaten research?*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Brunner G. A., Carroll S. J., 1967, *The effect of the prior telephone appointments on completion rate and response content*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 31
- Bulmer M., 1979, *The impact of privacy upon social research*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Burden B.C., 2000, *Voter turnout and the National Election Studies*, „Political Analysis”, vol. 8, No. 4

- Butz W.P., 1985, *Data confidentiality and public perceptions: the case of the European censuses*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Carlson R., 1967, *The issue of privacy in public opinion research*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 31
- CASRO, *Code of standards and ethics for survey research*, 1997–2004
- CBOS, 2004, *Opinia publiczna na temat sondaży*, Komunikat z badań BS/55/2004, Warszawa
- CBOS, 2006, *Poczucie bezpieczeństwa i opinie o przyspieszonym trybie wymiaru sprawiedliwości*, Komunikat z badań, BS/80/2006, Warszawa
- CBOS, 2006, *Polacy o sondażach*, Komunikat z badań BS/43/2006, Warszawa
- Census Bureau, <http://www.census.gov/population/www/cps/cpsdef.html>, (czerwiec 2005)
- Chmielewski K., Skarżyńska K., 1991, *Nadzieje i obawy Polaków a preferencje wyborcze*, [w:] *Polski wyborca '90, Psychospołeczne studia nad wyborami prezydenckimi*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa
- Cho H., LaRose R., 2002, *Privacy issues in Internet Survey*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 2, Sage Publications, London, (przedruk artykułu, który ukazał się w „Social Science Computer Review”, vol. 17, No. 4, 1999)
- Church A.H., 2002, *Estimating the effect of incentive on mail survey response rates: A meta-analysis*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London, (przedruk artykułu, który ukazał się w „Public Opinion Quarterly”, vol. 57, 1993).
- Cialdini R., 2004, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk
- Clausen A.R., 1969, *Response validity: vote report*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 32
- CMOR, 2000 *Respondent Satisfaction Measurement, Topline summary*, 2000, www.cmor.org/downloads/resp-studies/2000resp2p.pdf, (grudzień 2005)
- CMOR, *Respondent Cooperation Audit. Preliminary Results*, 1997, www.smor.org/pdf/1997refrate.pdf, (grudzień 2005)
- Cochran W.G., 1963, *Sampling Techniques*, John Wiley & Sons, New York
- Colby C., 2002, *Spam and research on the Internet*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 2, Sage Publications, London
- Collins M., Sykes W., Wilson P., Blakshaw N., *Nonresponse: the UK experience*, [w:] (eds.) Groves R.M., Biemer P., Lyberg L.E., Massey J.T., Nicholls II W.L., *Telephone survey methodology*, New York, John Wiley & Sons, 1988
- Comley T., 2000, *Pop-up surveys. What works, what doesn't work and what will work in the future*, paper presented at the ESOMAR Net Effects Internet Conference, Dublin
- Cope D., 1979, *Census-taking and the debate on privacy: a sociological view*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Couper M. P., Blair J., Triplett T., 1999, *A comparison of mail and e-mail for a survey of employees in U.S. statistical agencies*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 1
- Couper M.P., 1997, *Survey introductions and data quality*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 61
- Couper M.P., 2000, *Web surveys. A review of issues and approaches*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 64
- Couper M.P., 2001, *Web survey research: challenges and opportunities*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section

- Couper M.P., Mathiowetz N.A., Singer E., 1995, *Related households, mail handling, and returns to the 1990 Census*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 7, No. 2
- Couper M.P., Singer E., Kulka R.A., 1998, *Participation in the 1990 decennial census. Politics, privacy, pressures*, „American Politics Quarterly”, vol. 26, No. 1
- Czapiński J., 2003, *Podsumowanie. Dla kogo III RP jest matką, a dla kogo macochą?*, [w:] (red.) Czapiński J., Panek T., *Diagnoza 2003, Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa, www.diagnoza.com (luty 2007)
- Czapiński J., Panek T. (red.), *Diagnoza społeczna 2000, Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami społecznymi po 10 latach transformacji*, www.diagnoza.com (luty 2007)
- Czubaj M., 2004, *Polska płotem podzielona*, „Polityka” nr 30 (2514) z dn. 30.07.
- Czubaj M., Filiciak, 2006, *O la bloga!*, „Polityka” nr 20 (2554) z dn. 20.05.
- Czyżewski M., Dunin K., Piotrowski A., 1991, *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, [w:] (red.) Czyżewski M., Dunin K., Piotrowski A., *Cudze problemy*, Ośrodek Badań Społecznych, Warszawa
- Dąbała W., 2007, *Próby CBOS oraz szacowanie na ich podstawie parametrów populacji w badaniach sondażowych po roku 2000*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LXVI/1
- Daniłowicz P., Sztabiński F., 1992, *Nowe spojrzenie na ankietę pocztową. Jak uzyskano 70% zwrotów*, [w:] (red.) Gostkowski Z., *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. IX
- Davison W.P., 1972, *Public opinion research as communication*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 36
- Day G.S., 1975, *The threats to marketing research*, „Journal of Marketing Research”, vol. 12
- DeCoster J., 2005, *Meta-analysis*, (ed.) Kempf-Leonard K., *Encyclopedia of Social Measurement*, vol. 2, Elsevier Academic Press
- DeMaio T.J., 1980, *Refusals: who, where and why*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 44
- Deming W.E., 1953, *On probability mechanism to attain an economic balance between the reluctant error of response and the bias of nonresponse*, „American Statistical Association Journal”, vol. 48, No. 264
- Dill Mc E.L., Ridley J., 1962, *Status, anomia, political alienation, and political participation*, „The American Journal of Sociology”, vol. 68, no.2
- Dillman D., 1978, *Mail and telephone surveys. The Total Design Method*, John Wiley & Sons, New York
- Dillman D.A., 1998, *Mail and other self-administered surveys in the 21st century: the beginning of a new era*, <http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/papers/svys21st.pdf>, (styczeń 2006)
- Dillman D.A., 2000, *Mail and Internet surveys: the tailored design method*, 2nd Edition, John Wiley & Sons, New York
- Dillman D.A., 2002, *The design and administration of mail survey*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 2, Sage Publications, London, (przedruk artykułu, który ukazał się w „Annual Review of Sociology”, vol. 17, 1991)
- Dillman D.A., Carley-Baxter L.R., 2000, *Structural determinants of mail survey response rates over a 12 year period, 1988-1999*, *Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section*
- Dillman D.A., Gallegos J.G., Frey J.H., 1976, *Reducing refusal rates for telephone interviews*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 40

- Dohrenwend B.S., Dohrenwend B.P., 1968, *Sources of refusals in surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 32
- Domański H., 1999, *Jednostki niedostępne. Problem wpływu na wyniki badań*, „ASK”, nr 8
- Domański H., 2005, *Nieufny Polak, Państwo to nie my*, „Polityka” nr 49 (2533), z dn. 10.12
- Donald M. N., 1960, *Implications of nonresponse for the interpretation of mail questionnaire data*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 24
- Dunkelberg W.C., Day G.S., 1973, *Nonresponse bias and callbacks in sample surveys*, „Journal of Marketing Research”, vol. 10
- Eichner K., Habermehl W., 1978, *Predicting response rates to mailed questionnaires*, „American Sociological Review”, vol. 46
- Everett S.E., Everett S.C., 1989, *Effects of interviewer affiliation and sex upon telephone survey refusal rates*, paper presented at the annual conference of the Midwest Association for Public Opinion Research, Chicago
- Field Procedures in the European Social Survey: Enhancing Response Rate*, http://naticent02/uuhost.uk.uu.net/fielwork/response_enhancement_round_2.doc, (lipiec 2005)
- Filion F.L., 1975, *Estimating bias due to nonresponse in mail surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39
- Finifter A.W., Abramson P.R., 1975, *City size and feelings of political competence*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39
- Fitzgerald R., Fuller L., 1982, *I hear you knocking but you can't come in*, „Sociological Methods & Research”, vol. 11, no. 1
- Fox R.J., Crask M.R., Kim J., 1988, *Mail survey response rate. A meta-analysis of selected techniques for inducing response*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 52
- Frankel L.R., 1983, *The Report of CASRO Task Force on Response Rate*, [w:] *Improving Data Quality in a Sample Survey*, edited by Fredrick Wiseman, MA: Marketing Science Institute
- Frey J.H., 1986, *An experiment with confidentiality reminder in telephone survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50
- Furse D.H., Stewart D.W., 1982, *Monetary incentives versus promised contribution to charity: new evidence on mail survey response*, „Journal of Marketing Research”, vol. 18
- Gallagher P.M., *Nonresponse*, The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods, vol. 2, 2004, Thousand Oaks
- Gallup G., 1955, *The absorption rate of ideas*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 19
- Gallup G., 1965, *Polls and the political process – past, present, and future*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 29
- Gallup G., Rae S.F., 1968, *The pulse of democracy. The public opinion poll and how it works*, Greenwood Press, New York
- Galtung J., 1967, *Theory and methods of social research*, George Allen & Unwin LTD, London
- „Gazeta Stołeczna”, 2002, *Premier też*, nr 117, z dn. 21.05
- „Gazeta Wyborcza Białystok”, 2002, *Bezdomni ujęci*, z dn. 05.06.
- „Gazeta Wyborcza Olsztyn”, 2002, *Bezdomni już spisani*, z dn. 28.05
- „Gazeta Wyborcza Opole”, 2002, *Balujący rachmistrz*, z dn. 17.05.
- „Gazeta Wyborcza Poznań”, 2002, *Spis Powszechny – wpuszczacie?*, nr 100, z dn. 29.04
- „Gazeta Wyborcza Radom”, 2002, *Nie odmawiaj, odpowiadaj*, nr 114, z dn. 17.05.

- „Gazeta Wyborcza Szczecin”, 2002, *Bądź miły dla rachmistrza. Na legitymacji rachmistrza powinny być*, nr 118, z dn. 22.05
- „Gazeta Wyborcza Wrocław”, 2002, *Do spisu w slipkach*, z dn. 11.05.
- „Gazeta Wyborcza”, 2002, *Nie mamy się czego bać*, nr 67, z dn. 20.03.
- Gelb B.D., 1975, *Incentives to increase survey returns: social class consideration*, „Journal of Marketing Research”, vol. 12
- Gergen K.J., Back K.W., 1966, *Communication in the interview and the disengaged respondent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 30
- Godwin R.K., 1979, *The consequences of large monetary incentives in mail surveys of elite*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Goffman E., 2006, *Rytuał interakcyjny*, PWN, Warszawa
- Goldstein K.M., Jennings M.K., 2002, *The effect of advance letters on cooperation in a list sample telephone survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 66
- Gonzenbach W.J., Jablonski P., 1993, *The non-solicitation statement: a methodological consideration for survey introductions*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Goode W.J., Hatt P.K., 1952, *Methods in social research*, McGraw-Hill Book Company, New York
- Gostkowski Z., 1961, *Z zagadnień socjologii wywiadu*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (2)
- Gostkowski Z., 1995, *Problem sponsora w badaniach sondażowych w Polsce*, „ASK”, nr 1
- Gostkowski Z., 1996, *Osoby niedostępne dla wywiadów i miary stopnia reprezentatywności prób badawczych CBOS-u jako wskaźniki stosunku społeczeństwa do sondaży opinii publicznej*, „Acta Universitatis Lodziensis”, Folia Sociologica vol. 26
- Gostkowski Z., Daniłowicz P., *Osoby niedostępne dla wywiadów i miary stopnia reprezentatywności prób badawczych CBOS-u jako wskaźniki stosunku społeczeństwa do sondaży opinii publicznej w latach 1992-1993*, Raport z badania przeprowadzonego w ramach projektu „Stosunek społeczeństwa polskiego do sondaży opinii publicznej i sposobów wykorzystywania ich wyników” (kierownik projektu: prof. dr hab. Zygmunt Gostkowski, grant KBN 1-0827-9101), maszynopis
- Gostkowski Z., Przybyłowska I., 1996, *Problem sponsora sondaży w oczach respondentów CBOS w roku 1992*, „ASK”, nr 2 (4)
- Goudy W.J., 1976, *Nonresponse effects on relationship between variables*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 40
- Goyder J., 1986, *Surveys on surveys: limitation and potentialities*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50
- Goyder J., 1987, *The silent minority. Nonrespondents on sample surveys*, Westview Press, Boulder, Colorado
- Goyder J., Leiper J.M., 2002, *The decline in survey response: a social values interpretations*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London, (przedruk artykułu, który ukazał się w „Sociology”, vol. 19, 1985)
- Goyder J., Warriner K., Miller S., 2002, *Evaluating socio-economic status (SES) bias in survey nonresponse*, „Journal of Official Statistics”, vol. 18, no. 1
- Groves R.M., 1979, *Actors and questions in telephone and personal interview surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Groves R.M., 1989, *John Goyder. The silent minority*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 53
- Groves R.M., 1989, *Survey errors and survey costs*, John Wiley & Sons, New York

- Groves R.M., 2002, *Theories and methods of telephone surveys*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 2, Sage Publications, London (przedruk artykułu, który ukazał się w „Annual Review of Sociology”, vol. 16, 1990)
- Groves R.M., Cialdini R.B., Couper M.P., 1992, *Understanding the decision to participate in survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 56
- Groves R.M., Couper M.P., 1993, *Multivariate analysis of nonresponse in personal visit surveys*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Groves R.M., Couper M.P., 1995, *Theoretical motivation for post-survey nonresponse adjustment in household surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 11, No. 1
- Groves R.M., Couper M.P., 1996, *Contact-level influences on cooperation in face-to-face surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 12, no. 1
- Groves R.M., Couper M.P., 1996, *Social environmental impacts on survey cooperation*, „Quality & Quantity”, vol. 30
- Groves R.M., Couper M.P., 1998, *Nonresponse in household interview surveys*, John Wiley & Sons, New York
- Groves R.M., Kahn R.L., 1979, *Surveys by telephone. A national comparison with personal interview*, Academic Press, New York
- Groves R.M., Lyberg L., 2002, *An overview of nonresponse issues in telephone surveys*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London (fragment książki Groves R., Biemer P., Lyberg L., Massey J., Nicholls II W., *Telephone survey methodology*, New York, John Wiley & Sons, 1988)
- Groves R.M., Magilavy L.J., 1981, *Increasing response rates to telephone surveys: a door in the face for foot-in-the-door?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45
- Groves R.M., Presser S., Dipko S., 2004, *The role of topic interest in survey participation decisions*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 68
- Groves R.M., Singer E., Corning A., 2000, *Leverage-saliency theory of survey participation. Description and illustration*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 64
- Groves R.M., Singer E., Corning A., Bowers A., 1999, *A laboratory approach to measuring the effects on survey participation of interview length, incentives, differential incentives, and refusal conversion*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, no. 2
- Groves R.M., Snowden C., 1987, *The effect of advanced letters on response rate in linked telephone surveys*; Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Grzeszkiewicz-Radulska K., 2001, *Jednostki niedostępne w sondażach CBOS-u*, [w:] Analizy i próby technik badawczych w socjologii, t. X
- Grzeszkiewicz-Radulska K., 2007, *Obywatel jako respondent?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LVI/1
- Grzeszkiewicz-Radulska K., 2007, *Respondenci niedostępni w badaniach sondażowych*, Praca doktorska napisana w Katedrze Metod i Technik Badań Społecznych IS UŁ pod kierunkiem dr hab. Anny Kubiak, prof. nadzw. UŁ, Łódź, maszynopis
- Grzeszkiewicz-Radulska K., Jabłoński W., 2006, *Socjologiczne badania wyborcze*, [w:] Studia Wyborcze, t. 1
- GUS, 1993, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1992 roku. Stan na 31 XII*, Materiały źródłowe
- GUS, 1995, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1994 roku. Stan na 31 XII*, Materiały źródłowe

- GUS, 1997, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1996 roku. Stan na 31 XII*, Materiały źródłowe
- GUS, 1998, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1997 roku. Stan na 31 XII*, Materiały źródłowe
- GUS, 2000, *Ludność według płci, wieku, województw, miast i gmin w 1999 roku. Stan na 31 XII*, Materiały źródłowe
- GUS, 2002, *Ludność w miastach w latach 2000 i 2001*, Rocznik demograficzny, Warszawa
- GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2002 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005)
- GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2002 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005)
- GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2003 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005)
- GUS, *Ludność według płci, gmin, powiatów i województw w 2003 roku*, www.stat.gov.pl (kwiecień 2005)
- GUS, *Mieszkania 2002, Uwagi metodyczne*, www.stat.gov.pl/dane_spol-gosp/nsp/mieszkania/mieszkania_2002.htm (marzec 2005)
- Hackler J.C., Bourgette P., 1973, *Dollars, dissonance, and survey returns*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 37
- Hakim C., 1979, *Census confidentiality in Britain*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Handwerker W. P., 2005, *Sample design*, [w:] (ed.) Kempf-Leonard K., *Encyclopedia of Social Measurement*, vol. 3, Elsevier Academic Press
- Hansen M.H., Hurwitz W.N., 1946, *The problem of non-response in sample surveys*, „American Statistical Association”, vol. 41
- Hansen R.A., 1980, *A self-perception interpretation of the effect of monetary and non-monetary incentives on mail survey respondent behavior*, „Journal of Marketing Research”, vol. 17
- Hartmann E.L., Isaacson H.L., Jurgell C.M., 1968, *Public reaction to public opinion surveying*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 32
- Hauck M., Cox M., 1974, *Locating a random sample by random digit dialing*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 38
- Hawkins D.F., 1975, *Estimation of nonresponse bias*, „Sociological Methods & Research”, vol. 3, no. 4
- Heberlein T.A., Baumgartner R., 2002, *Factors affecting response rates to mailed questionnaires: a quantitative analysis of the published literature*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London (przedruk artykułu, który ukazał się w „American Sociological Review”, vol. 43, no. 4, 1978.
- Heer W. de, 1999, *International response trends: results of an international survey*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 2
- Heer W. de, Israëls A.Z., 1992, *Response trends in Europe*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Heer W. de, Moritz G., *Data quality problems in travel surveys. An international overview*, Workshop on Respondent Issues: Sampling, Weighting, and Nonresponse, http://gulliver.trb.org/publications/circlars/ec008/workshop_c.pdf, (sierpień 2005)
- Henzler M., 2000, *Tu cię mamy*, „Polityka” nr 19 (2244) z dn. 06.05.

- Henzler M., 2004, *Prywatność pacjenta, Zabawa w doktora*, „Polityka” nr 5 (2437) z dn. 31.01
- Herbst S., 1992, *Surveys in the public sphere: applying Bourdieu's critique of opinion polls*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 4, No. 3
- Horton J.E., Thompson W.E., 1962, *Powerlessness and political negativism: a study of defeated local referendums*, „The American Journal of Sociology”, vol. LXVII, no. 5
- House J.S., Wolf S., 1978, *Effect of urban residence on interpersonal trust and helping behavior*, „Journal of Personality and Social Psychology”, vol. 36, No. 9
- Hox J., Leeuw E. de, Snijders G., 1998, *Fighting nonresponse in telephone interview. Successful interviewer tactics*, [w:] (eds.) Koch A., Porst R., *Nonresponse in survey research*, [w:] ZUMA Nachrichten Spezial
- Hox J.J., Leeuw E.D. de, 1994, *A comparison of nonresponse in mail, telephone, and face-to-face surveys*, „Quality and Quantity”, vol. 28, No. 4
- Huffington A., *Partnership for Poll-Free America*, www.ariannaonline.huffingtonpost.com/crusades/pollfree.php (czerwiec 2005)
- Huffington A., 1998, *Investigating the Pollsters*, <http://www.ariannaonline.com/crusades/pollfree.php> (czerwiec 2005)
- Huffington A., 1999, *How to rid your house of annoying pollsters*, www.ariannaonline.huffingtonpost.com/crusades/pollfree.php (czerwiec 2005)
- Hyman H., Sheatsley P.B., 1947, *Some reasons why information campaign fail*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 11
- ICC/ESOMAR, International Code of Marketing and Social Research Practice
- Izrael G. D., *Sampling Issues: Nonresponse*, <http://www.edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/PD/PD00800.pdf>, (październik 2005)
- Jabłoński W., 2007, *Rynek sondaży przedwyborczych w Polsce*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LVI/1
- Jacobs L.R., Shapiro R.Y., 1995-1996, *Presidential manipulation of polls and public opinion: the Nixon's administration and the pollsters*, „Political Science Quarterly”, vol. 110, no. 4
- Jacobs L.R., Shapiro R.Y., 1999, *Politicians don't pander: Political manipulation and the loss of democratic responsiveness*, www.pollsci.umn.edu/faculty/ljacobs, (kwiecień 2006)
- Jałowicki B., 2008, *Grodzenie „wspólnego pastwiska”*, Respublica Nowa nr 3
- James J.M., Bolstein R., 1990, *The effect of monetary incentive and follow-up mailings on the response rate and response quality in mail surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 54
- James J.M., Bolstein R., 1992, *Large monetary incentives and the effects on mail survey response rates*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 56
- Jennings M.K., Markus G.B., 1998, *Political involvement in the later years: a longitudinal survey*, „American Journal of Political Science”, vol. 32
- Jobber D., 1986, *Managing industrial mail surveys: A user guide*. Proceedings, Annual Conference of the Marketing Education Group, Plymouth, England
- Johnson T., O'Rourke D., Burris J., Owens L., 2002, *Culture and survey nonresponse*, [w:] (ed.) Groves R.M., Dillman D.A., Eltinge J., Little J., *Survey nonresponse*, John Wiley & Sons, New York
- Jordan L.A., Marcus A.C., Reeder L.G., 1980, *Response styles in telephone and household interviewing: a field experiment*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 44

- Josephson E., 1979, *Resistance to community surveys*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Juster F.T., Suzman R., 1995, *An overview of the health and retirement survey*, „Journal of Human Resources”, vol. 30
- Kaldenberg D.O., Koenig H.F., Becker B.W., 1994, *Mail survey response rate patterns in a population of the elderly. Does response deteriorate with age?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 58
- Kalton G., Lepkowski J., Montanari G., Maligalig D., 1990, *Characteristics of second wave nonrespondents in panel survey*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Kanuk L., Berenson C., 1975, *Mail surveys and response rates: A literature review*, „Journal of Marketing Research”, vol. 12
- Kaplowitz M. D., Hadlock T. D., Levine R., 2004, *A comparison of Web and mail survey response rates*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 68
- Kephart W. M., Bressler M., 1958, *Increasing the responses to mail questionnaires: a research study*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 22
- Kiesler S., Sproull L.S., 1986, *Response effect in the electronic survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50
- Kirchner W. K., Mousley N.B., 1963, *Differences between respondent and nonrespondent salesmen to an attitude survey*, „Journal of Applied Psychology”, vol. 47, no. 3
- Kish L., 1965, *Survey sampling*, John Wiley & Sons, New York
- Knack S., 1992, *Civic norms, social sanctions, and voter turnout*, „Rationality and Society”, vol. 4, no. 2
- Knox J. B., 1951, *Maximizing responses to mail questionnaires: a new technique*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 15
- Kohut A., 1986, *Rating the polls: the view of media elites and general public*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50
- Kojetin B., Tucker C., 1999, *Exploring the relation of economic and political conditions with refusal rates to a government survey*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, no. 2
- Kojetin B., Tucker C., Cashman E., 1994, *Response to a government survey as political participation: the relation of economic and political conditions to refusal rates in the Current Population Survey*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Kołodziejczyk M., 2000, *Plot z ostrym szpicem*, „Polityka” nr 38 (2263) z dn. 16.09.
- Konecki K., 2000, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, PWN, Warszawa
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dn. 2 kwietnia 1997 r.
- Koralewicz J., Ziółkowski M., 2003, *Mentalność Polaków. Sposoby myślenia o polityce, gospodarce i życiu społecznym 1988-2000*, Wydawnictwo Naukowe Scholar/Collegium Civitas Press, Warszawa
- Kordos J., 1988, *Jakość danych statystycznych*, PWE, Warszawa 1988
- Korzeniowski K., 1997, *O psychospołecznych uwarunkowaniach zachowań wyborczych Polaków w latach dziewięćdziesiątych*, [w:] (red.) Kolarska-Bobińska L., Markowski R., *Prognozy i wybory, Polska demokracja '95*, Wydawnictwo sejmowe, Warszawa
- Kossecki P., *Ochrona prywatności w handlu elektronicznym i jej rola*, <http://www.e-marketing.pl/artyk/artyk86.php> (listopad 2006)

- Kropf M.E., Scheib J., Blair J., 2000, *The effect of alternative incentives on cooperation and refusal conversion in telephone survey*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Krusiński W., 2004, *Podglądactwo komórkowe*, *Wielki Brat MMS*, „Polityka” nr 9 (2441) z dn. 28.02
- Kryczka K., 2004, *Uwaga, włamanie!*, „Gazeta Policyjna” 43/2004
- Kryczka K., 2004, *Włamanie – problem opanowany*, „Gazeta policyjna” 43/2004
- Kubiak A., 1989, *Kłopoty respondentów z odpowiedziami na standaryzowane pytania kwestionariusza w świetle danych z wywiadu o wywiadzie*, [w:] *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań ankietowych*, no. 9
- Kubiak A., Mokrzyszewski A., 1993, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, raport wewnętrzny CBOS
- Kubiak A., Mokrzyszewski A., 1995, *Jednostki trudnodostępne w badaniach CBOS*, Raport wewnętrzny CBOS
- Kubiak A., Przybyłowska I., Rostocki A., 1998, *Badania ankietowe*, Encyklopedia Socjologii, Oficyna Naukowa, Warszawa
- Kubiak A., Przybyłowska I., Rostocki W.A., 2000, *Badania sondażowe a system demokratyczny*, [w:] *Kultura i Społeczeństwo*, t. XLIV, nr 3
- Kujawa J., *Czy w Polsce można kupić niejawne dane?*, http://www.egospodarka.pl/16483_Czy-w-Polsce-mozna-kupic-niejawne-dane,1,15,1.html (listopad 2006)
- Kulka R.A., 1994, *The use of incentive to survey “hard-to-reach” respondents: A brief review of empirical research and current practice*, paper presented at the COPAFS Seminar on New Directions in Statistical Methodology, Bethesda, MD. May
- Kviz F.J., 1977, *Toward standard definition of response rate*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 41
- Laan P. van der, 2000, *The 2001 census in the Netherlands. Integration of registers and surveys*, paper prepared for the conference “The Census of Population: 2000 and beyond”, University of Manchester, Manchester, UK, 22-23 June
- Lagay B.W., 1969–70, *Assessing bias: A comparison of two methods*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 33, no. 4
- Laurie H., Smith R., Scott L., 1999, *Strategies for reducing nonresponse in longitudinal panel survey*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, no. 2
- Lavrakas P.J., *Nonresponse bias*, The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods, vol. 2, 2004, Thousand Oaks
- Lazarsfeld P., Menzel H., 1979, *O stosunkach między własnościami jednostek a własnościami zbiorowości*, [w:] (red.) Sulek A., *Logika analizy socjologicznej. Wybór tekstów*, WUW, Warszawa
- Leeuw E. D. de, Mellenbergh G. J., Hox J.J., 1996, *The influence of data collection method on structural models. A comparison of a mail, telephone, and face-to-face survey*, „Sociological Methods & Research”, Vol. 24, No. 4
- Leeuw E. de, Hox J., 2004, *I am not selling anything: 29 experiments in telephone introductions*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 16
- Leeuw E. de, Hox J., Korendijk E., Lensvelt-Moulders G., Callegaro M., 2005, *The influence of advance letters on response in telephone surveys: A meta-analysis*, [w:] (ed.) Dijkum C. van, Blasius J., Kleijer H. & Heiten B. van, *Proceedings of the RC 33 Sixth International Conference on Social Science Methodology. Recent Developments and Applications in Social Research Methodology*, Wiesbaden, Germany: VS Verlag

- Leeuw E. de, Hox J., Snijders G., Heer W. de, 1998, *Interviewer opinions, attitudes and strategies regarding survey participation and their effect on response*, (eds.) Koch A., Porst R., *Nonresponse in survey research*, ZUMA Nachrichten Spezial, 4, Mannheim
- Leeuw E. de, Zouwen J. van der, 1988, *Data quality in telephone and face to face surveys: A comparative meta-analysis*, [w:] Groves R.M., Biemer P., Lyberg L., Massey J., Nicholls II W., *Telephone survey methodology*, John Wiley & Sons, New York
- Lengacher J., Sullivan C.M., Couper M.P., Groves R.M., 1995, *Once reluctant, always reluctant? Effect of differential incentives on later survey participation in a longitudinal study*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Levine S., Gordon G., 1958, *Maximizing returns on mail questionnaires*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 22
- Lin I., Schaeffer N.C., 1995, *Using survey participants to estimate the impact of nonparticipation*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 59
- Linsky A.S., 1975, *Stimulating responses to mail questionnaires: a review*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 39
- Lipset S.M., 1995, *Homo politicus. Społeczne podstawy polityki*, PWN, Warszawa
- Lissowski G., 1968, *Z zagadnień doboru próby*, [w:] (red.) K. Szaniawski, *Metody statystyczne w socjologii*, PWN, Warszawa
- Lissowski G., 1971, *Problem jednostek niedostępnych w reprezentacyjnych badaniach socjologicznych*, [w:] (red.) Szaniawski K., *Metody matematyczne w socjologii*, IFiS PAN, Wrocław
- Loosveldt G., Carton A., 1997, *Evaluation of nonresponse in the Belgian Election Panel Study '91-'95*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Lowe F.E., McCormick T.C., 1955, *Some survey sampling biases*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 19
- Luevano P., 1994, *Response rates in National Election Studies, 1948-1992*, [w:] NES Technical Report #44, Ann Arbor: Center for Political Studies
- Luppes M., 1995, *A content analysis of advance letters from expenditure surveys of seven countries*, „Journal of Official Statistics”, vol. 11, No. 4
- Lutyńska K., 1978, *Ankieterzy i badacze. Z badań nad wpływem ankieterskim*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XXX
- Lutyńska K., 1989, *Analiza odmów w polskich badaniach kwestionariuszowych w latach 1982-1985*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XXXVII
- Lutyńska K., 1997, *Wpływ ankieterski w pierwszej fazie badań kwestionariuszowych*, „ASK”, nr 1-2 (5-6)
- Lyberg I., Lyberg L., 1990, *Nonresponse Research at Statistics Sweden*, paper presented at the First Workshop on Household Survey Nonresponse, 1990, Sztokholm, 15-17 października
- Lyberg I., Lyberg L., 1991, *Nonresponse research at Statistics Sweden*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Mack S., Huggins V., Keathley D., Sundukchi M., 1998, *Do monetary incentive improve response rates in survey of income and program participation?*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section

- Malinowski H., 2004, *Komunikacja w zogniskowanym wywiadzie grupowym*, [w:] (red.) Lisek-Michalska J., Daniłowicz P., *Zogniskowany wywiad grupowy, Studia nad metodą*, WUL, Łódź
- Markowski R., 1992, *Absencja i bierność*, „Krytyka” nr 38
- Markowski R., 1998, *Wybory*, [w:] *Encyklopedia Socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa
- Martin E., Abreu D., Winters F., 2001, *Money and motive: Effects of incentive on panel attrition in survey of income and program participation*, „Journal of Official Statistics”, vol. 17, No. 2
- Mayer Ch.S., Pratt R.W., 1967, *A note on nonresponse in a mail survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 30
- Maynard D.W., Schaeffer N.C., 1997, *Keeping the gate. Declinations of the request to participate in telephone survey interview*, „Sociological Methods & Research”, vol. 26, no. 1
- McDaniel S.W., Rao C.P., 1980, *The effect of monetary inducement on mailed questionnaire response quality*, „Journal of Marketing Research”, vol. 17
- McDonald M.P., 2002, *The turnout rate among eligible voters in the states, 1980-2000*, „State Politics and Policy Quarterly”, vol. 2, no. 2
- McLaughlin T., 2000, *Customer database research: guidelines for complete and ethical data collection*, paper presented at the annual conference of AAPOR, Portland, OR, May
- Menzel H., 1979, *Komentarz do artykułu „Korelacje ekologiczne a zachowania jednostek”*, [w:] (red.) Sulek A., *Logika analizy socjologicznej. Wybór tekstów*, WUW, Warszawa
- Michele De P. *Nonresponse*, <http://www.responsivemanagement.com/download/reports/Nonresponse.pdf>, (czerwiec 2005)
- Mirowski S., 2000, *Ustawa o ochronie danych osobowych*, [w:] (red.) Sawiński Z., Sztabiński P.B., Sztabiński F., *Podręcznik ankietera*, IFiS PAN, Warszawa
- Miszalska A., 1996, *Reakcje społeczne na przemiany ustrojowe*, WUL, Łódź
- Miszalska A., 2000, *Sytuacja demokracji u schyłku wieku – niepokoje globalne, niepokoje polskie*, „Kultura i Społeczeństwo”, t. XLIV, nr 3
- Monroe A.D., 1977, *Urbanism and voter turnout: a note of some unexpected findings*, „American Journal of Political Science”, vol. 21, no. 1
- Morton-Williams J., Young P., 1987, *Obtaining the survey interview – an analysis of tape recorded doorstep introductions*, „Journal of the Market Research Society”, vol. 29, no. 1
- Moser C.A., 1958, *Survey methods in social investigation*, Heinemann, London
- Mulry-Liggin M. H., 1983, *A comparison of a random digit dialing survey and the Current Population Survey*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- National Academy of Sciences, 1979, *Panel on privacy and confidentiality as factors in survey response*, DC: National Academy Press, Washington
- Nederhof A.J., 1983, *The effect of material incentives in mail surveys: two studies*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 47
- Nowak S., 2007, *Metodologia badań społecznych*, PWN, Warszawa
- NUA Internet Surveys, *How many online?*, http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html, (listopad 2005)

- O'Neil M.J., 1979, *Nonresponse bias in telephone survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Oldendick R.W., Link M.W., 1994, *The answering machine generation. Who are they and what the problem do they pose for survey research?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 58
- Ossowski S., *O osobliwościach nauk społecznych*, PWN, Warszawa 2001
- Parker K.D., Ray M.C., 1990, *Fear of crime. An assessment of related factors*, „Sociological Spectrum”, vol. 10
- Parker L., 1997, *Collecting data the e-mail way*, „Training and Development”, July
- Petersen W., 1979, *The protection of privacy and the United States Census*, [w:] (ed). Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Philippens M., Billiet J., Loosveldt G., Stoop I., Achim K., *Non-response and fieldwork efforts in the ESS: Results from the analysis of call record data*, http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/methodology/nonresponse_fieldwork_efforts.doc, (lipiec 2005)
- Philippens M., Billiet J., *Monitoring and Evaluating Non-response Issues and Fieldwork Efforts in the European Social Survey. Results of the analysis of contact form data*, http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/methodology/monitoring_evaluating_non_response.doc, (lipiec 2005)
- Philippens M., Koch A., 2003, *Understanding and combating nonresponse*, Bruksela, <http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/publicity/274>, (lipiec 2005)
- „Polityka”, 2000, Listy, nr 42 (2267) z dn. 14.10.
- „Polityka”, 2002, Tydzień w kraju, nr 10 (2340) z dn. 09.03
- Politz A., Simmons W., 1949, *An attempt to get the „not at homes” into the sample without call backs*, „Journal of the American Statistical Association”, vol. 44
- Pomeroy W.P., 1963, *The reluctant respondent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 27
- Presser S., Blair J., Triplett T., 1992, *Survey sponsorship, response rates, and response effects*, „Social Science Quarterly”, vol. 73, no. 3
- Przybyłowska I., 1996, *Proces akulturacji sondaży opinii publicznej w Polsce*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XLV
- Przybysz D., 2004, *Dlaczego Polacy nie głoszą? Analiza przyczyn bierności wyborczej*, [w:] (red). H. Domański, A. Ostrowska, A. Rychard, *Niepokoje polskie*, IFiS PAN, Warszawa
- Putnam R.D., 1995, *Bowling alone: America's declining social capital*, „Journal of Democracy”, vol. 6, No. 1
- Reamer F.G., 1979, *Protecting research subjects and unintended consequences: the effect of guarantees of confidentiality*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Remington T.D., 1992, *Telemarketing and declining survey response rates*, „Journal of Advertising Research”, vol. 36
- Robins L., 1963, *The reluctant respondent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 27
- Robinson W.S., 1979, *Korelacje ekologiczne a zachowania jednostek*, [w:] A. Sułek, *Logika analizy socjologicznej. Wybór tekstów*, WUW, Warszawa
- Roper B.W., 1986, *Evaluating polls with poll data*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50
- Rotkiewicz M., 2002, *Niezadane pytania*, „Polityka” nr 23 (2353) z dn. 08.06.
- Rugg W.D., 1971-1972, *Interviewer opinion on the „salesman as interviewer” problem*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 35
- Salant P., Dillman D.A., 1994, *How to conduct your own survey*, John Wiley & Sons, New York

- Sanders L.M., 1999, *Democratic politics and survey research*, „Philosophy of Social Sciences”, vol. 29, No. 2
- Schaefer D.R., Dillman D.A., 1998, *Development of a standard e-mail methodology: results of an experiment*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 62
- Schewe C.D., Cournoyer N.G., 1976, *Prepaid vs. promised monetary incentives to questionnaire response: further evidence*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 40
- Schlegelmilch B.B., Diamantopoulos A., 2002, *Prenotification and mail surveys response rates: a quantitative integration of the literature*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London (przedruk artykułu, który ukazał się w „Journal of the Market Research Society”, vol. 33, 1991).
- Schleifer S., 1986, *Trends in attitudes toward and participation in survey research*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 50
- Schwartz A., 1964, *Interviewing and the public*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 28
- Sharp L.M., Frankel J., 2002, *Respondent burden: a test of some common assumptions*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London (przedruk artykułu, który ukazał się w „Public Opinion Quarterly”, vol. 47, 1983)
- Sheehan K., 2001, *E-mail survey response rate: a review*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, vol. 6, No. 2 <http://www.jcmc.indiana.edu/> (listopad 2005)
- Sheehan K.B., Hoy M. G., 1999, *Using e-mail to survey internet users in the United States: methodology and assessment*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, vol. 4, No. 3 <http://www.jcmc.indiana.edu/> (listopad 2005)
- Shettle C., Mooney G., 1999, *Monetary incentive in U.S. government surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 2
- Shils E., 1979, *Privacy in modern industrial society*, [w:] (ed.) Bulmer M., *Censuses, surveys and privacy*, Holmes & Meier Publishers, New York
- Shostack H., Fairweather W.R., 1979, *Physician response rates to mail and personal interview surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Singer E., 1978, *Informed consent: consequences for response rate and response quality in social surveys*, „American Sociological Review”, vol. 43
- Singer E., 1978, *The effect of informed consent procedures on respondents' reactions to surveys*, „Journal of Consumer Research”, vol. 5
- Singer E., 1993, *Informed consent and survey response: a summary of the empirical literature*, „Journal of Official Statistics”, vol. 9, no. 2
- Singer E., 2002, *The use of incentives to reduce nonresponse in household surveys*, [w:] (ed.) Groves R., Dillman D.A., Eltinge J.L., Little R.J.A., *Survey nonresponse*, John Wiley & Sons, New York
- Singer E., 2003, *Exploring the meaning of consent: participation in research and beliefs about risks and benefits*, „Journal of Official Statistics”, vol. 19, no. 3
- Singer E., Frankel M.R., 1982, *Informed consent procedures in telephone interviews*, „American Sociological Review”, vol. 47
- Singer E., Frankel M.R., Glassman M.B., 1983, *The effect of interviewer characteristics and expectations on response*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Singer E., Groves R.M., Corning A.D., 1999, *Differential incentives, beliefs about practices, perception of equity, and effects on survey participation*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 63

- Singer E., Hippler H.-J., Schwarz N., 1992, *Confidentiality assurances in surveys: reassurances or threat?*, „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 4, no. 3
- Singer E., Hoewyk J. van, Gebler N., Raghunathan T., McGonagle K., 1999, *The effect of incentives on response rates in interviewer-mediated surveys*, „Journal of Official Statistics”, vol. 15, No. 2
- Singer E., Hoewyk J. van, Maher M.P., 1998, *Does the payment of incentives create expectation effects?*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 62
- Singer E., Hoewyk J. van, Maher M.P., 2000, *Experiments with incentives in telephone surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 64
- Singer E., Hoewyk J. van, Neugebauer R.J., 2003, *Attitudes and behavior. The impact of privacy and confidentiality concerns on participation in the 2000 census*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 67
- Singer E., Levive F.J., 2003, *Protection of human subjects of research: recent developments and future prospects for the social science*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 67
- Singer E., Mathiowetz N.A., Couper M.P., 1993, *The impact of privacy and confidentiality concerns on survey participation. The case of the 1990 U.S. Census*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 57
- Singer E., Thurn D.R. von, Miller E.R., 1995, *Confidentiality assurances and response, A quantitative review of the experimental literature*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 59
- Sjoberg G., 1954, *A questionnaire on questionnaires*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 18
- Skarżyńska K., Chmielewski K., 1991, *Obawy Polaków a preferencje wyborcze*, [w:] (red.) Reykowski J., *Wartości i postawy Polaków a zmiany systemowe. Szkice z psychologii politycznej*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa
- Skarżyńska K., Chmielewski K., 1994, *Zostać w domu czy pójść na wybory: różne uwarunkowania decyzji wyborczych*, „Kultura i Społeczeństwo”, t. XXXVIII nr 3
- Skrzeszewski M., 1996, *Centrum Badania Opinii Społecznej*, „ASK”, nr1
- Smith T. W., 1983, *The hidden 25 percent: an analysis of nonresponse on the 1980 General Social Surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 47
- Smith T.W., 1999, *Developing nonresponse standards*, International Conference on Survey Nonresponse, Portland, October, <http://www.norc.uchicago.edu/online/nonre.htm>, (czerwiec 2005)
- Smith T.W., 2002, *Trends in non-response rates*, [w:] Vaus de D., *Social surveys*, Sage Publications, London (przedruk z: „International Journal of Public Opinion Research”, vol. 7, no. 2, 1995)
- Smith T.W., 2003, *A Review of Methods to Estimate the Status of Cases with Unknown Eligibility*, Raport prepared for AAPOR Standard Definitions Committee Presented to AAPOR, version 1.1
- Smyrska M., 2002, *Jak ksiądz po koledzie. Zapiski rachmistrza spisowego*, „Polityka” nr 23 (2353), z dn. 08.06.
- Sobal J., 1984, *The content of survey introductions and the provision of informed consent*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 48
- Sosdian C.P., Sharp L.M., 1980, *Nonresponse in mail surveys: access failure or respondent resistance*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 44
- Specification for participating countries, Round 2*, http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/proj_spec/round_2/r2_spec_participating_countries.doc, (lipiec 2005)

- Stafford J.E., 1966, *Influencing of preliminary contact on mail returns*, „Journal of Marketing Research”, vol. 3
- Stasiński P., 2002, *Spis gubi ludzi*, Gazeta Stołeczna, z dn. 03.06.
- Steeh Ch., 1981, *Trends in nonresponse rates, 1952-1979*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45
- Steeh Ch., Kirgis N., Cannon B., Witt J. de, 2001, *Are they really as bad as they seem? Nonresponse rates at the end of the twentieth century*, „Journal of Official Statistics”, vol. 17, No. 2
- Stephenson C.B., *Probability sampling with quotas: an experiment*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43
- Stinchombe A., Calvin J., Sheatsley P., 1981, *Nonresponse bias for attitude questions*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 45
- Stoop I., 2005, *The hunt for the last respondent: Nonresponse in sample surveys*, Hague, Social and Cultural Planning Office
- Stoop I.A.L., 2004, *Surveying nonrespondents*, „Field Methods”, vol. 16, No. 1
- Stopher P., Sheskin I., 1981, *A method for determining and reducing nonresponse bias*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Such J., 1975, *Problemy weryfikacji wiedzy*, PWN, Warszawa
- Sudman S., 1966, *New uses of telephone methods in survey research*, „Journal of Marketing Research”, vol. 3
- Sudman S., Blair J., 1992, *Respondent reactions to reinterviews*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Sulek A., 2001, *Sondaż polski*, IFiS PAN, Warszawa
- Sykes W.M., Collins M., 1987, *Comparing telephone and face-to-face interviewing in the United Kingdom*, „Survey Methodology”, vol. 13, No. 1
- Szacki W., 2003, *Niespołeczni*, Gazeta Wyborcza nr 191, z dn. 18.08.
- Sztabiński F., 1996, *Ankieta do ankietera: źródło informacji czy dezinformacji o wywiadzie kwestionariuszowym?*, „ASK”, nr 2 (4)
- Sztabiński F., 2004, *Jak dotrzeć do respondenta i skłonić go do wzięcia udziału w badaniu?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. LIII/1
- Sztabiński P.B., 1992, *Aranżacja wywiadu*, [w:] (red.) Daniłowicz P., Sawiński Z., Sztabiński F., Sztabiński P.B., Wejland A.P., *Podręcznik socjologicznych badań ankietowych*, IFiS PAN Warszawa
- Sztabiński P.B., 1995, *Dlaczego respondenci zgadzają się na wywiad? Problemy aranżacji wywiadu w badaniach surveyowych*, „ASK”, nr 2
- Sztabiński P.B., 1997, *Ankieterzy i ich respondenci. Od kogo zależą wyniki badań ankietowych*, IFiS PAN, Warszawa
- Sztabiński P.B., 2000, *Aranżacja sytuacji wywiadu*, [w:] (red.) Sawiński Z., Sztabiński P.B., Sztabiński F., *Podręcznik ankietera*, IFiS PAN Warszawa
- Sztabiński P.B., 2006, *Dlaczego respondenci uczestniczą lub nie uczestniczą w badaniach? Porównanie 1994-2004*, „ASK”, nr 15
- Sztabiński P.B., Sztabiński F., 1994, *Respondenci początku lat '90. Stosunek do badań i jego uwarunkowania*, „Studia Socjologiczne”, t. 2 (133)
- The National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research, 1979, *The Belmont Report, Ethical Principles and Guidelines for the Protection of Human Subjects of Research*
- Traugott M.W., Katosh J.P., 1979, *Response validity in surveys of voting behavior*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 43

- Triplett T., Blair J., Hamilton T., Kang Y.Ch., 1996, *Initial cooperators vs. converted refusers: are there response behavior differences?*, [w:] Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section
- Tuckel P.S., Feinberg B.M., 1991, *The answering machine poses many questions for telephone survey researchers*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 55
- Tucker C., 1983, *Interviewer effects in telephone surveys*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 47
- Turner J.H., 2004, *Struktura teorii socjologicznej*, PWN, Warszawa
- United States Department of Health and Social Services, 2005, *Code of Federal Regulations*, revised 2005;
- Ustawa o Ochronie Danych Osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 roku
- Ustawa z dnia 20 lutego 1997 roku o fundacji – Centrum Badania Opinii Społecznej
- Vehovar V., Batagelj Z., Manfreda K. L., Zaletel M., 2002, *Nonresponse in Web Surveys*, [w:] (ed.) Groves R.M., Dillman D.A., Eltinge J.L., Little R.J.A., *Survey Nonresponse*, John Wiley & Sons, New York
- Verba S., 1996, *The citizen as respondent: sample surveys and American democracy*, „American Political Science Review”, vol. 90, No. 1
- Wagenaar T. C., 2005, *Survey design*, [w:] (ed.) Kempf-Leonard K., *Encyclopedia of Social Measurement*, vol. 3, Elsevier Academic Press
- Waisanen F.B., 1954, *A note on the response to a mail questionnaire*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 18
- Watson T.W., *Survey and interview ethics for data gatherers and respondents*, <http://www.ijoa.org/imta96/paper64.html>, (październik 2005)
- Weakliem D., Villemez W.J., 2004, *Public attitudes toward the census: influences and trends*, „Social Science Quarterly”, vol. 85, no. 4
- Weaver Ch.N., Holmes S.L., Glenn N.D., 1975, *Some characteristics of inaccessible respondents in a telephone survey*, „Journal of Applied Psychology”, vol. 60, no. 2
- Westin A., 1970, *Privacy and freedom*, Bodley Head, London
- Wilcox J.B., 1977, *The interaction of refusal and not-at-home sources of nonresponse bias*, „Journal of Marketing Research”, vol. 14
- Wilczak J., 2001, *Jak się spisywaliśmy w PRL*, „Polityka” nr 24 (2302) z dn. 16.06.
- Willimack D.K., Schuman H., Pennell B.-E., Lepkowski J.M., 1995, *Effects of prepaid nonmontary incentive on response rates and response quality in a face-to-face survey*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 59
- Wiseman F., 1980, *The measurement and magnitude of nonresponse in U.S. consumer telephone surveys*, „Survey Methodology”, vol. 6
- Wiseman F., McDonald P., 1979, *Noncontact and refusal rates in consumer telephone surveys*, „Journal of Marketing Research”, vol. 16
- Wiseman F., Schafer M., 1976, *Focus group interviews with survey non-respondents*, paper presented at 1976 Conference of American Association for Public Opinion Research
- Wolniak M., 2002, *Daj się spisać*, „Gazeta Wyborcza Wrocław” nr 106, z dn. 08.05
- Wolniak M., 2002, *Wrocławski łącznik*, „Gazeta Wyborcza Wrocław”, z dn. 03.06.
- Wprost, 2002, *Koniec spisu*, z dn. 09.06., www.wprost.pl/ar/?O=26255 (styczeń 2007)
- Wprost, 2002, *Spis powszechny tuż, tuż*, z dn. 26.01., www.wprost.pl/ar/?O=22758 (styczeń 2007)
- Yammarino F. J., Skinner S. J., Childers T.L., 1991, *Understanding mail survey response behavior. A meta-analysis*, „Public Opinion Quarterly”, vol. 55

- Yu J., Cooper H., 1983, *A quantitative review of research design effects on response rates to questionnaires*, „Journal of Marketing Research”, vol. 20
- Zouwen J. van der, Leeuw E.D. de, 2002, *Survey Nonresponse, Measurement Error, and Data Quality: an Introduction*, [w:] (ed.) Vaus D. de, *Social Surveys*, vol. 4, Sage Publications, London, (przedruk artykułu, który ukazał się w „Bulletin de Méthodologie Sociologique”, vol. 48, 1995)

Lp.	Data wizyty	Dzień tygodnia	Godzina wizyty	Opis wizyty
1.	 13		16	19
2.	 14		17	20
3.	 14		18	21
DZIEŃ TYGODNIA			GODZ. WIZYT	
1. poniedziałek		5. piątek	8.00-8.59 - 08	
2. wtorek		6. sobota	9.00-9.59 - 09	
3. środa		7. niedziela	10.00-10.59 - 10	
4. czwartek			11.00-11.59 - 11	

Uwaga:
W przypadku więcej
niż 3 wizyt zapisać
przebieg pierwszej,
drugiej i
ostatniej!

1. wskazano niewłaściwy adres (puste mieszkanie, budynek niemieszkalny, zła numeracja, pusty plac, itp.)
2. pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
3. odmówiono wpuśczenia ankietera do mieszkania
4. odmówiono udzielania informacji na temat osób stale zamieszkujących pod wskazanym adresem
5. pod tym adresem nie mieszka osoba odpowiadająca kryteriom (osoba niepełnoletnia, zamieszkała czasowo itp.)
6. wylosowany respondent był chwilowo nieobecny
7. wylosowany respondent był nieobecny przez cały okres realizacji badania
8. wylosowany respondent był nieobecny w uzgodnionym wcześniej terminie
9. wylosowany respondent był nieśpawny (ciężko chory, głuchy)
10. wylosowany respondent odmówił z powodu braku czasu
11. wylosowany respondent odmówił z powodu niechęci do wypowiadania się na dany temat
12. wylosowany respondent odmówił ponieważ nie widzi sensu, potrzeby ankietowania
13. wylosowany respondent odmówił z obawy przed konsekwencjami swoich wypowiedzi
14. wylosowany respondent odmówił z powodu okresowej niedyspozycji (nieatrzerżności)
15. wylosowany respondent odmówił z innych powodów
16. wylosowany respondent odmówił bez podania przyczyny
17. **wywiad zrealizowano pod wskazanym adresem**
18. inne przyczyny niezrealizowania wywiadu, jakie?

01. Typ budynku: a/ dom jedno-dwurodzinny lub dom typu wiejskiego - wolnostojący
(podkreślić) b/ dom jedno-dwurodzinny lub dom typu wiejskiego - stykający się z innym
Budynek
c/ dom wielorodzinny - blok lub kamienica

02. Materiał budowlany: a) budynek drewniany
(podkreślić) b) budynek z materiału ogniotrwałego
c) budynek częściowo z materiału ogniotrwałego, częściowo
drewniany

03. Liczba kondygnacji: a) budynek parterowy
(podkreślić lub wpisać) b) budynek piętrowy

04. Mieszkanie pod wskazanym adresem znajduje się: a) na parterze
(podkreślić lub wpisać) b) na piętrze

05. Wskazówki ułatwiające ewentualne ponowne dotarcie pod wskazany adres:

Tak	1		22
Nie - dlaczego?	2		
Nie dotyczy - nie wysłano kart.....	3		

Stwierdzam, że Karta Realizacji Badania została wypełniona zgodnie ze stanem faktycznym.

.....
Data imię i nazwisko ankietera podpis ankietera

Województwo			3
Adres			4
Respondent			5
Wielkość miejscowości			6

- 1) wieś
- 2) miasto poniżej 20 tys.
- 3) od 20 do 50 tys.
- 4) od 51 do 100 tys.
- 5) od 101 do 500 tys.
- 6) powyżej 500 tys.

Zgoda respondenta
Na przetwarzanie danych

1)	jest	☐	7
2)	nie ma.....	☐	

1. Adres:

[illegible]

16; 17

Lp.	Data urodzenia		Płeć M=1 K=2
	rok 4 cyfry	miesiąc 2 cyfry	
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			

1	Ogółem liczba osób dorosłych w mieszkaniu	Tu naklej tabelę B z tabulogramu nr 2. Lp adresu
2	Lp osoby wylosowanej w kol.1 tabeli A	tabeli B musi być taka sama jak lp adresu w tabulogramie nr 1

1. Liczba wizyt

- B. OPIS SYTUACJI, W KTÓREJ NIE DOSZŁO DO LOSOWANIA (STOSOWAĆ KODY 01-04)

- C. OPIS SYTUACJI, W KTÓREJ DOSZŁO DO LOSOWANIA, ALE NIE ZREALIZOWANO WYWIADU
(STOSOWAĆ KODY 05 - 07)

- D. UWAGI I SPOSTRZEŻENIA ANKIETERA DOTYCZĄCE WYWIADU:

- E. Stwierdzam że Karta Realizacji Badania została wypełniona zgodnie ze stanem faktycznym.

W imieniu Centrum Badania Opinii Społecznej bardzo dziękuję za udzielenie wywiadu. Czy zgodził(a)by się Pan(i) także i w przyszłości brać udział w naszych, każdorazowo dobrowolnych badaniach? Wymagałoby to zapisania i przetwarzania w naszym bazy danych Pana(i) danych osobowych. Gwarantujemy, że dane te nie będą nikomu udostępniane i będą wykorzystywane wyłącznie do celów badań i analiz statystycznych, zgodnie z Ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych. Jeżeli nie ma Pan(i) zastrzeżeń, uprzejmie prosimy o podpisanie następującej zgody:

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych w celu umożliwienia CBOS-owi powtórnego wylosowania mojej osoby do badań. Przyjmuję do wiadomości, że przysługuję mi prawo wglądu do moich danych oraz ich zmian lub usunięcia.

.....
Data imię i nazwisko respondenta podpis respondenta

Tabela 1

Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIW* w 1993 roku

L.p. Nr bad	m-c	Wielkość próby założonej rekonstruowana w oparciu o V2 i V3		Założona <i>ex ante</i> nadreprezentacja (dobór losowy)	Rozbieżność między poziomem realizacji –dokumentacja CBOS a materiał KRB	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji V2 i V3 dla brakujących rekordów po uwzględnieniu faktycznego poziomu realizacji	Decyzja o włączeniu do analiz
		próba podstawowa	próba po odlosowaniu					
1	9302	I	1500 [250x6]	–	Tak	12	Tak	NIE ^a
2	9305	II	1500 [250x6]	–	Tak	7	Tak	Tak
3	9309	III	1500 [250x6]	–	Tak	6	Tak	Tak
4	9315	IV	2250 [375x6]	1500 [375x4]	Tak	65	Tak	Tak
5	9318	V	1350 [270x5]	–	Nie	3	Tak	Tak
6	9320	VI	1350 [270x5]	–	Tak	6	Tak	Tak
7	9323	VII	1500 [250x6]	–	Tak	6	Tak	Tak
8	9326	VIII	2250 [375x6]	1875 [375x5]	Tak	75	Nie	NIE ^b
9	9332	IX	1500 [250x6]	–	Tak	47	Tak	Tak
10	9335	X	1500 [250x6]	–	Tak	4	Tak	Tak
11	9337	XI	1500 [250x6]	–	Tak	64	Tak	Tak
12	9341	XII	1500 [250x6]	–	Tak	52	Tak	Tak

^a Nastąpiło zachwianie proporcji mieszań w województwach. Niemożliwe zidentyfikowanie rekordów odnoszących się do nadreprezentacji.^b Braki danych (n=75) dotyczą całych trzech województw: króśnińskiego, przemyskiego, rzeszowskiego.

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiąze”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 2

Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIW* w 1995 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość próby założonej rekonstruowana w oparciu o V2 i V3	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji wartości zmiennych V2 i V3 dla brakujących rekordów	Zastosowanie rezerwy	Decyzja o włączeniu do analiz
13	9501	I	1500 [250x6]	23	Tak	–	Tak
14	9509	III	1500 [250x6]	5	Tak	–	Tak
15	9512	IV	1500 [250x6]	3	Tak	–	Tak
16	9518	V	1500 [250x6]	0	–	–	Tak
17	9523	VI	1500 [250x6]	0	–	–	Tak
18	9528	VII	1500 [250x6]	0	–	–	Tak
19	9531	VIII	1500 [250x6]	0	–	–	Tak
20	9533	IX	1500 [250x6]	3	Tak	–	Tak
21	9536	X	1500 [250x6]	6	Tak	–	Tak
22	9543	XI	1500 [250x6]	180 (wywiady niezrealizowane)	n.d.	161 (wywiady zrealizowane) ^a	NIE ^b
23	9551	XII	1500 [250x6]	4	Tak	113 (wywiady zrealizowane) Procedura j.w.	Tak ^c

^a Po wyczerpaniu puli adresów podstawowych, rezerwę należało uruchomić w stosunku do przypadków niezrealizowania wywiadu tj. wykorzystać adresy mające analogiczne numery a pochodzące z drugiej, bliźniaczej próby (zawierającej także 1500 elementów); ^b Mimo, iż możliwe jest zidentyfikowanie rezerwy i jej wydzielenie, jednakże w próbie podstawowej brakuje 180 rekordów, które odnoszą się do przypadków niezrealizowania wywiadu (stanowią część wszystkich wywiadów niezrealizowanych). Itemy te bądź celowo nie zostały wprowadzone do bazy bądź ich brak wynikał z niezrozumienia idei przedsięwzięcia przez część ankietowanych (zapisy wskazują, że część ankietowanych sięgała po adresy rezerwowe przy niepełnym wykorzystaniu puli adresów podstawowych). Problemy te nie wystąpiły przy realizacji (bądź wprowadzaniu do bazy materiałów) następnego sondażu (9551).^c Po oddzieleniu rezerwy od próby podstawowej.

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 3

Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIII* w 1997 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość próby założonej rekonstruowana w oparciu o V2 i V3		Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji wartości zmiennych V2 i V3 dla brakujących rekordów	Decyzja o włączeniu do analiz
			próba podstawowa	próba po odłosowaniu			
24	9703	I	1500 [250x6]	–	2	Tak	Tak
25	9704	II	1500 [250x6]	–	0	–	Tak
26	9712	III	1848 [308x6]	1500 [250x6]	1	Tak	Tak
27	9715	IV	1848 [308x6]	1500 [250x6]	0	–	Tak
28	9717	V	1848 [308x6]	1500 [250x6]	2	Tak	Tak
29	9722	VI	1500 [250x6]	–	2	Tak	Tak
30	9730	VII	1500 [250x6]	–	1	Tak	Tak
31	9732	VIII/ IX	⁴⁵⁰⁰ 2250 [375x6] 2250 [375x6]	3000 – 750 [125x6]	2	Tak	Tak
32	9736	IX	1500 [250x6]	–	2	Tak	Tak
33	9743	X	1500 [250x6]	–	3	Tak	Tak
34	9747	XI	1500 [250x6]	–	2	Tak	Tak
35	9752	XII	1500 [250x6]	–	0	–	Tak

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 4

Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIW* w 1998 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość próby założonej rekonstruowana w oparciu o V2 i V3		Rozbieżność między poziomem realizacji – dokumentacja CBOS a materiał KRB	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji wartości zmiennych V2 i V3 dla brakujących rekordów po uwzględnieniu faktycznego poziomu realizacji	Decyzja o włączeniu do analiz
			próba podstawowa	próba po odlosowaniu				
36	9804	I	1500 [250x6]	–	–	2	Tak	Tak
37	9810	II	1500 [250x6]	–	Tak	2	Tak	Tak
38	9813	III	1848 [308x6]	1500 [250x6]	–	1	Tak	Tak
39	9819	IV	1848 [308x6]	1500 [250x6]	–	1	Tak	Tak
40	9822	V	2250 [375x6]	–	–	1	Tak	Tak
41	9825	VI	2250 [375x6]	1500 [250x6]	Tak	20	Tak	Tak
42	9830	VII	2250 [375x6]	1500 [250x6]	–	0	–	Tak
43	9833	VIII	2250 [375x6]	1500 [250x6]	–	0	–	Tak
44	9836	IX	1500 [250x6]	–	–	0	–	Tak
45	9842	X	1500 [250x6]	–	–	0	–	Tak
46	9845	XI	1500 [250x6]	–	–	0	–	Tak
47	9851	XII	1500 [250x6]	–	–	0	–	Tak

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 5
Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIW* w 2000 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość próby założonej rekonstruowana w oparciu o V2 i V3		Założona <i>ex ante</i> nadreprezentacja (dobór losowy)	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji wartości zmiennych V2 i V3 dla brakujących rekordów	Decyzja o włączeniu do analiz
			próba podstawowa	próba po odlosowaniu				
48	0001	I	1878 [313x6]	1500 [250x6]	Razem 102 Warszawa 42 [7x6] Gdańsk 12 [2x6] Kraków 12 [2x6] Lublin 6 [1x6] Łódź 12 [2x6] Poznań 6 [1x6] Wrocław 12 [2x6]	1	Tak	Tak ^a
49	0003	II	1878 [313x6]	1500 [250x6]	j.w.	0	–	Tak (j.w.)
50	0007	III	2004 [334x6]	–	–	0	–	Tak
51	0010	IV	1620 [270x6]	–	–	0	–	Tak
52	0015	V	1620 [270x6]	–	–	0	–	Tak
53	0017	VI	1620 [270x6]	–	–	5	Tak	Tak
54	0025	VII	1620 [270x6]	–	–	0	–	Tak
55	0028	VIII	1620 [270x6]	–	–	0	–	Tak
56	0029	IX	1620 [270x6]	–	–	0	–	Tak
57	0038	X	1620 [270x6]	–	–	0	–	Tak
58	0041	XI	1620 [270x6]	–	–	1	Tak	Tak
59	0044	XII	1620 [270x6]	–	–	1	Tak	Tak

^a Wyłączono rekordy odnoszące się do nadreprezentacji.

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 6

Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIII* w 2001 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość podstawowej próby założonej do rekonstrukcji w oparciu o V2 i V3	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji wartości zmiennych V2 i V3 dla brakujących rekordów	Decyzja o włączeniu do analiz
60	0101	I	1620 [270x6]	0	–	Tak
61	0105	II	1620 [270x6]	1	Tak	Tak
62	0106	III	1620 [270x6]	0	–	Tak
63	0114	V	1620 [270x6]	0	–	Tak
64	0117	VI	1620 [270x6]	0	–	Tak
65	0119	VII	1620 [270x6]	1	Tak	Tak
66	0123	IX	2004 [334x6]	0	–	Tak
67	0128	X	1620 [270x6]	0	–	Tak
68	0135	XI	1620 [270x6]	0	–	Tak
69	0143	XII	1620 [270x6]	0	–	Tak

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informacje o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 7
Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIW* w 2002 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość podstawowej próby założonej rekonstruowana w oparciu o V2 i V3	Założona <i>ex ante</i> nadreprezentacja (<i>random route</i>)	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji wartości zmiennych V2 i V3 dla brakujących rekordów po uwzględnieniu faktycznego poziomu realizacji	Zastosowanie rezerwy	Decyzja o łączeniu do analiz
70	0201	I	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
71	0203	II	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
72	0205	III	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
73	0208	IV	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
74	0211	V	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
75	0214	VI	1620 [270x6]	–	–	–	<i>random route</i> ^a	Tak ^b
76	0219	VII	1620 [270x6]	–	–	–	<i>random route</i> (j.w.)	Tak (j.w.)
77	0222	VIII	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
78	0224	IX	1620 [270x6]	270 ^c	uwagi ^d	uwagi ^d	–	NIE ^e
79	0226	X	1620 [270x6]	270 (j.w.)	uwagi ^f	uwagi ^f	–	NIE (j.w.)
80	0231	XI	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak
81	0235	XII	1620 [270x6]	–	–	–	–	Tak

^a Od adresu, w którym nie doszło do realizacji, wywiadu uruchamiana procedura *random route* (*RR*); ^b Dane odnoszące się do próby rezerwowej nie zostały wprowadzone do bazy KRB; ^c Z próby 1620 wylosowano 270 adresów (po jednym z wiązki). Procedura *RR* miała być uruchamiana niezależnie od efektu wizyty w adresie wylosowanym (startowym) – świadczy o tym obecność wiązki, w których zrealizowano 7 wywiadów; ^d Niejednoznaczny sposób wprowadzania danych. Liczba rekordów w bazie powinna wynosić 1890 (1620+270), wynosi natomiast 1727. Tylko w przypadku części wiązki (107 z 270) wprowadzono pełną informację (dla 6 adresów podstawowych i jednego adresu *RR*, niemniej brak kryteriów ich odróżnienia). Pozostałe wiązki są 6-elementowe – wywiadem zrealizowanym (pochodzącym z *RR*) zastępowano wywiad niezrealizowany z adresu podstawowego; ^e Możliwa do wykorzystania jedynie syntetyczna informacja o poziomie realizacji dla próby bez rezerwy, pochodząca z dokumentacji CBOS; ^f Liczba rekordów w bazie wynosi tylko 1620, mimo iż dotarto do 1890 adresów. Poziom realizacji wynikający z materiału empirycznego odpowiada jednak próbie N=1890. Z informacji ośrodku wynika, że o ile zrealizowano w wiązce 7 wywiadów, to jeden z nich był „przenoszony” do podobnej ze względu na określone cechy wiązki, w której nie odnotowano pełnego poziomu realizacji.

Uwagi: W kwadrantowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 8

Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach *APIW* w 2003 roku

L.p.	Nr bad.	m-c	Wielkość podstawowej próby założonej i V3	Założona <i>ex ante</i> nadreprezentacja (<i>random route</i>)	Rozbieżność między poziomem realizacji – dokumentacja CBOS a materiał empiryczny (bazy danych)	Ilość brakujących rekordów (do próby podstawowej)	Możliwość rekonstrukcji V2 i V3 dla brakujących rekordów po uwzględnieniu faktycznego poziomu realizacji	Zastosowanie rezerwy	Decyzja o włączeniu do analiz
82	0301	I	1620 [270x6]	–	–	–	–	–	Tak
83	0302	II	1620 [270x6]	–	–	–	–	–	Tak
84	0303	III	1620 [270x6]	–	–	–	–	–	Tak
85	0307	IV	1620 [270x6]	270 ^a	uwagi ^b	–	–	–	NIE ^c
86	0313	V	1620 [270x6]	270 (i.w.)	j.w.	–	–	–	NIE (i.w.)
87	0316	VI	2004 [334x6]	–	–	–	–	–	Tak
88	0322	VII	1620 [270x6]	–	–	–	–	–	Tak
89	0323	VIII	1620 [270x6]	–	–	–	–	–	Tak

^a Z próby 1620 wylosowano 270 adresów (po jednym z wiązki). Procedura *random route* uruchamiana niezależnie od efektu wizyty w adresie wylosowanym (startowym); ^b Liczba rekordów w bazie wynosi tylko 1620, mimo iż dotarto do 1890 adresów. Poziom realizacji wynikający z materiału empirycznego odpowiada jednak próbie N=1890. Z informacji ośrodku wynika, że o ile zrealizowano w wiązce 7 wywiadów, to jeden z nich był „przenoszony” do podobnej ze względu na określone cechy wiązki, w której nie odnotowano pełnego poziomu realizacji; ^c Możliwa do wykorzystania jedynie informacja o poziomie realizacji dla próby bez nadreprezentacji, pochodząca z dokumentacji CBOS.

Uwagi: W kwadratowych nawiasach umieszczono informację o ilości „wiązek” i ilości adresów w jednej „wiązce”.

Źródło: Opracowanie własne.

KARTA REALIZACJI BADANIA

Imię i nazwisko ankietera nr wywiadu

OPIS PIERWSZEJ WIZYTY

data.....

godzina.....

/właściwe podkreślić/

1. wskazano niewłaściwy adres
(brak budynku, mieszkania z takim numerem itd.)] → koniec
2. wylosowana osoba nie mieszka pod wskazanym adresem
(wyprowadziła się na stałe, zmarła, błąd próby)]
3. pod wskazanym adresem nikogo nie zastano] → przejść do opisu drugiej wizyty
4. wylosowana osoba będzie nieobecna przez cały okres realizacji badania
(jest w szpitalu, na wczasach, w wojsku, studiuje w innym mieście itd.)]
5. wylosowana osoba była chwilowo nieobecna] → przejść do
6. wylosowana osoba była nieobecna w uzgodnionym wcześniej terminie] pyt. A-D,J
7. wylosowana osoba była niesprawa (ciężko chora, głucha)
8. wylosowana osoba była w okresowej niedyspozycji (np. nietrzeźwość, grypa)]
9. wywiad przeprowadzono z wylosowaną osobą] → przejść do pyt. A-F,J
10. odmówiono udziału w badaniu] → przejść do pyt. A-D,G-J

A. Gdzie przebiegała aranżacja wywiadu?

1. W mieszkaniu
2. Na progu mieszkania przy otwartych drzwiach
3. Na progu mieszkania przez zamknięte drzwi
4. Przez domofon
5. Częstość przez domofon a reszta na progu mieszkania / w mieszkaniu
6. Przez telefon

B. W jaki sposób przebiegała aranżacja wywiadu?

1. Wygłoszono w całości formułę aranżacyjną (tekst umieszczony na początku kwestionariusza)
2. W aranżacji odwołano się tylko do treści otrzymanego przez respondenta listu zapowiedniego
3. Ankieter samodzielnie, z własnej inicjatywy wyjaśnił respondentowi/ rozmówcy cel badania, jak?
4. Rozmówca przerwał ankieterowi wygłaszanie standardowego tekstu aranżacji

C. Czy podczas aranżacji wywiadu rozmówca/respondent zadawał jakieś pytania dotyczące badań, wygłaszał na ich temat jakieś opinie, zgłaszał jakieś wątpliwości?

1. Tak → przejść do pyt. D
2. Nie

D. Jak to były pytania? / Jak to były opinie?/ Czego dotyczyły wątpliwości?
/w miarę możliwości proszę zastosować zapis rejestrujący/

.....

.....

E. Czy wylosowana osoba zgodziła się na wywiad

1. bardzo chętnie
2. raczej chętnie
3. raczej niechętnie
4. bardzo niechętnie?

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

.....

F. Opisz wrażenia respondenta po przeprowadzonym wywiadzie (Czy wyrażał jakieś opinie na temat sytuacji badania, jego tematu? Czy Twoim zdaniem respondent ten byłby skłonny wziąć udział w przyszłym badaniu? Odpowiadając na to pytanie użyj kategorii z pytania E.)

.....

.....

G. Czy udało się ustalić kim była osoba odmawiająca udzielenia wywiadu?

1. tak, była to osoba wylosowana na kandydata na respondenta
2. tak, była to osoba, która nie została wylosowana na kandydata na respondenta
3. nie, nie udało się tego ustalić

H. Czy odmowie towarzyszyły jakieś wypowiedzi? Czy osoba odmawiająca udziału w badaniu podała powód swojej rezygnacji?

1. Tak → przejść do pyt. I
2. Nie

I. Jakiego rodzaju wypowiedzi towarzyszyły odmowie? Jakiego powody odmowy zostały podane? /w miarę możliwości proszę zastosować zapis rejestrujący/

.....

.....

J. Inne uwagi i wrażenia ankietera z I wizyty:

.....

.....

OPIS DRUGIEJ WIZYTY

data.....

godzina.....

/właściwe podkreślić/

- | | | |
|---|---|-------------------------------------|
| 1. wskazano niewłaściwy adres
(brak budynku, mieszkania z takim numerem itd.) |] | → koniec |
| 2. wylosowana osoba nie mieszka pod wskazanym adresem
(wyprowadziła się na stałe, zmarła, błąd próby) | | |
| 3. pod wskazanym adresem nikogo nie zastano |] | → przejść do opisu ostatniej wizyty |
| 4. wylosowana osoba będzie nieobecna przez cały okres realizacji badania
(jest w szpitalu, na wczasach, w wojsku, studiuje w innym mieście itd.) |] | → przejść do
pyt. A-D, J |
| 5. wylosowana osoba była chwilowo nieobecna | | |
| 6. wylosowana osoba była nieobecna w uzgodnionym wcześniej terminie | | |
| 7. wylosowana osoba była niesprawa (ciężko chora, głucha) | | |
| 8. wylosowana osoba była w okresowej niedyspozycji (np. nietrzeźwość, grypa) |] | → przejść do pyt. A-F, J |
| 9. wywiad przeprowadzono z wylosowaną osobą | | |
| 10. odmówiono udziału w badaniu |] | → przejść do pyt. A-D, G-J |

A. Gdzie przebiegała aranżacja wywiadu?

1. W mieszkaniu
2. Na progu mieszkania przy otwartych drzwiach
3. Na progu mieszkania przez zamknięte drzwi
4. Przez domofon
5. Część przez domofon a reszta na progu mieszkania / w mieszkaniu
6. Przez telefon

B. W jaki sposób przebiegała aranżacja wywiadu?

1. Wygłoszono w całości formułę aranżacyjną (tekst umieszczony na początku kwestionariusza)
2. W aranżacji odwołano się tylko do treści otrzymanego przez respondenta listu zapowiedniego
3. Ankieter samodzielnie, z własnej inicjatywy wyjaśnił respondentowi/ rozmówcy cel badania, jak?
4. Rozmówca przerwał ankieterowi wygłaszanie standardowego tekstu aranżacji

C. Czy podczas aranżacji wywiadu rozmówca/respondent zgłaszał jakieś wątpliwości, zadawał jakieś pytania dotyczące badań bądź wygłaszał na temat badań jakieś opinie?

1. Tak → przejść do pyt. D
2. Nie

D. Jakie to były pytania? / Jakie to były opinie?/ Czego dotyczyły wątpliwości?
/w miarę możliwości proszę zastosować **zapis rejestrujący**/

.....
.....

E. Czy wylosowana osoba zgodziła się na wywiad

1. bardzo chętnie
2. raczej chętnie
3. raczej niechętnie
4. bardzo niechętnie

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

F. Opisz wrażenia respondenta po przeprowadzonym wywiadzie (Czy wyrażał jakieś opinie na temat sytuacji badania, jego tematu? **Czy Twoim zdaniem respondent ten byłby skłonny wziąć udział w przyszłym badaniu?** Odpowiadając na to pytanie użyj kategorii z pytania E.)

.....
.....

G. Czy udało się ustalić kim była osoba odmawiająca udzielenia wywiadu?

1. tak, była to osoba wylosowana na kandydata na respondenta
2. tak, była to osoba, która nie została wylosowana na kandydata na respondenta
3. nie, nie udało się tego ustalić

H. Czy odmowie towarzyszyły jakieś wypowiedzi? Czy osoba odmawiająca udziału w badaniu podała powód swojej rezygnacji?

1. Tak → przejść do pyt. I
2. Nie

I. Jakiego rodzaju wypowiedzi towarzyszyły odmowie? Jakie powody odmowy zostały podane?
/w miarę możliwości proszę zastosować **zapis rejestrujący**/

.....
.....

J. Inne uwagi i wrażenia ankietera z II wizyty:

.....
.....

OPIS OSTATNIEJ WIZYTY

data.....

godzina.....

/właściwe podkreślić/

1. wskazano niewłaściwy adres
(brak budynku, mieszkania z takim numerem itd.) → koniec
2. wylosowana osoba nie mieszka pod wskazanym adresem
(wyprowadziła się na stałe, zmiana, błąd próby) → koniec
3. pod wskazanym adresem nikogo nie zastano → koniec
4. wylosowana osoba będzie nieobecna przez cały okres realizacji badania
(jest w szpitalu, na wczasach, w wojsku, studiuje w innym mieście itd.)
5. wylosowana osoba była chwilowo nieobecna → przejść do
pyt. A-D, J
6. wylosowana osoba była nieobecna w uzgodnionym wcześniej terminie
7. wylosowana osoba była niesprawna (ciężko chora, głucha)
8. wylosowana osoba była w okresowej niedyspozycji (np. nietrzeźwość, grypa)
9. wywiad przeprowadzono z wylosowaną osobą → przejść do pyt. A-F, J
10. odmówiono udziału w badaniu → przejść do pyt. A-D, G-J
11. wylosowana osoba chwilowo odmawia udzielenia wywiadu /umówiono inny termin wizyty/ → przejść do
pyt. A-D, J

A. Gdzie przebiegała aranżacja wywiadu?

1. W mieszkaniu
2. Na progu mieszkania przy otwartych drzwiach
3. Na progu mieszkania przez zamknięte drzwi
4. Przez domofon
5. Część przez domofon a reszta na progu mieszkania / w mieszkaniu
6. Przez telefon

B. W jaki sposób przebiegała aranżacja wywiadu?

1. Wygłoszono w całości formułę aranżacyjną (tekst umieszczony na początku kwestionariusza)
2. W aranżacji odwołano się tylko do treści otrzymanego przez respondenta listu zapowiedniego
3. Ankieter samodzielnie, z własnej inicjatywy wyjaśnił respondentowi/ rozmówcy cel badania, jak?
4. Rozmówca przerwał ankieterowi wygłaszanie standardowego tekstu aranżacji

C. Czy podczas aranżacji wywiadu rozmówca/respondent zgłaszał jakieś wątpliwości, zadawał jakieś pytania dotyczące badań bądź wygłaszał na temat badań jakieś opinie?

1. Tak *przejdź do pyt. D*
2. Nie

D. Jakie to były pytania? / Jakie to były opinie?/ Czego dotyczyły wątpliwości?

/w miarę możliwości proszę zastosować zapis rejestrujący/

.....

.....

E. Czy wylosowana osoba zgodziła się na wywiad

1. bardzo chętnie
2. raczej chętnie
3. raczej niechętnie
4. bardzo niechętnie?

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

.....

F. Opisz wrażenia respondenta po przeprowadzonym wywiadzie (Czy wyrażał jakieś opinie na temat sytuacji badania, jego tematu? **Czy Twoim zdaniem respondent ten byłby skłonny wziąć udział w przyszłym badaniu?** Odpowiadając na to pytanie użyj kategorii z pytania E.)

.....

.....

G. Czy udało się ustalić kim była osoba odmawiająca udzielenia wywiadu?

1. tak, była to osoba wylosowana na kandydata na respondenta
2. tak, była to osoba, która nie została wylosowana na kandydata na respondenta
3. nie, nie udało się tego ustalić

H. Czy odmowie towarzyszyły jakieś wypowiedzi? Czy osoba odmawiająca udziału w badaniu podała powód swojej rezygnacji?

1. Tak *→ przejdź do pyt. I*
2. Nie

I. Jakiego rodzaju wypowiedzi towarzyszyły odmowie? Jakie powody odmowy zostały podane?
/w miarę możliwości proszę zastosować zapis rejestrujący/

.....

.....

J. Inne uwagi i wrażenia ankietera z ostatniej wizyty:

.....

.....

Uniwersytet Łódzki

Instytut Socjologii

Katedra Metod i Technik**Badań Społecznych**

90-214 Łódź, ul. Rewolucji 1905r. 41/43

Telefon kontaktowy: 635 52 54

Szanowni Państwo,

Zwracamy się do Państwa z prośbą o wzięcie udziału w badaniach naukowych prowadzonych przez Katedrę Metod i Technik Badań Społecznych w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego.

W tym celu chcielibyśmy się skontaktować z osobami, które zgodnie z relacją studentów-ankieterów, z różnych powodów nie mogły wziąć udziału we wcześniej organizowanym przez Uniwersytet badaniu (wizyta ankietera miała miejsce w).

W ciągu najbliższych dni zgłosi się do Państwa nasz współpracownik, który przekaze wszelkie informacje dotyczące obecnego badania i odpowie na Państwa pytania. Osoba ta, będzie mieć przy sobie UPOWAŻNIENIE wystawione przez Uniwersytet Łódzki.

Osoby, które wyrażą zgodę i wezmą udział w badaniu otrzymają wynagrodzenie finansowe.

W razie jakichkolwiek wątpliwości możecie Państwo uzyskać dodatkową informację od p. Katarzyny Grzeszkiewicz pod numerem telefonu 635 52 54 (w środy godz. 10⁰⁰–12⁰⁰).

Z wyrazami szacunku

Łódź,

KARTA REALIZACJI BADANIA

Imię i nazwisko współpracownika

.....

TERMINY WIZYT I ICH PODSTAWOWY OPIS:

Pierwsza wizyta:

Data.....

- a) pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
b) inna sytuacja – opis w karcie nr

Druga wizyta:

Data.....

- a) pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
b) inna sytuacja – opis w karcie nr

Trzecia wizyta:

Data.....

- a) pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
b) inna sytuacja – opis w karcie nr

Czwarta wizyta:

Data.....

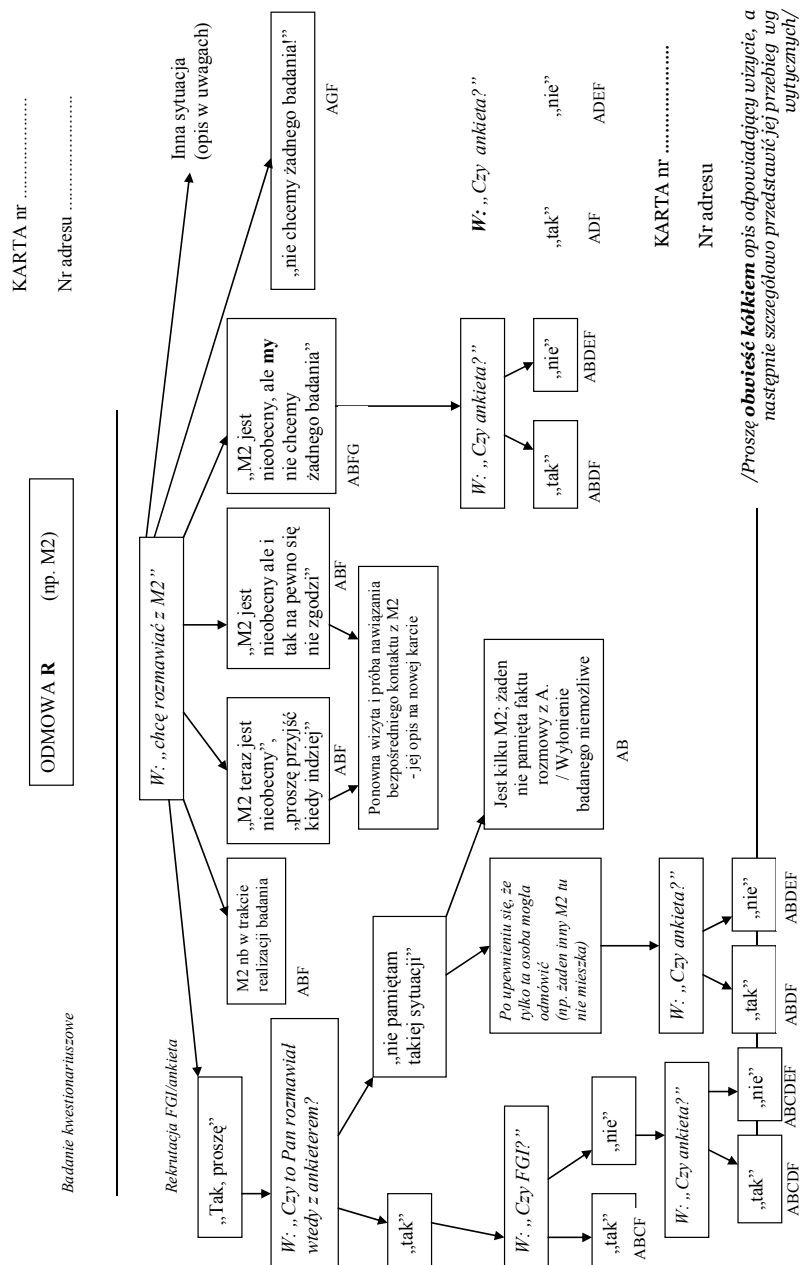
- a) pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
b) inna sytuacja – opis w karcie nr

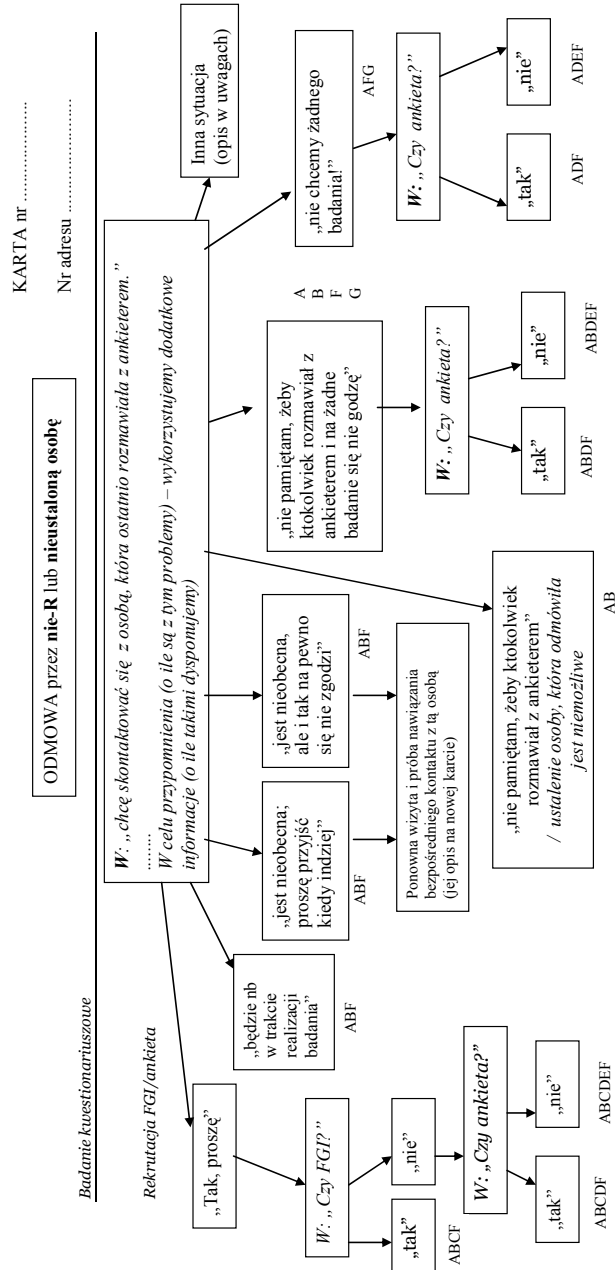
Piąta wizyta:

Data.....

- a) pod wskazanym adresem nikogo nie zastano
b) inna sytuacja – opis w karcie nr

nr adresu
kto miał być R
adres
nr domu
nr mieszkania
KIEDY
GDZIE
JAK
kto odmówił
wypowiedź rozmówcy
Uwagi:
kogo TERAZ szukać





/Proszę obwiesić kółkiem opis odpowiadający wizycie, a następnie szczegółowo przedstawić jej przebieg wg wytycznych/

Dotyczy KARTY nr

Nr adresu

A. Gdzie miał miejsce kontakt z rozmówcą (ze wskazanego adresu)?

1. tylko przez domofon, przez zamknięte drzwi itd.
2. początkowo przez domofon (lub zamknięte drzwi), później na progu mieszkania przy otwartych drzwiach (lub w mieszkaniu) itd.
3. od razu na progu mieszkania, przez furtkę, w mieszkaniu itd.

Uwagi, inne sytuacje

B. Czy były jakieś problemy z ustaleniem KTO odmówił uczestnictwa w badaniu kwestionariuszowym? Na czym one polegały?

Czy współpracownik powoływał się na dodatkowe informacje: termin wizyty ankietera, płeć ankietera, sposób komunikowania się (np. przez domofon), płeć osoby z którą rozmawiał ankieter, ilość wizyt, list zapowiedni?

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

C. Jaka była reakcja wyłonionej osoby na propozycję wzięcia udziału w FGI?**1. zgodzono się na udział w badaniu i podano dane osobowe**

Czy zgłaszano jakieś pytania, wątpliwości, opinie odnośnie FGI? Czego one dotyczyły?

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

2. odmówiono udziału w badaniu z powodu nie pasującego terminu badania ale zgodzono się podać dane osobowe (do ewentualnej rekrutacji w innym terminie)

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

3. odmówiono udziału w badaniu z innych powodów

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

D. Jaka była reakcja wyłonionej osoby na propozycję wypełnienia ankiety na miejscu?1. zgodzono się – ankieta wypełniona

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

.....

.....

.....

.....

2. odmówiono wypełnienia ankiety

Proszę dokładnie opisać tę sytuację

.....

.....

.....

.....

E. Co można powiedzieć o wykształceniu, kompetencjach intelektualnych, sytuacji materialnej, wieku, płci osoby która odmówiła?

.....

.....

.....

.....

F. Reakcja na zapowiedź gratyfikacji finansowej. **Czy rozmówca z własnej inicjatywy wywoływał wątek gratyfikacji finansowej? Czy odnośnie gratyfikacji zadawał jakieś pytania, formułował jakieś opinie? Czy, Twoim zdaniem, zapowiedź gratyfikacji / wysokości kwoty miała wpływ na jego decyzję?**

.....

.....

.....

.....

G. Jakie wypowiedzi towarzyszyły odmowie?

.....

.....

.....

.....

Inne uwagi i spostrzeżenia

.....

.....

.....

.....

.....

Załącznik 7

Tabela 9

Wartości statystyk opisowych dla poszczególnych współczynników realizacji
na poziomie kraju

	$\bar{y}$	σ	Roczne tempo wzrostu	Średnie roczne tempo wzrostu*
WSPÓŁCZYNNIK ODPOWIEDZI RR6				
1993	85,1	2,5	–	–2,28%
1995	82,5	2,9	–1,5% ^a	
1997	81,6	2,3	–0,5% ^a	
1998	80,4	2,0	–1,5%	
2000	74,3	1,9	–3,8% ^a	
2001	71,2	2,3	–4,1%	
2002	70,9	2,5	–0,4%	
2003	67,6	3,5	–4,7%	
WSPÓŁCZYNNIK KONTAKTÓW CON3				
1993	90,9	2,1	–	–0,32%
1995	89,8	2,6	–0,6% ^a	
1997	90,5	1,8	0,4% ^a	
1998	90,3	1,6	–0,2%	
2000	89,6	2,2	–0,4% ^a	
2001	88,9	1,3	–0,8%	
2002	87,5	2,2	–1,6%	
2003	88,0	2,8	0,6%	
WSPÓŁCZYNNIK ODMÓW REF3				
1993	5,1	0,90	–	14,61%
1995	6,0	1,24	9,2% ^a	
1997	7,8	1,47	14,3% ^a	
1998	9,0	1,36	16,3%	
2000	14,4	1,30	29,4% ^a	
2001	16,7	1,80	16,6%	
2002	15,4	2,30	–8,1%	
2003	20,0	1,41	29,9%	
WSPÓŁCZYNNIK KOOPERACJI COOP4				
1993	94,17	1,08	–	–2,01%
1995	92,98	1,38	–0,6% ^a	
1997	91,10	1,66	–1,0% ^a	
1998	89,61	1,46	–1,6%	
2000	83,30	1,23	–3,5% ^a	
2001	80,50	2,00	–3,4%	
2002	81,87	2,48	1,7%	
2003	76,86	2,21	–6,1%	

*Średnia geometryczna przy n=11

^a Wielkość uśredniona.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 10

Wartości statystyk opisowych dla poszczególnych współczynników realizacji
w klasach miejscowości

	WIEŚ	Miasto do 19,9 tys.	Miasto 20–49,9 tys.	Miasto 50–99,9 tys.	Miasto 100–499,9 tys.	Miasto pow. 500 tys.
	1	2	3	4	5	6
WSPÓLCZYNNIK ODPOWIEDZI RR6						
Średnia arytmetyczna						
1993	92,1	87,7	83,5	84,4	78,6	71,8
1995	90,0	84,5	80,9	80,9	77,0	67,0
1997	89,6	81,2	80,7	79,2	76,5	66,3
1998	89,3	82,6	80,2	79,7	73,0	60,6
2000	86,5	76,3	73,4	72,3	65,3	47,7
2001	83,2	74,8	67,9	67,2	64,2	45,3
2002	81,5	70,5	67,4	68,3	65,4	50,4
2003	79,3	69,9	63,1	60,7	59,8	47,5
Średnie roczne tempo wzrostu*						
	-1,48%	-2,25%	-2,76%	-3,24%	-2,70%	-4,05%
WSPÓLCZYNNIK KONTAKTÓW CON4						
Średnia arytmetyczna						
1993	95,0	91,9	88,2	89,4	86,9	85,9
1995	93,9	90,8	88,1	88,5	87,0	82,3
1997	94,3	89,9	89,4	88,2	88,6	84,6
1998	94,2	90,6	89,8	90,1	86,7	83,4
2000	94,0	90,1	88,8	87,5	86,8	81,5
2001	92,8	89,0	88,3	87,0	86,5	81,8
2002	91,5	86,8	86,1	86,4	84,5	81,7
2003	91,5	88,0	83,3	81,9	91,6	79,6
Średnie roczne tempo wzrostu*						
	-0,38%	-0,43%	-0,57%	-0,87%	0,52%	-0,76%
WSPÓLCZYNNIK ODMÓW REF3						
Średnia arytmetyczna						
1993	2,3	3,6	4,6	4,5	7,7	12,6
1995	2,6	4,7	6,5	6,0	9,1	13,4
1997	3,6	8,0	7,7	8,0	11,0	16,4
1998	4,2	7,1	8,6	9,4	13,0	21,2
2000	6,6	12,9	14,3	14,8	20,3	32,0
2001	8,6	13,4	19,7	19,1	21,4	35,2
2002	8,6	15,0	17,8	17,5	18,0	30,0
2003	11,8	18,1	19,8	20,8	31,3	31,4
Średnie roczne tempo wzrostu*						
	17,58%	17,43%	15,76%	16,61%	15,09%	9,55%

Tabela 10 (cd.)

	1	2	3	4	5	6
WSPÓLCZYNNIK KOOPERACJI COOP4						
Średnia arytmetyczna						
1993	97,5	96,0	94,8	94,9	91,1	85,0
1995	97,1	94,7	92,5	93,1	89,4	83,4
1997	96,2	91,0	91,2	90,9	87,5	80,2
1998	95,6	92,1	90,2	89,4	84,9	74,1
2000	92,9	85,6	83,7	83,1	76,3	59,8
2001	90,6	84,8	77,4	77,9	75,0	56,3
2002	90,4	82,4	79,1	79,7	78,4	62,7
2003	87,0	79,3	76,0	74,4	65,6	60,2
Średnie roczne tempo wzrostu*						
	-1,13%	-1,89%	-2,19%	-2,40%	-3,23%	-3,38%

* Średnia geometryczna przy n=11

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 11

Wartości statystyk opisowych dla poszczególnych typów odmów (wg CBOS)
na poziomie kraju

	/3/	/4/	/10/	/11/	/12/	/13/	/14/	/15/	/16/
Średnia arytmetyczna									
1993	2,6	0,3	0,5	0,4	0,9	0,1	0,2	0,2	0,5
1995	3,0	0,2	0,7	0,6	1,2	0,1	0,3	0,3	0,7
1997	4,4	0,5	0,8	0,6	1,2	0,1	0,2	0,3	0,8
1998	5,5	0,7	1,0	0,6	1,2	0,1	0,2	0,2	0,8
2000	9,6	1,0	1,3	1,0	1,8	0,2	0,2	0,4	1,4
2001	11,6	1,2	1,5	0,9	2,0	0,2	0,2	0,5	1,4
2002	11,8	1,5	1,0	0,8	1,7	0,1	0,2	0,4	0,8
Średnie roczne tempo wzrostu*									
	18,01%	17,34%	7,96%	6,09%	7,66%	3,42%	-1,42%	6,32%	4,87%

*Średnia geometryczna przy n=10

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 12

Wartości statystyk opisowych dla odsetka odmów wpuszczenia do mieszkania
(wśród jednostek skontaktowanych) w klasach miejscowości

	<i>WIEŚ</i>	<i>Miasto do 19,9 tys.</i>	<i>Miasto 20–49,9 tys.</i>	<i>Miasto 50–99,9 tys.</i>	<i>Miasto 100–499,9 tys.</i>	<i>Miasto pow. 500 tys.</i>
	Średnia arytmetyczna					
1993	0,7	2,4	2,6	2,8	4,3	6,7
1995	0,8	2,6	3,8	3,5	5,0	6,0
1997	1,7	4,3	4,0	4,5	7,5	8,8
1998	1,9	3,9	5,4	6,3	8,9	13,6
2000	3,5	8,3	8,9	11,1	14,3	23,3
2001	4,6	8,1	14,6	14,2	15,3	27,9
2002	5,4	11,2	13,6	15,3	15,2	23,6
	Średnie roczne tempo zmian*					
	26,06%	18,63%	20,15%	20,74%	14,99%	15,10%

* Średnia geometryczna przy n=10

Źródło: Opracowanie własne

SCENARIUSZ FGI

ARANŻACJA

1. Powitanie, podziękowanie za przyjęcie propozycji udziału w badaniu
2. Przedstawienie się moderatora i uczestników

Ja nazywam się Katarzyna Grzeszkiewicz. Mam 32 lata. Pracuję w Katedrze Metod i Technik Badań Społecznych w Instytucie Socjologii. Na co dzień prowadzę zajęcia ze studentami, natomiast dzisiaj wystąpię w innej roli – poprowadzę z Państwem to spotkanie. Jeśli chodzi o życie prywatnie – mam męża, 5 letnią córkę (...)

Teraz poproszę abyście Państwo się przedstawili. Proszę aby każdy z Państwa spróbował także powiedzieć – co dobrego, milego, przyjemnego ostatnio go spotkało. Co Państwa ostatnio ucieszyło? (To może być jakaś drobna rzecz. Może ktoś z Państwa miał okazję zająć się tym czym lubi, może jakieś hobby... Może coś fajnego w telewizji Państwo oglądaliście?)

Po przedstawieniu się, moderator rozdaje uczestnikom kolorowe karteczki, prosi o wypisanie na nich swoich imion, postawienie przed sobą na stole.

3. Przedstawienie tematu spotkania

Na dzisiejszym spotkaniu będziemy rozmawiać o badaniach, o takich sytuacjach, w których do naszych domów pukają osoby, przedstawiające się jako ankietery. Proszą nas o rozmowę, o wpuszczenie do mieszkania i udzielenie odpowiedzi na różne pytania, które zawarte są w ankiecie. Takie badania odbywają się w Polsce coraz częściej. Większość z nas miała już z nimi jakiś kontakt – społeczeństwo jest informowane o wynikach badań; ludzie proszeni są o wzięcie w nich udziału. Jedni uczestniczą, inni nie. Chcielibyśmy porozmawiać o tym co ludzie myślą na temat tego rodzaju badań. Zanim jednak do tego przejdziemy chciałabym przedstawić Państwu informacje dotyczące tego jak przebiegają takie spotkania.

4. Przedstawienie reguł działania grupy

- *Spotkaliśmy się tu, żeby wspólnie porozmawiać. Ta rozmowa będzie przebiegała w sposób podobny do tego, w jaki rozmawiamy, dyskutujemy w gronie rodziny czy przyjaciół. Moją rolą będzie poddawanie Państwu tematów tej dyskusji. W spotkaniu nie chodzi o sprawdzanie niczyjej wiedzy, ale o wymianę poglądów i doświadczeń.*

Każda wypowiedź jest dobra, nie ma odpowiedzi złych. Chciałabym żebyście Państwo czuli się tu swobodnie. Możecie między sobą rozmawiać, pytać mnie i siebie nawzajem.

- *Każdy uczestnik ma prawo do przedstawienia swojego poglądu i pozostania przy nim. Nie spotkaliśmy się tu po to aby dojść do jakiegoś jednego wniosku – nie obowiązuje jednomyślność.*
- *Co pewien czas spróbuję podsumować to, co zostało powiedziane, by upewnić się, że wypowiedzi Państwa zrozumiałam właściwie.*
- *Uprzejmie proszę o zabieranie głosu pojedynczo.*
- *Spotkanie będzie rejestrowane na kasecie video – rejestracja jest konieczna, gdyż nie mam możliwości dokładnego zapamiętania tego co Państwo mówicie; natomiast zapisywanie wypowiedzi w trakcie spotkania bardzo wydłużyłoby czas naszej rozmowy. Używamy kaset video, ponieważ jakość zapisu magnetofonowego nie zawsze jest zadowalająca, trudno odróżnić kto się wypowiada.*
- *Po dokonaniu opracowania wszystkie materiały są niszczone. Ani kaset, ani żadne inne materiały dotyczące uczestników spotkania nie zostaną ujawnione nikomu spoza zespołu badawczego.*
- *Czas trwania spotkania przewidujemy na ok. 2 godz.*
- *Czy macie Państwo jakieś pytania?*

Dyrektywy ogólne postępowania moderatora:

1. Podstawowym celem aranżacji jest:
 - przekazanie uczestnikom koniecznych i wyczerpujących informacji na temat badania
 - dążenie do obniżenia lęku uczestników, wzbudzenie zaufania i poczucia bezpieczeństwa.
2. Staramy się zachować równowagę między warstwą zadaniową a emocjonalną, jednakże ostatecznie najważniejsza jest dla nas warstwa zadaniowa. Generalnie staramy się motywować łagodnie uczestników, zachęcać, akcentujemy wagę ich pomysłów. Pytania generalnie kierujemy do całej grupy niż poszczególnych uczestników. Motywujemy do zabrania głosu, te osoby, które się nie wypowiadają.
3. Zaczynamy od pytań ogólnych, uszczegóławiając je w miarę rozwijania się wątków.

4. W kwestii czasu potrzebnego uczestnikom do uporania się z poszczególnymi fazami sesji, pozostawiamy sprawę otwartą w granicach rozsądku.
 5. We wprowadzeniach do części 2 i 3 – istotne jest aby zbudować bezpieczną atmosferę wokół problemu odmawiania – przedstawić odmowę jako zachowanie normalne, całkowicie dopuszczalne (uprawnione), nie odosobnione. Staramy się też nie posługiwać sformułowaniami „odmowa”, „odmawiać”, zastępując je „nieuczestniczeniem”, „rezygnacją”, „nie braniem udziału”.
-

CZĘŚĆ 1

Rekonstrukcja wiedzy na temat badań ankietowych

Każdemu z nas znana jest taka sytuacja, w której puka do drzwi ankieter, zachęca do wzięcia udziału w badaniu, prosi o rozmowę, o udzielenie odpowiedzi na jakieś pytania.

A) O co, z reguły, ludzie są pytani w takich ankietach? Czego mogą dotyczyć te pytania? Jakich spraw? Jakich informacji o nas się poszukuje?

Moderator zapisuje odpowiedzi na dużym arkuszu (tablicy). Podobne wątki zamieszcza obok siebie – stara się je grupować (nie wprowadza jednak nazw typu: badania rynkowe, badania opinii publicznej itd.) Jeżeli nie pojawiły się propozycje nawiązujące do badań opinii publicznej, wątek ten próbuje wywołać pytaniem:

Czasami o wynikach takich badań możemy dowiedzieć się z gazety, albo telewizji..... Dowiadujemy się, że np. 55% Polaków z czymś się zgadza, w jakiejś sprawie ma pogląd taki a taki..... O jakie sprawy może chodzić? O co wtedy ludzie są pytani?

B) Wymieniliście tu Państwo kwestie, pytania, jakie zadają ankieterzy. Czy Państwa zdaniem badania na takie tematy powinny być robione? Czy ludzie powinni o takie rzeczy być pytani?

Dlaczego?

Czemu, komu to służy? Jak te informacje są wykorzystywane? Kto jest zainteresowany wynikami takich badań? (Kto może z tego korzystać, kto z tego korzysta? W jakim celu zbiera się te informacje?)

A czy ludzie w ogóle wiedzą, interesują się tym jaki użytek robi się z tych badań?

Jak to Państwo oceniacie? Jak oceniacie ten sposób korzystania z wyników? Czy jest on dobry czy zły? Czy wyniki badań są wykorzystywane tak jak być powinny?

Jeżeli „nie” – Czy wyniki takich badań można wykorzystać w jakiś lepszy sposób? Czy mogą być wykorzystane w jakiś innych przydatnych celach? W jakich?

Czy to dobrze, że się publikuje, ogłasza wyniki badań?

Czy ludzie, zwykli ludzie są zainteresowani wynikami badań, czy zwykli ludzie korzystają z tych wyników?

Czy to dobrze, czy źle, że z tych informacji korzystają politycy? Jak Państwo to oceniacie?

PODSUMOWANIE

CZĘŚĆ 2

Doświadczenia respondenckie

Takich badań, o których mówimy, jest organizowanych w Polsce dużo, zdecydowanie więcej niż jeszcze 10 lat temu. Chciałabym zapytać o Państwa doświadczenia – czy proponowano Wam udział w takich badaniach? Jak często?

Pytania szczegółowe:

1. *Czego dotyczyły te badania? Jakie to były badania? Kiedy to było? Czy dostała Pani list powiadamiający o wizycie ankietera? (żądanie dokładniejszej charakterystyki).*
2. *Czy wziął(a) P. udział w tym badaniu?*
3. *A jak wyglądała ta sytuacja?*

PODSUMOWANIE

CZĘŚĆ 3

Postrzegane przyczyny odmów i chęci udziału w badaniach

Rekonstrukcja portretu osoby odmawiającej i zgadzającej się na wywiad

Jak już powiedzieliśmy, jest rzeczą zupełnie normalną i oczywistą, że kiedy organizuje się badanie to z góry wiadomo, że część ludzi będzie chciała wziąć w nim udział, a część nie; tym bardziej, że udział w badaniach jest dobrowolny.

A) *Czy Państwa zdaniem ludzie chętnie biorą udział w badaniach? Jak duża część zgadza się a jaka część rezygnuje?*

B) *A dlaczego Państwa zdaniem część ludzi zgadza się brać udział w takich badaniach a część nie? Od czego to zależy, że jedni się godzą, inni rezygnują?*

Pytanie uszczegóławiające w trakcie dyskusji:

Jacy ludzie biorą udział w badaniach a jacy nie biorą? Co możemy o nich powiedzieć? Jacy oni są?

Po spontanicznych wypowiedziach przedstawiamy **ZADANIE**. Każdemu uczestnikowi wręczamy kopertę ze zdjęciami¹. Prosimy o wyjęcie zdjęć z kopert.

Proszę, wyobraźcie sobie Państwo, że podjęliście pracę ankietera – takiej osoby, której zadaniem jest zachęcenie ludzi do wzięcia udziału w badaniu i przeprowadzenie rozmów z tymi osobami. Być może nie wszyscy chcieliby pracować w takim charakterze, ale założmy, że płaca jest niesłychanie satysfakcjonująca. Spróbujcie Państwo na chwilę postawić się w takiej roli.

A) *Przyjrzyjcie się Państwo teraz zdjęciom i powiedzcie, do której z tych osób poszlibyście najpierw, w pierwszym rzędzie, z przekonaniem, że zgodzi się wziąć udział w takim badaniu – wpuści Was do domu, bez problemu, chętnie zgodzi się uczestniczyć. Proszę, aby każdy z Państwa wybrał jedną taką fotografię.*

W przypadku problemów z wyborem prosimy o wybranie fotografii, która najbliższa jest „ideału”.

Dlaczego Wybraliście Państwo te zdjęcia? Z jakiego względu je wybraliście? Kogo one przedstawiają? Co jest na nich takiego, że uważacie, iż osoba ta na pewno by się zgodziła porozmawiać z Wami? Dlaczego P. uważa, że ta osoba na pewno się zgodzi?

¹ 28 fotografii portretowych. Zdjęcie do badania zostały wybrane metodą sędziów.

Prosimy o wypowiedź każdego uczestnika osobno. Po wstępnej interpretacji kierunkujemy wypowiedzi poprzez pytania:

Wybrał(a) Pan(i) tę postać. Czy moglibyśmy powiedzieć coś na temat:

- *jej pewności siebie? Czy to jest osoba pewna siebie czy raczej osoba, której brak takiej pewności (lękliwa?)*
- *zaufania do innych? Czy ta osoba ufa innym czy może jest nieufna?*
- *jej sytuacji materialnej? Czy to jest osoba majątna czy raczej skromnie żyjąca?*
- *jej sytuacji osobistej? Czy taka osoba jest szczęśliwa czy raczej nieszczęśliwa? Ma problemy w życiu, jakieś kłopoty czy raczej ich nie ma? Ma dobrą czy złą sytuację domową osobistą?*
- *czy ta osoba mieszka samotnie, czy z rodziną?*
- *jej ilości czasu wolnego?*
- *jej wykształcenia?*
- *jej zainteresowania bieżącymi sprawami kraju? Czy ta osoba jest interesuje się tymi sprawami czy nie jest zainteresowana?*
- *jak ta osoba ocenia sytuację polityczną i gospodarczą w kraju? Czy według niej sytuacja ta jest w Polsce dobra czy zła?*
- *czy ta osoba ma zaufanie do rządzących (do władz)? Czy ona generalnie ufa czy nie ufa rządzącym?*
- *na temat udziału w wyborach tej osoby? Czy ona chodzi na wybory czy raczej nie chodzi?*

B) Prosimy o wskazanie ze zdjęć postaci, która na pewno nie zgodzi się uczestniczyć w badaniu; osoby, do której badani nie zwróciliby się z prośbą o wywiad, bo z całą pewnością odmówi (dalej według tego samego schematu).

PODSUMOWANIE

(omówienie dokonanych wyborów – zbieżności i różnice)

CZĘŚĆ 4

Prośba o wypełnienie ankiety. Podziękowanie badanym za udział w spotkaniu. Wypłacenie honorariów.

SPIS TABEL

Rozdział 1	
1. Adaptacja schematu klasyfikacyjnego CBOS do kategorii AAPOR	33
Rozdział 3	
1. Średnie wartości odsetka odpowiedzi dla trzech technik zbierania materiałów uzyskane w trzech opracowaniach meta-analitycznych	82
2. Wartości odsetka odpowiedzi w ankietach <i>e-mail</i> według roku	88
3. Rezultaty badań poświęconych czynnikom wpływającym na odsetek odpowiedzi w ankiecie pocztowej w różnych podejściach badawczych	92
4. Rezultaty meta-analiz poświęconych czynnikom wpływu na odsetek odpowiedzi w sondażach	94
Rozdział 5	
1. Średnie współczynnika odmów dla <i>NES</i> , <i>SCA</i> oraz <i>GSS</i>	156
2. Wartości współczynników realizacji dla poszczególnych krajów w trzech rundach <i>Europejskiego Sondażu Społecznego</i>	162
3. Wartości współczynnika korelacji <i>r</i> <i>Persona</i> między poszczególnymi odsetkami realizacji.....	166
4. Wartości współczynnika korelacji <i>r</i> <i>Persona</i> między współczynnikiem kooperacji COOP4 a korelatami absencji wyborczej, dla N=67	195
5. Macierz korelacji dla zmiennych użytych w analizie regresji	197
6. Wyniki analizy regresji (metoda stepwise)	198
Aneks	
1. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 1993 roku	355
2. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 1995 roku	356
3. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 1997 roku	357
4. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 1998 roku	358
5. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 2000 roku	359
6. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 2001 roku	360
7. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 2002 roku	361
8. Charakterystyka prób i odpowiadających im materiałów w badaniach <i>APiW</i> w 2003 roku	362
9. Wartości statystyk opisowych dla poszczególnych współczynników realizacji na poziomie kraju.....	373
10. Wartości statystyk opisowych dla poszczególnych współczynników realizacji w klasach miejscowości	374
11. Wartości statystyk opisowych dla poszczególnych typów odmów (wg CBOS) na poziomie kraju.....	375
12. Wartości statystyk opisowych dla odsetka odmów wpuszczenia do mieszkania (wśród jednostek skontaktowanych) w klasach miejscowości	376

SPIS WYKRESÓW

Rozdział V

1. Wartości współczynników RR6, COOP4, REF3, CON3 w latach 1993–2003 dla kraju	165
2. Wartości współczynnika odpowiedzi RR6 w poszczególnych latach dla kraju	167
3. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika odpowiedzi RR6 w poszczególnych klasach miejscowości	168
4. Wartości współczynnika kontaktów CON3 w poszczególnych latach dla kraju	169
5. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika kontaktów CON3 w poszczególnych klasach miejscowości	170
6. Wartości współczynnika odmów REF3 w poszczególnych latach dla kraju	171
7. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika odmów REF3 w poszczególnych klasach miejscowości	172
8. Wartości współczynnika kooperacji COOP4 w poszczególnych latach dla kraju	173
9. Średnie roczne wartości (arytm.) współczynnika kooperacji COOP4 w poszczególnych klasach miejscowości	175
10. Średnie (arytm.) odsetków różnych typów odmów wśród jednostek skontaktowanych na przestrzeni 1993–2002 dla kraju	176
11. Odsetek odmów wpuszczenia do mieszkania /3/ wśród jednostek skontaktowanych w poszczególnych klasach miejscowości	178
12. Krzywe przedstawiające przebieg zmiennej zależnej i dwóch predyktorów	199

SPIS ZESTAWIEŃ

Rozdział I

1. Rezultaty rekrutacji I	43
---------------------------------	----

Rozdział IV

1. Pytania zadawane ankietom w fazie aranżacji wywiadu	143
2. Wypowiedzi w trybie orzekającym pochodzące od osób odmawiających udzielenia wywiadu (według relacji ankietów)	145

SPIS RYSUNKÓW

Wprowadzenie

1. Model kooperacji w badaniu sondażowym	15
--	----