

Małgorzata Stefanowska

### PRÓBA PORÓWNIANIA ODPOWIEDZI NA PYTANIA PREKATEGORYZOWANE I OTWARTE W BADANIACH NAD KONSUMPCJĄ KULTURALNĄ

Wydaje się, że badania nad konsumpcją kulturalną wymagają stosowania szczególnie precyzyjnych metod ze względu na specyfikę samego przedmiotu badania.

Znana jest tendencja do „zawyzania” konsumpcji kulturalnej przez respondentów. Jest ona następstwem przyjęcia rozpowszechnionego modelu „człowieka kulturalnego”. Model ten w różnych środowiskach charakteryzować się może nieco odmiennymi cechami, lecz posiada pewien stały zespół właściwości. Należy do nich czytanie książek i prasy, oglądanie filmów, programów TV, bywanie w teatrze, słuchanie audycji radiowych. Zespół podstawowych cech modelu to wartości najpowszechniej dostępne w wyniku polityki kulturalnej państwa.

Wzrost poziomu wykształcenia ogółu ludności, rozwinięcie sieci instytucji kulturalno-oświatowych: kin, teatrów, bibliotek, domów kultury, rozpowszechnienie środków masowego przekazu i równoczesny silny nacisk położony na pozytywne wartości płynące z uczestnictwa w kulturze spowodowały wzrost aspiracji kulturalnych społeczeństwa, które nie zawsze są realizowane. Nastąpiło zjawisko zaakceptowania modelu nie zawsze realizowanego w rzeczywistości. Niespełnianie cech modelu „człowieka kulturalnego” — uznanej, pozytywnej wartości — traktowane jest jako rzecz wstydliva.

W związku z pojawiającą się w wielu badaniach nad konsumpcją kulturalną tendencją do podawania informacji zawyż-

jących poziom kulturalny respondenta nasuwa się potrzeba wypracowania narzędzia badawczego, pozwalającego przynajmniej w części wyeliminować tego rodzaju zafałszowania.

Przedstawione rozważania dotyczyć będą poszukiwań maksymalnie trafnej formy stawiania pytań o konsumpcję kulturalną w wywiadzie kwestionariuszowym. Problem polega na tym, że interesujące nas informacje na ogół można uzyskać stosując jeden z dwu podstawowych typów pytań: bądź tzw. „pytanie otwarte” — nie sugerujące zazwyczaj żadnej odpowiedzi, bądź też tzw. „pytanie prekategoryzowane” — zawierające szereg możliwych odpowiedzi, z których respondent wybiera określoną liczbę najbardziej mu odpowiadających. Rzadko ma miejsce sytuacja, w której sam postawiony problem narzuca konieczność zastosowania określonego typu pytania; badacz najczęściej intuicyjnie decyduje się na wybór jednej z alternatyw.

Powstaje wątpliwość, czy wybór ów zawsze jest trafny, czy zastosowane pytanie lub bateria pytań przyniesie informację najbardziej zbliżoną do rzeczywistości.

Wydawało się zatem pożądane dokonać analiz ułatwiających podejmowanie decyzji wyboru formy pytań w odniesieniu do wybranych zagadnień problematyki kulturalnej.

### Badanie pierwotne

Okazję do podjęcia problemu alternatywnych pytań stworzyły badania kwestionariuszowe na temat zainteresowań kulturalnych mieszkańców Piotrkowa Trybunalskiego. Badania te zorganizowane przez Pracownię Analiz Rynku Czytelniczego Łódzkiego Wydawnictwa Prasowego, kierowaną przez L. Dębowskiego, zostały przeprowadzone w październiku 1969 r. Zebrano 298 wywiadów kwestionariuszowych, które przeprowadzano z osobami stanowiącymi próbkę reprezentatywną mieszkańców Piotrkowa Trybunalskiego w wieku od 16 do 69 lat. Ankieterami było 10 studentów IV i V roku socjologii UŁ. Kwestionariusz liczył 110 pytań, w większości dotyczących konsumpcji kulturalnej. Znaczną ich część stanowiły pytania prekategoryzowane. Niektóre z nich

były dokładnym powtórzeniem pytań stosowanych w kwestionariuszach innych badań.

Układając kwestionariusz badań zdecydowano się na prekategoryzację większości pytań, głównie ze względu na łatwość i szybkość późniejszego opracowania, natomiast włączenie pytań identycznych w swej formie i treści z pytaniami stosowanymi w innych badaniach miało stworzyć podstawę do pełnej porównywalności wyników z wynikami uzyskanymi w badaniach podobnego typu.

Przy niektórych jednakże pytaniach szczególnie ostro nasuwała się wątpliwość, czy są one adekwatne w stosunku do postawionego problemu badawczego, innymi słowy — czy problem badawczy został właściwie „przełożony” na „język pytań”. W jakiej mierze zmieniłyby się uzyskane wyniki badań, gdyby inaczej sformułowano owe pytania?

### Badanie powtórne

Rozstrzygnięcie tego problemu mogło nastąpić tylko w wyniku powtórnego dotarcia do tych samych respondentów i zadania im odmiennie sformułowanych pytań.

W tym celu z całej przebadanej 298-osobowej próbki postanowiono wybrać grupę liczącą około 50 osób. Dobór ten nie był przypadkowy; zamiast losowania zastosowano wybór wedle określonych kryteriów. Początkowo zamierzano zastosować trzy generalne kryteria:

1. Poziom wykształcenia. Chciano rozmawiać z osobami posiadającymi wykształcenie nie wyższe od niepełnego średniego ogólnokształcącego i średniego technicznego.
2. Ilość wywiadów przeprowadzonych dziennie przez jednego ankietera. Zamierzano dotrzeć do osób, z którymi rozmawiali ankieterzy przeprowadzający w danym dniu 5 i więcej wywiadów.
3. Sytuacja wywiadu — charakteryzująca się brakiem osób trzecich.

Dlaczego zdecydowano się na dobór wedle takich właśnie kryteriów?

Obawiano się, że wystąpi duże zróżnicowanie odpowiedzi na pytania dotyczące konsumpcji kulturalnej w zależności od poziomu wykształcenia respondentów. Gdyby w 50-osobowej grupie, jaką zamierzano powtórnie przebadać, znalazły się osoby ze zbyt zróżnicowanym wykształceniem, wynikająca stąd różnorodność odpowiedzi powodowałaby niemożność dokonania właściwego porównania wyników. Musiano by przejść do analizy pojedynczych nawet par przypadków, co oczywiście nie pozwoliłoby na sformułowanie jakichkolwiek uogólniających stwierdzeń. Wiadomo również, że respondenci o stosunkowo niskim poziomie wykształcenia nie są „wdzięczną” kategorią badanych, szczególnie w badaniach nad konsumpcją kulturalną, zarówno ze względu na swoje niezbyt szerokie zainteresowania kulturalne, jak i niekiedy występujące u nich trudności w formułowaniu swoich myśli i ocen. Dlatego też wydawało się, iż zastrzeżenia, jakie stawiano wobec wybranych pytań z pierwotnego kwestionariusza, odnosić się będą szczególnie do tej właśnie kategorii.

O doborze wedle drugiego kryterium zadecydowała niepokojąco duża ilość wywiadów przeprowadzanych przez ankierów dziennie. Istnieje pewna górna granica ilości wywiadów, którą można przeprowadzić w ciągu jednego dnia, a jej przekroczenie w najlepszym razie prowadzi do niestaranego przeprowadzenia wywiadu. Studenci-ankierzy przeprowadzali około 4 wywiadów dziennie. Zdarzały się jednak wypadki przeprowadzania 8 lub 9 wywiadów przez jednego ankiera w ciągu dnia. Solidność przeprowadzenia tej ilości wywiadów przez jedną osobę, gdy kwestionariusz liczył 110 pytań, była wątpliwa. Wielce prawdopodobne było podejrzenie, iż nawet jeżeli ankier dotarł do tak dużej liczby respondentów i zadawał wszystkie pytania, to zadowalał się zdawkowymi odpowiedziami rozmówców, nie usiłując ich skłonić do pełnych i przemyślanych wypowiedzi. U samego ankiera tak duża liczba wywiadów przeprowadzonych w jednym dniu powodowała zmęczenie, które mogło prowadzić do błędnego zapisu bądź też do operowania stereotypami w zapisie.

Starano się zatem dobrać te przypadki wywiadów, które sta-

nowiły potencjalnie najsłabszy punkt badań pod względem jakości uzyskanego materiału.

Dobór wedle trzeciego kryterium — braku osób trzecich podczas przeprowadzania wywiadu — był podyktowany tym, by przy powtórnej wizycie łatwiej uzyskać sytuację wywiadu identyczną z poprzednią. Rzecz jasna, że prościej jest poprosić respondenta o rozmowę „w cztery oczy”, aniżeli zgromadzić taki sam krąg osób trzecich.

Oprócz tych trzech zastosowano jeszcze szczegółowe kryteria doboru wynikające z samego tematu badań. Musiano naturalnie dobrać tylko te osoby, które udzieliły twierdzących odpowiedzi na pytania dotyczące konsumpcji kulturalnej, tzn. osoby oglądające programy telewizyjne, słuchające audycji radiowych, czytające gazetę lokalną.

Okazało się jednak, że tak wielu kryteriom odpowiadało tylko 25 wywiadów. Zrezygnowano więc z kryterium liczby co najmniej 5 wywiadów przeprowadzanych dziennie przez jednego ankiera, zmniejszając ją do 3. Zabieg ten zwiększył pulę adresów do liczby 65.

Do badań powtórnych przystąpiono w dwa tygodnie po zrealizowaniu badań pierwotnych<sup>1</sup>. Ankierami było 4 pracowników naukowych<sup>2</sup>. W zespole tym dokładnie przedyskutowano cel i metodę badań, tak że każdy z przeprowadzających wywiady był dokładnie zorientowany, czemu służy i pod jakim kątem będzie opracowywany zebrany materiał. Zebrano 50 wywiadów.

Uczestnicy badania spotykali się codziennie, na bieżąco omawiając wyłaniające się wątpliwości i mankamenty zebranego materiału. Przygotowano dzięki temu zestaw notatek i opisów sytuacji, jak również każdy z ankierów poczynił dokładne uwagi odnośnie do każdego przez siebie przeprowadzonego wywiadu. Zarówno wspólne omawianie problemów wyłaniających się w

<sup>1</sup> Badania powtórne przeprowadzono pod kierunkiem doc. Z. Gostkowskiego.

<sup>2</sup> Jednym z tych pracowników była autorka niniejszego opracowania.

trakcie badań, jak i bardzo dokładne notatki sporządzane przez przeprowadzających wywiady ogromnie ułatwiły późniejsze opracowanie materiału.

Przystępując do badań obawiano się niezbyt przychylnych postaw respondentów, głównie ze względu na obszerność poprzedniego wywiadu. Powtórne przyjscie należało uzasadnić w sposób przekonujący. Przychodząc do respondenta po raz drugi przypomniano mu, iż dwa tygodnie temu została przeprowadzona z nim rozmowa w związku z badaniami nad życiem kulturalnym mieszkańców Piotrkowa Trybunalskiego. Wyjaśniano, że zaistniała potrzeba uzyskania jeszcze paru dodatkowych informacji, podkreślając, iż tym razem rozmowa trwać będzie krótko i zajmie niewiele czasu. W przypadku trudności nawiązania powtórnego kontaktu mówiono ponadto, iż badania takie przeprowadzane mają być w innych miastach i opinia respondenta na temat trudności, jakie mogły mu sprawić niektóre pytania, będzie bardzo cenna i pomocna.

Wstęp ten wystarczał do łatwego nawiązania kontaktu i respondenci godzili się chętnie na powtórny wywiad. Tylko w sześciu wypadkach dopiero podkreślenie, iż przeprowadzanie wywiadów jest pracą ankietera, tak jak np. pracą nauczyciela jest uczenie dzieci, przełamywało początkowy opór.

Sam wywiad rozpoczął się paroma pytaniami mającymi na celu ustalenie faktu poprzednio przeprowadzonej rozmowy. Z różnych części pierwotnego kwestionariusza wybrano trzy pytania, które — jeżeli były zadane — respondent powinien pamiętać. Ponadto pytano rozmówcę o przybliżony czas trwania poprzedniego wywiadu. Jeżeli ów czas był nie krótszy niż 30 minut i respondent pamiętał, że zadano mu poprzednio co najmniej dwa z owych trzech pytań, przystępowano do przeprowadzania wywiadu właściwego. Jeżeli czas trwania poprzedniego wywiadu był krótszy niż 30 minut i rozmówca nie pamiętał, by pytano go o którąś z trzech spraw, ankieter miał ustalić, czego dotyczyła poprzednia rozmowa, i zrezygnować z przeprowadzenia wywiadu. Okazało się, że we wszystkich zaplanowanych wywiadach kryteria te były spełnione.

### Porównanie wyników

W celu jaśniejszego toku prezentacji postanowiono przedstawić wyniki odpowiedzi na dwa rodzaje pytań, omawiając jednocześnie krytykę pytania pierwotnego i racje tkwiące za jego przeformułowaniem w badaniu powtórnym. Bezpośrednio po tym podano uzyskane wyniki i ich interpretację.

### Czytelnictwo prasy

Pytanie w badaniu pierwotnym: „Czy uważa Pan(i), że zaprenumerowanie czasopisma daje następujące korzyści? — zabezpiecza stałe i systematyczne otrzymywanie wybranej prasy — jest wygodne — ułatwia planowanie wydatków na prasę — jest szczególnie korzystne w pewnych porach roku (jakich...) — inne (...)”.

Tak sformułowane pytanie wzbudzało szereg zastrzeżeń. Przede wszystkim zadając je badacz nie pozostawia respondentowi możliwości negatywnej oceny prenumeraty. Przecież nie wszyscy badani muszą pozytywnie oceniać tę formę otrzymywania prasy<sup>3</sup>. Ponadto liczyć się również trzeba z tym, że nie każdy z odpowiadających musi wiedzieć, co to jest prenumerata, jak również o jaką prenumeratę badaczowi w tym przypadku chodzi — np. tzw. prenumeratę kioskową, czy też przez listonosza. Respondent mógł nigdy nie zastanawiać się nad korzyściami płynącymi z zaprenumerowania prasy i podsuwając mu gotowe sformułowania odpowiedzi ryzykuje się, iż może on wybrać jedną z nich mechanicznie i przypadkowo. Tak sformułowane pytanie nie przynosi informacji na temat rzeczywistej opinii lub jej braku u respondenta, a także prowadzi do zawyżenia ilości pozytywnych ocen prenumeraty.

W kwestionariuszu powtórnym pytanie to zastąpiono sformułowaniem: „Jak Pan(i) sądzi, czy prenumerata gazet i czasopism przynosi, czy też nie przynosi korzyści (udogodnienia)?... (jeżeli tak), jakie..., może jeszcze jakieś... (jeżeli nie), dlaczego?...”

<sup>3</sup> Nawiasem mówiąc, brak alternatyw „nie daje korzyści” był zwykłym błędem w budowie pytania prekategoryzowanego.

Pytanie to, a właściwie zestaw pytań, już na samym początku wskazuje rozmówcy możliwość swobodnego ustosunkowania się do zagadnienia (zajęcia również stanowiska negatywnego). Pozwala przy tym na uzasadnienie ewentualnej negatywnej oceny prenumeraty, co może przynieść dodatkowe interesujące informacje. Zastąpienie pytania prekategoryzowanego pytaniem otwartym, nie podsuwającym ukierunkowanych jednoznacznie sugestii, powinno dać bardziej prawdziwy i urozmaicony obraz rzeczywistych opinii (ewentualnie ich braku).

Porównanie materiału uzyskanego w badaniach powtórnych z wynikami badań pierwotnych potwierdziło te przypuszczenia.

Zadając pytanie prekategoryzowane uzyskano 49 wypowiedzi pozytywnie oceniających prenumeratę, czyli praktycznie wszyscy rozmówcy dostrzegali zalety tej formy otrzymywania prasy. Tylko jedna z 50 przebadanych osób nie potrafiła podać swojej opinii w tej kwestii.

W badaniu powtórny oceny były bardziej zróżnicowane. Aż 8 rozmówców negatywnie oceniło prenumeratę. Cztery osoby nie potrafiły podać żadnej oceny, jedna z nich pomimo wielokrotnego powtarzania pytania nie udzieliła jakiegokolwiek odpowiedzi. Z dwudziestu ośmiu respondentów pozytywnie oceniających tę formę otrzymywania prasy sześciu wyraźnie odniosło swoje oceny do odkładania pism w kioskach „Ruchu”. Wydaje się, że niektórzy z nich w ogóle nie uświadamiali sobie istnienia tzw. prenumeraty pocztowej. Z 50 przebadanych powtórnie, 10 osób nie rozumiało znaczenia słowa „prenumerata”. Odpowiadały one na pytanie tak, jak gdyby chodziło o ocenę samego faktu czytelnicstwa prasy, a nie o formę otrzymywania gazet i czasopism. W trakcie powtórnego badania postanowiono nie tłumaczyć respondentom, którzy nie znali uprzednio tego terminu, znaczenia słowa „prenumerata”. Było to podyktowane tym, że skoro rozmówca nie miał przyswojonego tego pojęcia już wcześniej, to jego ewentualna opinia sformułowana po wyjaśnieniu nie byłaby autentycznie żywioną opinią, tylko przejściową, mogącą powstać pod wpływem kontaktu z badaczem.

W celu porównania materiału uzyskanego w badaniu powtór-

nym z materiałem zebrany w badaniach pierwotnych sporządzono zestawienie uzasadnień ocen podawanych w obu badaniach. Sporządzenie takiego zestawienia wymagało przeprowadzenia analizy treści wypowiedzi na pytanie swobodne i ujęcia ich w kategorie. Okazało się, że kategorie uzasadniania pozytywnej oceny prenumeraty w badaniu powtórny odpowiadają kategoriom pytania prekategoryzowanego. W odpowiedziach na pytania swobodne nie występowała jedynie kategoria „ułatwia planowanie wydatków na prasę”. Wypowiedzi negatywnie oceniające prenumeratę postanowiono potraktować łącznie, bez rozbijania ich na poszczególne kategorie dla łatwiejszego porównania uzyskanych wyników. Zatem w kolumnie „nie jest korzystna” zawarły się następujące uzasadnienia: „to samo można kupić w kiosku”, „są trudności w dostawie, spóźnienia w dostawie przez pocztę, a te, co kupuję, i tak można dostać w kiosku, można zamówić, to zostawią”, „ja i tak mam spod lady w zakładzie”, „gazety się zawsze dostaje, co dzień jest w kiosku do kupna”, „bo jest w kiosku obok — idzie się do zakładu i z zakładu, to się kupuje”, „są zawsze gazety, to kupuję. Nie chcę, to nie kupuję”, „ja często wychodzę do miasta, wolę sobie kupić, kiedy chcę i co chcę”, „bo można i tak, i tak dostać w kiosku”. Jak można zauważyć, nie jest to negatywna ocena prenumeraty w ogóle, ale raczej brak potrzeby zastosowania tej formy otrzymywania prasy. Oceny te sprowadzić można do twierdzenia: prenumerata jest niepotrzebna, gdyż nie ma kłopotów z nabyciem pożądaných gazet i czasopism w kioskach.

Jak wynika z tabeli 1, największa zbieżność wypowiedzi dotyczy przypadków, gdy respondent w pierwotny i powtórny badaniu wymieniał kategorie „zabezpiecza stałe i systematyczne otrzymywanie wybranej prasy”. Z kolei największa rozbieżność odpowiedzi dotyczy przypadków, gdy badany na pytanie prekategoryzowane odpowiadał „jest wygodne” natomiast w badaniu powtórny „zabezpiecza stałe i systematyczne”. Wydaje się jednak, iż jest to rozbieżność pozorna ze względu na zbliżenie pojęciowe obu tych kategorii. Można zatem w tym wypadku mówić raczej o braku rozbieżności. Jeżeli spojrzeć na wszystkie cztery

Tabela 1  
Opinia o prenumerowaniu gazety w badaniu pierwotnym i powtórnym

Badanie pierwotne \ Badanie powtórne	Zabezpiecza stałe i systematyczne otrzymywanie wybranej prasy	Jest wygodne	Ułatwia planowanie wydatków na prasę	Jest szczególnie korzystne w pewnych porach roku	Brak jakichkolwiek uzasadnień	Nie jest korzystne	N
Zabezpiecza stałe i systematyczne otrzymywanie wybranej prasy	16	2	1	—	1	7	27
Jest wygodne	10	3	—	—	1	4	18
Ułatwia planowanie wydatków na prasę	3	—	—	—	—	2	5
Jest szczególnie korzystne w pewnych porach roku	4	—	—	—	—	1	5
Brak jakichkolwiek uzasadnień	1	—	—	1	—	—	2
Σ	34	5	1	1	2	14	57

U w a g a: ilość wypadków jest większa od ilości respondentów, ponieważ niektórzy respondenci wybrali więcej niż jedną alternatywę.

kategorie: „zabezpiecza stałe i systematyczne”, „jest wygodne”, „ułatwia planowanie wydatków na prasę”, „jest szczególnie korzystna w pewnych porach roku”, to okazuje się, że ich zakresy pojęciowe krzyżują się. Trudno jest więc mówić o rozbieżności ocen, można stwierdzić jedynie ewentualne rozbieżności wypowiedzi pod względem nacisku na różne aspekty korzyści wpływających z prenumeraty.

Zasadniczą rozbieżnością są natomiast wypadki, gdy respondent w badaniu powtórnym negatywnie ocenił prenumeratę, podczas gdy w badaniu pierwotnym wskazywał na którąś z czterech

korzyści, jakie prenumerata przynosi. Największą liczbę takich rozbieżności wypowiedzi stanowiły przypadki, gdy rozmówca na pytanie prekategoryzowane odpowiadał „zabezpiecza stałe i systematyczne”, a na pytanie otwarte udzielał odpowiedzi negatywnie oceniających tę formę otrzymywania prasy. Zdaje się, że rozbieżności wynikają stąd, iż w pytaniu prekategoryzowanym nie pozostawiono respondentowi możliwości negatywnego ustosunkowania się do zagadnienia, oceniał zatem prenumeratę „w ogóle”, jako jedną z form możliwości otrzymywania prasy. Natomiast w badaniu powtórnym mówił o swoim osobistym stosunku do prenumeraty, oceniał ją ze względu na własne zapotrzebowanie w tym zakresie, swoją indywidualną sytuację.

Przedstawione dane potwierdzają słuszność zastrzeżeń, jakie budziło pytanie prekategoryzowane. Badanie powtórne, w którym posłużono się pytaniem swobodnym z zastosowaniem sondowania przyniosło większą różnorodność wypowiedzi. Pozwoliło zróżnicować badaną 50-osobową grupę wedle ich rzeczywistych ocen; na tych, którzy negatywnie ocenili prenumeratę, tych, którzy w ogóle nie rozumieli tego pojęcia, i wreszcie na respondentów pozytywnie oceniających taką formę otrzymywania prasy. W badaniu pierwotnym wśród tej samej grupy osób nie było ani jednej, która by negatywnie oceniła prenumeratę — nie pozostawiono bowiem możliwości takiej oceny. Szczególnie istotne wydaje się wykrycie w badaniu powtórnym dużej liczbie (10) grupy osób nie rozumiejącej terminu „prenumerata”. Osoby te udzielały odpowiedzi w pytaniu prekategoryzowanym.

Ich wypowiedzi, jak również wypowiedzi respondentów negatywnie oceniających prenumeratę oraz tych, którzy nie potrafili podać swojej opinii w tej kwestii w badaniu powtórnym, w badaniu pierwotnym zaważyły ilość pozytywnych ocen. Można zasadnie przypuszczać, iż zastosowanie pytania otwartego, pozostawienie możliwości swobodnego ustosunkowania się do zagadnienia, a przede wszystkim zorientowanie się, czy respondent rozumie terminologię zawartą w pytaniu, pozwala uniknąć zafałszowań wpływających z wadliwie sformułowanego pytania prekategoryzowanego.

Drugie z pytań, dotyczące czytelnictwa prasy, w badaniu pierwotnym zostało sformułowane w sposób następujący: „Proszę jeszcze powiedzieć, co najchętniej czytuje Pan(i) w »Gazecie Ziemi Piotrkowskiej«; (odczytać) tematykę: 1. polityczną; 2. gospodarczą; 3. społeczno-kulturalną; 4. naukowo-techniczną; 5. młodzieżową i wychowawczą; 6. rolniczą; 7. sportową; 8. sensacyjną i kronikę wypadków; 9. satyryczną, żarty, rozrywkę; 10. z historii i tradycji Piotrkowa: x) ogłoszenia, listy do redakcji, y) inne (jakie)... (podkreślamy najwyżej trzy pozycje)”. W pytaniu tym badacz wymaga od czytelnika dokonania syntezy, uogólnienia czytywanej przezeń problematyki. Nie każdy przeciętny czytelnik regularnie czytuje artykuły o określonej problematyce, nie każdy trafnie kojarzy je z nazewnictwem użytym w pytaniu. Kategorie tworzy badacz nie zawsze w sposób wyczerpujący i kategorie te nie zawsze muszą odpowiadać kategoriom, w których myśli badany. Zachodzi niebezpieczeństwo, że respondent może podkładać inną treść pod poszczególne kategorie, wreszcie może w ogóle nie myśleć kategoriami ogólnymi.

W badaniach powtórnych pytanie to zastąpiono sformulowaniem: „W poprzedniej rozmowie dowiedzieliśmy się, że Pan(i) jest czytelnikiem »Gazety Ziemi Piotrkowskiej«. Czy mógłby (mogłaby) Pan(i) powiedzieć, co najchętniej Pan(i) w niej czytuje?

treści spontanicznie wymieniane . . . . . treści wymieniane po demon-  
stracji gazety . . . . .

Wydawało się, że rezygnacja z wymogu uogólnienia tematyki czytywanej przez respondenta na rzecz swobodnego wymienienia poszczególnych treści artykułów bądź działów czytywanej gazety, do których badany najchętniej zagląda, dać powinno lepszy obraz jego zainteresowań. Zaklasyfikowanie wymienionych artykułów do bardziej ogólnych kategorii pozostawiono wówczas badaczowi.

Ankieter w badaniu powtórnym zadając to pytanie miał do dyspozycji ostatni numer „Gazety Ziemi Piotrkowskiej”, z któ-

rego zostały wybrane 22 artykuły będące egzemplifikacją każdej z 11 kategorii wymienianych w badaniu pierwotnym. Po otrzymaniu spontanicznej wypowiedzi respondenta o najchętniej czytowanej problematyce ankieter ustalał, czy rozmówca zdążył się już zapoznać z ostatnim numerem gazety. W celu zestandaryzowania pytania przyjęto, iż niezależnie od faktu przeczytania ankieter będzie demonstrował respondentowi wszystkie 22 wybrane artykuły i stałe kolumny, a dopiero potem pytał, co rozmówca najchętniej spośród nich przeczytał lub przeczytałby, w wypadku gdy owego numeru nie czytał. Starano się uzyskać w ten sposób po lewej stronie zapisu odpowiedzi na pytania w kategoriach myślenia respondenta, zaś po stronie prawej — sprawdzenie użyteczności typologii zastosowanej w pytaniu pierwotnym.

W opracowaniu odpowiedzi uzyskane na pytanie otwarte (lewa strona zapisu) skategoryzowano, stosując kategorie zawarte w pytaniu pierwotnym. Otrzymano w ten sposób zestawienie mówiące o częstotliwości wyboru określonej tematyki gazety jako najchętniej czytywanej przez tych samych respondentów, w zależności od typu pytania.

Tabela 2

Najchętniej czytywane treści w „Gazecie Ziemi Piotrkowskiej” według odpowiedzi w badaniu pierwotnym i badaniu powtórnym

Wymieniane kategorie	Badanie pierwotne		Badanie powtórne	
	%	ranga	%	ranga
Kronika wypadków	54	1	36	2
Z historii i tradycji Piotrkowa	50	2	12	4
Sportowa	46	3	28	3
Młodzieżowo-wychowawcza	34	4	4	9
Gospodarcza	24	5	6	6,25
Społeczno-kulturalna	16	6	6	6,25
Polityczna	14	7,5	6	6,25
Satyra, żart, rozrywka	14	7,5	6	6,25
Ogłoszenia, listy do redakcji	12	9	—	11
Naukowo-techniczna	8	10	—	10
Inne	—	11	54	1

Tabela 2 nie wykazuje większych przesunięć; rangi przyznane poszczególnym kategoriom w zależności od ilości wyborów w pierwotnym i powtórny badaniu są bardzo zbliżone. Jedyne istotne przesunięcie dotyczy kategorii „inne”. Z ostatniego miejsca w badaniu pierwotnym przesuwa się ona na pierwsze w wynikach badania powtórnego. Czym je tłumaczyć? Otóż respondenci na pytanie otwarte bardzo często udzielali odpowiedzi nie dających się zaklasyfikować do żadnej z 10 zawartych w pytaniu prekategoryzowanej kategorii. Większość tych wypowiedzi dotyczyła zainteresowań artykułami mówiącymi o współczesnym Piotrkowie i powiecie piotrkowskim (np. „co się dzieje w Piotrkowie, co nowego budują”, „wiadomości z powiatu”, „o budownictwie w Piotrkowie”, „jakieś zdarzenia z Piotrkowa” itp.). Badacz w pytaniu pierwotnym nie przewidział, iż rozmówców w gazecie lokalnej mogą interesować artykuły po prostu o życiu miasta, bez precyzowania dziedzin: ekonomicznej, młodzieżowo-wychowawczej itp. Stąd tak liczne wypowiedzi uzyskane w badaniu powtórny po kategoryzacji musiały się znaleźć w kategorii „inne”. Pytanie prekategoryzowane tego nurtu zainteresowań czytelnicznych w ogóle nie uchwyciło, pomimo tego iż przywidywało na końcu kategorii „inne”.

Brak odpowiedzi w kategorii „inne” w badaniu pierwotnym i ich wielość w tejże kategorii w badaniu powtórny zdaje się wskazywać na niesłuszność przekonania, że ograniczenie pytań prekategoryzowanych wynikające z narzucenia alternatyw zostanie usunięte w wyniku zamieszczenia alternatywy „inne”. Z możliwości wykorzystania tej alternatywy nie skorzystał ani jeden respondent w badaniu pierwotnym, natomiast analiza wypowiedzi w badaniu powtórny wykazała istnienie szeregu elementów treści, które niepodobna było zaliczyć do żadnej z 10 kategorii pytania prekategoryzowanego. Oznacza to, że elementy te powinny znaleźć się w kategorii „inne” w badaniu pierwotnym, gdyby kategoria ta rzeczywiście spełniała pokładane w niej oczekiwania. Ich brak należy prawdopodobnie tłumaczyć psychologią percepcji pytań prekategoryzowanych. Badany, któremu wymienia się szereg gotowych elementów, jest na ogół tak

przytłoczony ich wielością, że uważać je może za skończony zbiór wszelkich możliwości i kategoria „inne” uchodzi jego uwagi. Specjalne zwrócenie uwagi respondenta na tę kategorię, szczególnie przy ograniczonym liczbą naturalną żądaniu wyboru, wymagałoby dość skomplikowanego wyjaśnienia ze strony ankietera (np. w rodzaju: „Prosimy o wybranie trzech odpowiedzi, ale proszę zwrócić uwagę, że na końcu mamy też przewidzianą możliwość podania odpowiedzi innych niż te, które tu wyliczyliśmy. Proszę więc zwrócić na to uwagę dokonując wyboru”).

Stosowanie pytania otwartego zmniejsza ilość wyborów dokonywanych przez respondenta w porównaniu z ilością wyborów, jakich rozmówca dokonuje odpowiadając na pytanie prekategoryzowane (np. kategoria „sportowe”, zajmująca te same miejsca na skali porządkowej, w wynikach badania pierwotnego i powtórnego uzyskała w pierwszym z nich 46%, a w drugim już tylko 28% wyborów). Zdaje się to tłumaczyć tym, iż respondent odpowiadając na pytanie otwarte wymienia kategorie tematyki rzeczywiście najchętniej i najczęściej przez siebie czytowanej. O innych, które również czyta, ale być może z mniejszym już zainteresowaniem — przy tak sformułowanym pytaniu zapomina. Pytanie prekategoryzowane przypomina mu tematykę czytowaną nawet mniej chętnie. Nasuwa się stąd wniosek, iż jeżeli chce się uzyskać dane dotyczące autentycznie silnych upodobań respondentów co do określonego zagadnienia, należy wówczas stosować pytania otwarte.

Druga część pytania powtórnego była próbą demonstracji rozmówcy egzemplarza gazety w celu lepszego przypomnienia sobie przez niego czytowanej problematyki. Zebrany materiał ze względu na pewne zmiany, jakie zaszły już w trakcie przeprowadzania badań powtórných, został zdestandaryzowany i w związku z tym nie włączono go do opracowania. Jednakże na podstawie doświadczeń zdobytych przy zastosowaniu tej techniki badawczej można powiedzieć, iż próba w pełni się powiodła. Respondenci w bardzo pozytywny sposób reagowali na demonstrację gazety i zastosowanie tej techniki wypadało całkiem naturalnie. Wydaje się również, iż przyporządkowywanie z góry okreś-



lonych artykułów czy też działów gazety do kategorii ogólnych badacza jest procedurą dość wątpliwą<sup>4</sup>; raczej należałoby demonstrować gazetę, z zaleceniem respondentowi swobodnego przypomnienia sobie czytanych artykułów i dopiero później ujęcie ich w kategorii ogólne. Przy badaniach odbioru treści obszerniejszych gazet czy czasopism wybór artykułów ilustrujących ogólne kategorii byłby ze względów praktycznych wskazany, jednakże przy niedużej objętości gazet można stosować systematyczny przegląd wszystkich artykułów, które były czytane (wymagałoby to wcześniejszego zasymbolizowania artykułów, by ankieter wszystkie wybory respondenta mógł szybko notować symbolami).

### Czytelnictwo książek

Pytania w badaniu pierwotnym brzmiały: 1. „Czy w ciągu ostatnich dwu miesięcy miał(a) Pan(i) czas, żeby przeczytać jakąś książkę lub książki? tak, nie”; 2. „(jeżeli tak) Jaka to była książka...” Pytanie 1 było tak sformułowane, aby nie żenowało respondenta, tzn. aby nie odnosił on wrażenia, że poprzez odpowiedź negatywną przedstawia się w niekorzystnym świetle. Miało ono sygnalizować, iż mogą istnieć obiektywne przyczyny, dla których respondent mógł nie czytać. Zasygnalizowana z góry możliwość usprawiedliwienia faktu nieprzeczytania żadnej książki miała skłonić do szczerego „przyznania się” do tego.

Powstaje również wątpliwość, czy przy takim sformułowaniu pytania okres dwumiesięczny stanowi dla respondenta autentyczną czasową ramę odniesienia — czy nie jest on zbyt abstrakcyjny, tj. czy badany potrafi wyodrębnić w swej lekturze dokładnie wspomniany wpływ czasu.

W badaniu porównawczym pytania te zastąpiono sformułowaniami: 1. „Czy przypomina Pan(i) sobie, kiedy po raz ostatni czytał(a) Pan(i) książkę? (Ustalić, czy było to przed, czy po poprzedniej rozmowie; jeżeli po — zapytać, kiedy czytał po raz

<sup>4</sup> Poza tym pytanie o specjalnie wybrane artykuły może stworzyć u respondenta wrażenie, że oczekuje się ich czytania — co mogłoby zażyżyć deklaracje czytelnictwa.

ostatni przed poprzednią rozmową)...”; 2. „Może pamięta Pan(i) jej tytuł lub autora...”

Tak sformułowane pytania przede wszystkim nie narzucają z góry respondentowi okresu, który mógłby mu sugerować, że rozmówca powinien właśnie w tym czasie przeczytać jakąś książkę<sup>5</sup>. Pozwala ono rozmówcy swobodnie zastanowić się nad tym, kiedy po raz ostatni czytał. Jest prawdopodobne, iż respondent uzmysławiając sobie, kiedy po raz ostatni przeczytał książkę, jednocześnie przypomni sobie jej tytuł i autora.

Część pytania zawarta w nawiasie miała na celu zapewnienie porównywalności danych. Gdy respondent umiejscawiał przeczytanie ostatniej książki w 2-tygodniowym okresie dzielącym badania pierwotne od badań powtórnych, ankieter ustalał, kiedy rozmówca czytał książkę przed poprzednią rozmową, i zadawał pytanie o jej tytuł i autora. W ten sposób wyeliminowano różnice wyników, jakie mogłyby powstać na skutek przeczytania książki przez respondentów w czasie dzielącym oba badania.

Po zestawieniu odpowiedzi na 2 pierwsze pytania (czytał — nie czytał w ostatnich 2 miesiącach) okazało się, iż wystąpiła dość duża zbieżność odpowiedzi — 35 respondentów udzieliło w pierwotnym i powtórным badaniu identycznych informacji.

Tabela 3

Odpowiedzi na pytanie o przeczytanie książki w ostatnich 2 miesiącach, w badaniu pierwotnym i badaniu powtórным

Badanie pierwotne \ Badanie powtórne	Tak	Nie	Σ
	Tak	20	2
Nie	13	15	28
Σ	33	17	50

<sup>5</sup> Odpowiedzi respondentów były formułowane w sposób następujący: „przeczytałem przed x tygodniami (dniami)” itp. Informację tę badacz sam umiejscawiał w okresie ostatnich 2 miesięcy przed datą wywiadu.

Największą zbieżność odpowiedzi stanowi 20 wypadków, gdy respondent zarówno w powtórny, jak i pierwotnym badaniu twierdził, iż po raz ostatni czytał książkę w okresie nie dłuższym niż dwa miesiące temu.

Wbrew wszelkim przypuszczeniom w badaniu powtórny uzyskano więcej odpowiedzi umiejscawiających ankietowanych w kategorii osób, które czytały jakąś książkę w okresie ostatnich dwu miesięcy, aniżeli w badaniu pierwotnym. (W pierwotnym deklarację taką złożyło 22 rozmówców, natomiast w powtórny aż 33.) W rezultacie największa ilość rozbieżnych wypowiedzi — bo aż 13 — była tego rodzaju, że respondent w badaniu pierwotnym powiedział, iż „nie czytał”, natomiast w badaniu powtórny umiejscowił przeczytanie książki w okresie ostatnich dwu miesięcy.

Spośród owych 13 osób w badaniu powtórny 7 wymieniło konkretny tytuł przeczytanej książki, 4 potrafiło określić jej tematykę („kryminał A. Christie”, „fachową”, „z serii z tygrysem”, „o Indianach”), a tylko 2 nie podało tytułu i nie potrafiło określić treści przeczytanej pozycji.

Wydaje się, że wspomniana rozbieżność spowodowana jest różną w istocie treścią pytań, jakie zadano respondentom w badaniu pierwotnym i badaniu powtórny. Badanie pierwotne zwraca właściwie uwagę nie na sam fakt przeczytania książki, lecz raczej na to, czy respondent miał okazję (czas) przeczytać książkę. Pytanie to działało w sposób demobilizujący na respondentów: korzystając z zawartej w nim „dyspensy” („nie przeczytał, bo mógł nie mieć czasu na czytanie”), chętnie korzystali z usprawiedliwienia nie siląc się na przypomnienie sobie faktu, o który ich pytano. Pytanie powtórne w większym stopniu mobilizowało pamięć ankietowanych; wyraźnie proszono ich o przypomnienie sobie, kiedy czytali po raz ostatni. Wprawdzie można przypuszczać, iż część rozmówców chcąc „lepiej wypaść” w oczach ankietera podała krótszy okres czasu, niż był on w istocie, jednakże nie sposób to sprawdzić. Trudno więc rozstrzygnąć empirycznie, które z tych dwu alternatywnych pytań przynosi wiarygodniejszą informację. Chociaż fakt wymieniania konkret-

nych tytułów w badaniach powtórny zdaje się świadczyć, iż deklaracje czytelności nie są gołosłowne — sprawa pozostaje nadal otwarta.

Porównano odpowiedzi na 2 wersje pytania nr 2 tylko dla tych 20 respondentów, którzy w obu badaniach powiedzieli, iż czytali książkę w okresie dwóch ostatnich miesięcy. Rozmówców, którzy zarówno w pierwotnym, jak i powtórny badaniu wymienili ten sam tytuł bądź autora książki, było ośmiu; tych, którzy nie potrafili powiedzieć, co czytali — dwóch. U pozostałych 10 osób wystąpiły niezgodności: aż 8 respondentów w badaniu powtórny podało inny niż w badaniu pierwotny tytuł lub autora przeczytanej książki, dwu zaś przy powtórny pytaniu nie pamiętało tytułu.

Z zestawienia tego wynika, iż pytanie o czytelność w okresie dwumiesięczny jest zbyt trudne. Jak widać, nie można liczyć na pamięć respondenta — gdyż jest to zbyt długi okres, aby można było sobie przypomnieć tytuł lub autora książki<sup>6</sup>. Dotyczy to zarówno osób sporadycznie tylko zaglądających do książek, jak i tych, które czytają dużo. Dla pierwszych — ze względu na ich nikłe na ogół zainteresowanie nazwiskiem autora, a nawet tytułem książki (zdaje się, że ta kategoria czytelników zwraca uwagę głównie na fabułę), dla drugich zaś ze względu na trudność, jaką im sprawi wydzielenie z bogatej lektury ściśle wyznaczonego, dwumiesięcznego okresu.

Nasuwa się zatem wniosek, że pytanie o czytelność książek powinno dotyczyć krótszego okresu czasu i zawierać w sobie elementy pobudzające pamięć respondenta. Próby uzyskania od rozmówców wiarygodnych wypowiedzi na temat ich czytelnic-

<sup>6</sup> O tym, jak zawodna jest pamięć nawet w dziedzinie bardzo konkretnych faktów, świadczą wyniki metodologicznych badań socjomedycznych. Tak więc np. wśród respondentów pytanym o to, czy byli w poradni lekarskiej w ostatnich dwóch tygodniach — aż 8,8% odpowiedziało niezgodnie z rzeczywistością (co stwierdzono w oparciu o dokumentację poradni). Dla okresu rocznego procent ten wzrósł do 16,2%. Por. K. Lutyńska, M. Szeszenia, *Wstępne wyniki zewnętrznej weryfikacji odpowiedzi respondentów w wywiadzie na temat zachowań zdrowotnych* (w niniejszym tomie).

stwa zmierzać powinny w kierunku wypracowania technik stymulujących pamięć, wykorzystujących tę okoliczność, że czytelnictwo wiąże się z określonymi sytuacjami życiowymi. W zależności od aktywności czytelniczej respondenta można by stosować dwa sposoby stymulowania pamięci. Osobom niewiele i rzadko czytającym można by było przypominać czas przeczytania, jak i być może tytuł książki przez uświadomienie im źródeł, z jakich książkę mogli dostać (pożyczenie z biblioteki, od znajomych, prezent przy jakiejś okazji, kupno itp.). Ankieter wówczas dysponowałby krótkim wykazem takich źródeł i kolejno przypominał je respondentowi.

Dla aktywnych czytelników bardziej wskazana wydaje się technika uaktywniania pamięci przez systematyczne zmuszanie respondenta do cofania się pamięcią wstecz, począwszy od ostatnio przeczytanej książki („Kiedy przeczytał(a) Pan(i) poprzednią książkę? Czy mógłby (mogłaby) podać Pan(i) jej tytuł lub autora?...”) aż do momentu, w którym respondent nie potrafi sobie przypomnieć tytułu lub autora przeczytanej książki.

Następne pytanie dotyczące czytelnictwa książek w kwestionariuszu pierwotnym brzmiało: „A czy mógłby (mogłaby) Pan(i) wymienić książki przeczytane w ciągu ostatniego roku?” Pytanie to zdaje się nie liczyć z możliwością przeciętnej ludzkiej pamięci. Żądanie od respondenta uświadomienia sobie tak ściśle określonej i odległej granicy czasu, jak również poszczególnych przeczytanych pozycji w tym czasie jest nierealne. Nawet stały i rozmiłowany czytelnik nie jest w stanie dokładnie i bezbłędnie wymienić z pamięci tytułów i autorów wszystkich przeczytanych w ciągu roku książek. Respondent zależnie od pobudek może wymienić książki, które najlepiej pamięta, mimo iż nie czytał ich tylko na przestrzeni czasu, o jaki jest pytany, lub wymieni ich mniej niż przeczytał rzeczywiście, starając się zgodnie z wymogami pytania ograniczyć do podanego okresu czasu.

W badaniu powtórnym zadano raz jeszcze to pytanie w zmienionej postaci w celu zmobilizowania pamięci respondenta i postawienia go po raz wtóry na świeżo przed pokonaniem trudności, jaką niesie udzielenie odpowiedzi na tak skonstruowane

pytanie. Po uzyskaniu odpowiedzi ankietier bezpośrednio przeprowadzał wywiad na temat oceny trudności tego pytania przez respondenta. Pytał, czy w odczuciu rozmówcy jest możliwe przypomnienie sobie wszystkich przeczytanych książek w ciągu okresu rocznego i czy odpowiedź na to pytanie nie sprawiała respondentowi trudności nie do pokonania. (Uzyskano w ten sposób 43 oceny trudności przypominania sobie tytułów przeczytanych książek w ciągu roku. 7 osób nie potrafiło podać swojej opinii w tej kwestii; 5 spośród nich nie przeczytało żadnej książki w ciągu ostatniego roku.)

Rozkład otrzymanych ocen był bardzo równomierny; 21 respondentów stwierdziło, iż łatwo jest odpowiedzieć na pytanie o przeczytane książki w ciągu okresu rocznego, 22 — że trudno.

Tabela 4

Intensywność czytelnictwa a ocena możliwości przypomnienia sobie książek przeczytanych w ciągu roku

Ocena	Ilość wymienionych tytułów		Wymienił więcej niż 1 tytuł		Wymienił 1 tytuł lub żadnego		Σ
	%	N	%	N	%	N	
Można sobie przypomnieć	37	(7)	45	(14)	42	(21)	
Nie można sobie przypomnieć	53	(10)	39	(12)	44	(22)	
Brak odpowiedzi	10	(2)	16	(5)	14	(7)	
Σ	100	(19)	100	(31)	100	(50)	

Jeżeli jednak rozpatrzemy oceny respondentów ze względu na ich aktywność czytelniczą, to okazuje się, iż procentowo więcej odpowiedzi twierdzących otrzymano od osób, które przypominały sobie nie więcej niż jeden tytuł przeczytanej książki w ciągu roku. Znaczna część tej kategorii respondentów w ogóle nie potrafiła przypomnieć sobie żadnego tytułu bądź też nie czytała książek w tym okresie. Ci mało czytający rozmówcy byli

zdania, iż osobie, która czyta dużo, łatwo jest przypomnieć sobie nawet wszystkie przeczytane w ciągu roku książki. Charakterystyczne dla nich są następujące uzasadnienia: „jak człowiek więcej czyta, to pamięta, a jak mało — to i zapomina”, „gdyby człowiek czytał, to byłoby sobie łatwo przypomnieć”, „nie jest trudno — jak się starać, to można, ale ja czytam dla siebie, a nie dla zapamiętania”, „jakby się czytało, toby się zapamiętało, jak dawniej czytałam, to pamiętałam”.

Tylko 7 osób (37%) wymieniających więcej niż jeden tytuł przeczytanych w ciągu ostatniego roku książek stwierdziło, że pytanie to nie sprawiło im trudności. Jeżeli zważyć, że 3 z tych osób to uczennice szkół średnich, a książki przez nie wymieniane to lektury szkolne, które z uczniowskiego obowiązku muszą pamiętać, liczba aktywnych czytelników oceniająca zadanie im postawione jako wykonalne zmaleje do 2.

Wyraźnie zatem zarysuje się różnica oceny możliwości przypomnienia w zależności od doświadczeń czytelniczych. Wśród aktywnych czytelników przeważa opinia, że przypomnienie sobie wszystkich przeczytanych książek w okresie rocznym jest bardzo trudne, tym bardziej że na pytanie to są na ogół nieprzygotowani, a na odpowiedź pozostawia się im niewiele czasu. Jest dla nich charakterystyczna wypowiedź: „Tak nagle to bardzo trudno, może gdyby człowiek posiedział i pomyślał, toby sobie przypomniał, ale nie wszystkie”.

#### Ocena programu telewizji i radia

Pytanie dotyczące oceny programu telewizyjnego w kwestionariuszu pierwotnym brzmiało: 1. „Jeżeli ogląda Pan(i) TV, które z wymienionych audycji Pan(i) lubi, a których nie lubi? Stawiać znak + »lubi« i - »nie lubi«: *Bonanza...*, *Dr Kildare...*, *Święty...*, *Baron...*, *Scigany...*, »Monitor«..., inne, seryjne..., Klub Interesujących Filmów... (sobotni), filmy fabularne..., dzienniki..., teleturnieje..., »Eureka«..., piosenki..., »Światowid«..., Teatr Pionierski..., »Pegaz«..., Teatr Sensacji..., audycje sportowe..., audycje młodzieżowe..., audycje oświatowe..., audycje estradowe,

rewiowe, np. *Małżeństwo doskonałe...*, inne lubiane... inne nie-lubiane...”

Pytanie dotyczące oceny programu radiowego zostało sformułowane w sposób następujący: 2. „Jeśli słucha Pan(i) radia, które z wymienionych audycji Pan(i) lubi? Oznaczać + jeśli »lubi« i - gdy »nie lubi«: *Podwieczorek przy mikrofonie...*, *Rewia piosenek...*, *Fala 56...*, *Radiokabaret trzy po trzy...*, *dzienniki radiowe...*, *Z kraju i ze świata...*, *Koncert życzeń...*, *Matysiakowie...*, *Zgaduj zgadula...*, *muzyka poważna...*, *W Jezioranach...*, *Niezapomniane stronice...*, *Teatr Radiowy...*, *Kronika sportowa...*, inne lubiane..., inne nie lubiane...”

W pytaniach tych badacz prosząc respondenta o wyrażenie stosunku do konkretnych pozycji programu radiowego i telewizyjnego zakłada, że badany zna przynajmniej pobieżnie niemal cały program. Rzadko jest to możliwe, chociażby ze względu na ograniczenia czasowe. Nie uświadamia się rozmówcy możliwości odpowiedzi „nie mam zdania”, „nie wiem”. Respondent jest zmuszony do ustosunkowania się do każdej z wymienionych audycji, bez względu na to, czy je zna i ogląda, czy tylko o nich słyszał. A chyba przecież celem badania było uzyskanie informacji o osobistych upodobaniach, a nie o opiniach ukształtowanych przez prasę bądź znajomych respondenta.

Prekategoryzacja tych pytań posiada walor przypomnienia respondentowi tytułów audycji, które rozmówca istotnie lubi, ale o których w sytuacji niecodziennej, jaką jest sytuacja wywiadu, mógłby zapomnieć. Może ona jednocześnie jednak spowodować, iż respondent będzie chciał się pokazać w „lepszym świetle”, przyznać się do głębszych zainteresowań od posiadanych w istocie. Przy tak sformułowanych pytaniach ankietowanych może ocenę kolejno wymienianych audycji potraktować mechanicznie, nie zastanawiając się nad nią i nie zadając sobie trudu sprecyzowania swoich rzeczywistych ocen, nie zastanawiając się nad tym, czy ocenianą audycję zna i na pewno wie, jakie są jej treści.

Wydaje się, że metodą idealną uzyskania najpełniejszych i najbardziej zbliżonych do rzeczywistości informacji dotyczą-

cych zainteresowań i gustów odnośnie do audycji telewizyjnych i radiowych byłoby przypomnienie respondentowi programu telewizyjnego i radiowego, ustalenie, jakie audycje rozmówca ogląda bądź jakich słucha, zapytanie o audycje lubiane i nie lubiane spośród nich, a następnie zadanie szeregu szczegółowych pytań odnośnie do każdej z wymienionych przez ankietowanego audycji z prośbą o uzasadnioną ich ocenę. Jednakże tego typu metodę można by zastosować jedynie wtedy, gdy badanie dotyczyłoby tylko i wyłącznie oceny programu telewizyjnego i radiowego.

W badaniu powtórnym zrezygnowano z prekategoryzacji pytań i zastąpiono je 4 pytaniami otwartymi z sondażem:

1. „Dowiedzieliśmy się również, że ogląda Pan(i) TV, słucha radia. Czy mógłby (mogałby) Pan(i) wymienić tytuły audycji telewizyjnych, które Pan(i) lubi?..., a może Pan(i) przypomina sobie jeszcze jakieś inne audycje, które Pan(i) lubi?...”

2. „A czy mógłby (mogałby) Pan(i) wymienić tytuły audycji TV, których Pan(i) nie lubi..., a może są jeszcze jakieś?...”

3. „Czy mógłby (mogałby) Pan(i) wymienić tytuły audycji radiowych, które Pan(i) lubi?..., a może jeszcze jakieś?...”

4. „Czy mógłby (mogałby) wymienić Pan(i) tytuły audycji radiowych, których Pan(i) nie lubi?..., a może jeszcze jakieś?...”

Wydawało się, że takie sformułowanie pytań pozwoli uniknąć niebezpieczeństw, jakie zawierają w sobie pytania prekategoryzowane. Zdając się na spontaniczną wypowiedź respondenta liczono się z uzyskaniem mniej licznych informacji, ale dotyczących audycji, które respondent rzeczywiście lubi, ogląda i słucha. Było oczywiste, że szczególnie zmniejszy się ilość wymienianych audycji nie lubianych (nie lubi — nie ogląda, nie słucha — nie pamięta tytułu). Pytanie swobodne z zastosowaniem sondowania miało za zadanie uaktywnić pamięć respondenta i spowodować uzyskanie dość szerokiego wachlarza odpowiedzi. Miało zapobiec mechanicznej ocenie, ocenie bez względu na stopień znajomości programu telewizyjnego lub radiowego przez respondenta, która wydawała się nieunikniona w pytaniu prekategoryzowanym. Aby pytania powtórne uczynić maksymalnie otwartymi, postanowiono tylko stosować sondowanie i dawać respondentom wystarczająco

jąco dużo czasu na przypomnienie sobie tytułów audycji. Zakładano, iż jeżeli rozmówca nie musi się spieszyć z daniem odpowiedzi, to powinien wymienić konkretne audycje, te, które lubi, i te, których nie lubi.

Najpierw zostaną przedstawione wyniki odnoszące się do ocen programu telewizyjnego.

Wbrew oczekiwaniom okazało się, iż respondenci w badaniach powtórnych odpowiadali kategoriami ogólnymi, stereotypami. Nie wymieniali konkretnych tytułów audycji, nie podawali egzemplifikacji wymienianych przez siebie kategorii ogólnych. I tak np. tylko jeden z pięćdziesięciu respondentów w badaniu powtórnym posługuje się kategorią „film fabularny”. Pozostali respondenci operowali kategorią „film”, przydając jej takie określenia, jak: „angielski”, „dobry”, „ciekawym”. Mówiąc o teatrze rozmówcy na ogół nie wymieniali takich konkretnych pozycji programu telewizyjnego, jak Teatr Sensacji czy Teatr Poniedziałkowy, lecz mówili o teatrze „ciekawym”, „porządnym”. Powszechnie w powtórnym badaniu występującą kategorią jest: „audycje rozrywkowe”. Wszystkie te dość ogólnikowe określenia zdają się wskazywać raczej na zapotrzebowanie respondentów na rodzaj pożądanych audycji w ogóle, nie zaś na ulubione konkretne pozycje programu.

W związku z nieprzewidywalnymi, ogólnikowymi wypowiedziami ankietowanych na pytania otwarte nie uzyskano w badaniu powtórnym tak szczegółowego materiału, by był on w pełni porównywalny z danymi zebranymi w badaniu pierwotnym. Nie można zatem było przeprowadzić porównań w celu ustalenia stałości opinii rozmówców, np. z kategoriami teatru (Teatr Poniedziałkowy, Teatr Sensacji), z badania pierwotnego nie może być skonfrontowana odpowiedź „teatr ciekawy” w badaniu powtórnym, ponieważ nie wiadomo, o jaki teatr chodzi — a przecież w tej kategorii istnieje ogromne zróżnicowanie poziomów w zależności chociażby od gatunku. Wobec tego można przedstawić tylko niektóre zestawienia dotyczące tych elementów programu, w stosunku do których wypowiedź w pierwotnym i powtórnym badaniu daje się jednoznacznie interpretować.

Tabela 5

Zbieżności, rozbieżności i sprzeczności w wypowiedziach respondentów w odniesieniu do trzech wybranych rodzajów audycji telewizyjnych

Rodzaj niezgodności \ Tytuł audycji	Dzienniki	Teleturnieje	Audycje sportowe	Razem
AA	23	3	14	40
BB	1	—	3	4
AB	—	—	1	1
BA	1	—	1	2
OO	1	2	2	5
OA	—	—	1	1
AO	21	38	17	76
OB	1	—	—	1
BO	—	5	9	14
Razem	48	48	48	144

Znaczenie symboli: A — lubi, B — nie lubi, O — brak oceny; symbol lewy — badanie pierwotne, symbol prawy — badanie powtórne.

U w a g a: Z opracowania wyłączono dwóch respondentów: w pierwszym przypadku w badaniu pierwotnym ankieter nie zadał pytania, w drugim — w badaniu powtórным pomimo sondażu nie udało się uzyskać żadnej odpowiedzi.

Z tabeli 5 wynika, iż istnieje związek pomiędzy stopniem stałości opinii a popularnością i częstotliwością występowania audycji. Największą ilość zbieżnych ocen uzyskał Dziennik telewizyjny — stała i popularna audycja programu telewizyjnego. Tak znaczna zgodność nie występuje już ani w odniesieniu do teleturniejów, ani też w stosunku do audycji sportowych. Można więc chyba powiedzieć, iż im częściej i regularniej pojawia się jakaś audycja na ekranach telewizorów i im większą popularnością się cieszy, tym większa jest stałość opinii o niej.

W odniesieniu do wszystkich trzech audycji największą ilość rozbieżności stanowiły wypadki, gdy respondent w pierwotnym badaniu oceniał pozytywnie daną audycję, natomiast w powtórным w ogóle jej nie wymieniał. Rozbieżność ta jest wytłumaczalna faktem, iż odpowiadając na pytanie otwarte ankietowany może zapomnieć o niektórych audycjach, które nawet lubi

i ogląda. Wydaje się, że wymienia on w takim wypadku tylko tytuły tych pozycji programu, które intensywnie i autentycznie lubi, tytuły audycji nie tylko „lubianych”, ale „ulubionych”. Natomiast odpowiedź „lubię” na pytanie prekategoryzowane jest bardziej zdawkowa; „lubię”, tzn. „akceptuję, mogę obejrzeć, nie budzi we mnie sprzeciwu”. Jednakże wydaje się, iż wspomnianą już rozbieżność nie sposób jest tłumaczyć tylko zapominaniem i różnicami, jakie występują pomiędzy „lubię” w pytaniu prekategoryzowanym a „lubię” w pytaniu otwartym. Tak liczne wypadki niewystępowania w odpowiedziach na pytanie powtórne tytułów audycji, które respondent pozytywnie ocenił w badaniu pierwotnym, zdają się wskazywać na zawyżającą tendencję pytania prekategoryzowanego (na przykład 41 ocen pozytywnych teleturniejów w badaniu pierwotnym i 38 pominięć tejże audycji w badaniu powtórным).

Osiemnastu z 48 respondentów w badaniu powtórным wyraziło inne opinie, niż podało je w badaniu pierwotnym na temat tych samych audycji. U sześciu z tych rozmówców występowały po 2 sprzeczne oceny, u 12 — po jednej. Fakt ten wskazuje na niewielki stopień pewności uzyskiwanych odpowiedzi na tak sformułowane pytanie. Potwierdza to istnienie ciągle nierozwiązanego problemu pewności deklaracji preferencyjnych uzyskiwanych tego typu techniką w badaniach publiczności telewizyjnej.

Dalsze wypróbowanie przydatności stosowania pytań otwartych dla badania problemów preferencji odbioru audycji telewizyjnych powinno iść w kierunku uszczegółowienia wypowiedzi respondentów. Jak już wiadomo, trudno jest skłonić rozmówców do odpowiedzi innych niż w kategoriach ogólnych i ogólnikowych. Należałoby zatem zastosować sondowanie wymagające egzemplifikacji typu wymienianych audycji. Np. jeżeli respondent posłużyłby się w odpowiedzi kategorią „audycje rozrywkowe”, trzeba by mu było zadać pytanie uszczegółowiające: „Czy mógłby (mógłaby) Pan(i) podać przykład takiej audycji? Kiedy takie audycje najczęściej Pan(i) ogląda? W jakie dni i o jakiej porze? Czy są to audycje regularne” itd. Czyli sondaż powinien mieć charakter uszczegółowiającego rozbudowania, ale bez su-

gestii co do możliwych konkretnych tytułów, dni, godzin. Opracowanie takich, możliwie skonkretyzowanych relacji byłoby bardzo czasochłonne, gdyż opierać by się musiało o szczegółową znajomość programu, aby można było w analizie treści wypowiedzi adekwatnie zidentyfikować wymieniane audycje.

Z tych samych względów, co przy opracowywaniu materiału dotyczącego preferencji odbioru telewizyjnego, w opracowaniu opinii uzyskanych na temat audycji radiowych zrezygnowano z przeprowadzenia całościowych porównań. Nie sposób było jednoznacznie zinterpretować uzyskanych w badaniu powtórnych odpowiedzi typu: „ludowe pieśni”, „granie”, „powieści”, „wojskowe”, „muzyczne”, „rozrywkowe”, „różne nowele”, „śpiew”, „różne melodie rozrywkowe”, „Ciulsza”, „tych szarpanych”, „muzyki nowoczesnej”, „jak brzęczą mocno takie bryki (?)”, „jak zacząć grać te cedury”, „jak grają na fortepianie” itp. Skoncen-

Tabela 6

Zbieżności, rozbieżności i sprzeczności w wypowiedziach respondentów w odniesieniu do 8 wybranych audycji telewizyjnych

Rodzaj zbieżn. / rozbieżności / sprzeczności	Nazwa audycji	Podwieczerek przy mikrofonie	Radio kabaret trzy po trzy	Z kraju i ze świata, dzienniki	Matysia-kowite	W Jezioranach	Koncert życzeń	Zgaduj zgadula	Teatr Radiowy	Razem
AA		17	1	15	23	24	11	5	6	102
BB		—	—	—	2	1	—	—	—	3
AB		—	—	1	—	—	—	—	—	1
BA		—	—	1	3	1	—	1	—	6
OO		—	4	1	2	—	1	3	4	15
OA		—	0	3	0	—	1	1	—	5
AO		29	31	23	11	13	35	35	24	201
OB		—	—	—	—	—	—	3	—	3
BO		2	12	4	7	9	—	—	14	48
Razem		48	48	48	48	48	48	48	48	384

Znaczenie symboli: A — lubi, B — nie lubi, O — brak oceny. Symbol lewy — pierwotne badanie, symbol prawy — powtórne badanie.

U w a g a: Wyłączono dwóch respondentów z opracowania, którzy na pytanie pierwotne odpowiedzieli „wcale nie słucham radia”.

trowano się zatem na opracowaniu tych wypowiedzi, które nie pozostawiały wątpliwości zarówno w pierwotnym, jak i powtórnym badaniu.

Tabela 6 w pełni potwierdza wyniki analizy rozbieżności i sprzeczności odpowiedzi w odniesieniu do audycji telewizyjnych. Jedyna różnica, jaka się wyraźnie zaznaczyła, dotyczy odrębnego sposobu odbioru programu radiowego. 16 osób wymieniło jako lubiane notorycznie popularne audycje *W Jezioranach* i *Matysiaków*, a na próby wydobycia dalszych preferencji uzyskiwano generalną odpowiedź, że rozmówcy trudno jest wymienić cokolwiek więcej, ponieważ słucha dorywczo bądź wszystkie audycje jednakowo lubi. (Przykłady odpowiedzi: „Są takie, których można nie lubić? Lubi się wszystko”, „U mnie nie ma nie lubianych, wszystko słucham”, „bo ja wiem, to, co nadaje się do słuchania”, „nie wiem, rzadko słucham”, „mało słucham”, „nie mam czasu słuchać, to co mam nie lubić?”)

Wydaje się, że na uzyskiwanie takich odpowiedzi na pytania swobodne ma wpływ znane zjawisko powierzchownego niewybórczego słuchania audycji radiowych, częstokroć przy wykonywaniu rozlicznych prac domowych itp.

### Wnioski

Przedstawiona próba badawcza miała na celu jedynie ukazanie problemu i wskazanie możliwości przeniesienia go na grunt empirycznych ustaleń. Rzecz jasna, że chociażby z powodu małej liczebności przebadanych powtórnie respondentów uzyskanych rezultatów nie można uważać za ostateczną weryfikację postawionych na wstępie hipotez. Wobec tego uzyskane wyniki należy traktować tak, jak traktuje się wyniki pilotażu. Są one jednak na tyle przekonujące, iż wskazują na konieczność kontynuowania dalszych badań w tym samym kierunku z zastosowaniem tej samej techniki, tzn. z powtórным dotarciem do respondentów. Okazało się bowiem, że z ich strony nie należy się spodziewać zasadniczych sprzeczności i liczyć można na daleko posuniętą współpracę. Przy wystarczającej liczebności powtórnych

wywiadów uzyskać będzie można rozstrzygnięcia co do alternatywnych wersji pytań, na zadowalającym szczeblu istotności statystycznej.

Wydaje się, że niezależnie od samego programu szerszych badań można również zaproponować przeprowadzenie powtórnych rozmów, nawet z małą ilością respondentów, przed przystąpieniem do ostatecznych badań merytorycznych. Można by potraktować takie powtórne wywiady jako rodzaj pogłębionego pilotażu kwestionariusza. Byłoby to celowe zwłaszcza wtedy, gdy badacz ma wątpliwości co do adekwatności zastosowania którejsz z możliwych wersji pytań, w szczególności wówczas gdy uważa je za trudne czy drażliwe<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Zastosowana metoda nie jest jedyną metodą sprawdzania adekwatności dwóch możliwych wersji pytań. Można również stosować jeden rodzaj pytań w jednej próbie losowej, a drugi rodzaj pytań w drugiej próbie losowej tej samej populacji, a następnie porównać wyniki (rodzaj odpowiedzi, ich rozkłady). Wspomniana metoda została zastosowana w badaniach terenowych w listopadzie 1970 r. nad adekwatnością tych samych pytań, które były przedmiotem rozważań niniejszego artykułu.

Krystyna Lutyńska

## MIEJSCE PRZEPROWADZANIA WYWIADU I JEGO ODDZIAŁYWANIE\*

### I. Uwagi wstępne

W artykułach zamieszczanych w poprzednich tomach *Analiz i prób technik badawczych w socjologii* staraliśmy się między innymi zwrócić uwagę na niektóre elementy społecznej sytuacji przeprowadzania wywiadów i ich wpływ na odpowiedzi respondentów. Rozważaliśmy zatem problem osób trzecich, warunki badawcze w różnych środowiskach lokalnych, zagadnienie wzorów społecznych i konwencji towarzyskich związane z przyjmowaniem obcych ludzi w mieszkaniach itp.<sup>1</sup> Ten nurt rozważań

\* Artykuł niniejszy został opracowany na podstawie materiałów uzyskanych w różnych badaniach. W tym miejscu pragniemy złożyć podziękowanie kierownikom tych badań: mgr K. Kądzelskiej i dr. S. Szostkiewiczowi z Ośrodka Badań Opinii Publicznej przy Polskim Radiu i Telewizji, dr. A. Boruckiemu, doc. S. Dziecielskiej-Machnikowskiej, doc. J. Kulpińskiej i doc. W. Piotrowskiemu z Uniwersytetu Łódzkiego, mgr. L. Dembowskiemu z Pracowni Socjologicznej RSW Prasa w Łodzi — za pozwolenie dołączania do prowadzonych przez nich badań naszej ankiety do ankietera — a dr N. Szeszeni z Zakładu Organizacji Ochrony Zdrowia Akademii Medycznej w Łodzi, mgr. M. Zürnowi z Pracowni Socjologicznej Instytutu Naukowego Kultury Fizycznej w Warszawie oraz mgr. A. Wejlandowi z Instytutu Filozofii i Socjologii PAN — za pozwolenie wykorzystania zebranych przez nich danych na temat miejsca wywiadu. Pragniemy również podziękować dr. T. Millerowi z Uniwersytetu Łódzkiego za pomoc w opracowaniu statystycznym.

<sup>1</sup> Por. następujące artykuły K. Lutyńskiej: *Ankieta do ankietera jako źródło wiedzy o wywiadzie kwestionariuszowym*, [w:] *Analizy*