

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 wykorzystano 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 znajdujemy zresztą więcej rozważań dotyczących znaczenia szeroko rozumianego otoczenia społecznego skłonności respondentów do kooperacji z badaczami. Duża ilość realizowanych sondaży – „sondażowy przesył”, 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