

Zygmunt Gostkowski

RESPONDENT JAKO „PEŁNY CZŁOWIEK” W BADANIACH SURVEYOWYCH

Poznawcza humanizacja badań surveyowych

Używany potocznie termin „respondent” na oznaczenie osoby odpowiadającej na pytania w standaryzowanym wywiadzie kwestionariuszowym lub ankiecie wypełnianej – ma wyłącznie techniczną i wąską konotację. Dlatego też wyrażenie „respondent jako pełny człowiek” stanowi swoiste *contradictio in adiecto*; wszakże swego pełnego – tzn. autentycznego – „ja” społecznego człowiek nie może uzewnętrzniać w krótkotrwałym kontakcie społecznym z nieznanym osobiście ankierem, zadającym mu szereg nieoczekiwanych pytań dotyczących spraw w znacznym stopniu „przyniesionych z zewnątrz”; poza tym dzieje się to z reguły w sytuacji nacechowanej anomią, niejasnością co do rzeczywistego celu takiej „rozmowy”, sposobu wykorzystania zebranych danych, instytucjonalnej roli sponsora badań itp.

Człowiek jako istota społeczna realizuje się i uzewnętrznia poprzez zachowania i wypowiedzi zrelatywizowane do każdorazowo występującego, określonego wyraźnie kontekstu społecznego¹. Różne konteksty społeczne ewokują określone i im właściwe sfery skojarzeń, myśli, oczekiwań i podświadomego życia psychicznego jednostki. W szczególności zaś, każdy z tych kontekstów jest w jakimś stopniu otwarty na pewną sferę myśli i skojarzeń, a zamknięty na inne.

¹ Przez „kontekst społeczny” rozumiem „konkretne środowisko społeczne... w którym następuje konwersacja lub interakcja”. Zachodzące w nim procesy interakcyjne określić można jako „procedury interpretacyjne – dzięki którym podmiot (aktor, *ego*) w konkretnej społecznej sytuacji lub w konkretnym kontekście społecznym interpretuje reguły normatywne, tj. po prostu normy, reguły. Interpretacja taka zawsze i dla wszelkiego rodzaju norm jest warunkiem *sine qua non* ich praktycznego zastosowania w konkretnej sytuacji społecznej. „Por.: *Objaśnienia do pracy A. V. Cicourela, Procedury interpretacyjne i reguły normatywne w procesie negocjacji statusu i roli, w: Kryzys i schizma. Antyscjentystyczne tendencje w socjologii współczesnej* (pod red. E. Mokrzyckiego), t. 1, Warszawa 1984, s. 359–360.

Konteksty społeczne i normy określające ich specyficzne „zamknięcia” socjolog może tylko intuicyjnie antycypować w oparciu o własny wgląd w życie społeczne, czy też – używając określenia Stanisława Ossowskiego – doświadczenie wewnętrzne badacza. Czasami w danych z wywiadów znaleźć można empiryczne ślady, czy poszlaki przypuszczalnych „zamknięć” sytuacji badawczej na określone tematy i sprawy. Niepodobna przyjąć np., że w Polsce ludzie nie traktowali (do roku 1989) przynależności do PZPR jako przynajmniej jednego z ważkich kryteriów zróżnicowania w społeczeństwie (podział na „partyjnych” i „bezpartyjnych”). Tymczasem w badaniach na próbach reprezentatywnych w Łodzi w roku 1977 i 1984 – na otwarte pytanie: „Czy widzi Pan(i) jakieś różnice między ludźmi w Polsce? Na czym one polegają...?” – prawie nikt nie wskazał na to kryterium polityczne! Wyjaśnienia tego zjawiska można doszukiwać się w tej okoliczności, że kontekst społeczny wywiadu prowadzonego przez ankiera – postrzeganego jako reprezentanta oficjalnej, państwowej instytucji (choćby nawet naukowej) – ewokuje normę blokującą temat przynależności partyjnej odczuwany jako coś w rodzaju tabu: istniała norma, że nie wspomina się o niej w rozmowie oficjalnej z człowiekiem nieznanym. Innym przykładem podobnego, przypuszczalnego „zamknięcia” sytuacyjnego był fakt, że w tychże badaniach w roku 1984 wysoki procent robotników (w granicach 47% – 52%) charakteryzując na bipolarnej skali „typowego robotnika”, „typowego urzędnika” i „typowego chłopą” wybierał punkt środkowy (oznaczający „ani taki ani taki” lub „nie wiem”) – w odniesieniu do opozycji „prorządowy” – „antyprorządowy”; również zaskakujący był fakt, że podobny brak określonych charakterystyk (w granicach 30% – 40%) wystąpił w odniesieniu do opozycji „patriotyczny” – „niepatriotyczny” pomimo przeważających ocen pozytywnych pod względem innych przeciwstawnych cech – takich jak „godny szacunku” – „niegodny szacunku”, „oświecony” – „ciemny”. Można przypuszczać, że „zamknięcie” społecznego kontekstu w tych wywiadach dotyczyło sfery wyraźnie politycznej (a przypuszczalnie termin „patriotyczny” kojarzył się ze skrótem PRON)².

Innym przejawem „zamknięcia” na tematy polityczne był rosnący procent odpowiedzi typu „trudno powiedzieć” w kolejnych ogólnopolskich surveyach prowadzonych przez takie placówki jak CBOS i PAN od roku 1980 do 1983³.

² Por. F. Sztabiński, P.B. Sztabiński „*Spółeczny obraz*” i stereotyp chłopca, urzędnika i robotnika. Analiza odpowiedzi na pytania zamknięte o typowego przedstawiciela grupy zawodowej, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, (pod red. Z. Gostkowskiego), t. VII, Wrocław 1989.

³ Por. K. Lutyńska, *Odpowiedzi „trudno powiedzieć” w latach osiemdziesiątych w Polsce i ich uwarunkowanie*, w: *Analizy i próby...*, t. VIII, 1990. Por. również tejże autorki studium w niniejszym tomie.

Jeszcze bardziej zdecydowanym objawem „zamykania się” respondentów na sam kontakt z ankieterami reprezentującymi instytucję państwową był też rosnący procent odmów udzielania wywiadów w tychże surveyach⁴.

Fakty te wskazują generalnie na konieczność widzenia respondenta również jako członka „wielkiego społeczeństwa”. W Polsce do końca lat osiemdziesiątych respondenci byli „obywatelami PRL” poddanymi zastraszającemu naciskowi instytucji systemu totalitarnego, o czym świadczyły wyniki specjalnych badań⁵.

Powstaje obecnie pytanie, czy ów syndrom totalitarny nadal jest obecny w świadomości społecznej po wyborach 4 czerwca 1989 r.? Czy nadal – pomimo obiektywnej zmiany sytuacji politycznej – utrzymuje się w jakichś środowiskach, rejonach czy grupach społecznych – stan zastraszania rzutujący tak silnie na zachowanie ludzi w roli respondentów?

Poświęcone temu zagadnieniu pilotażowe badania Zakładu Metod i Technik Badań Społecznych UŁ wykryły, że w roku 1988 wśród ludności Łodzi badanie socjologiczne było postrzegane w kontekście syndromu totalitarnego. Jak piszą autorzy, ciągle można było utrzymać hipotezę o „zgeneralizowanym lęku przed badaniami socjologicznymi”, chociaż nie można jej było stosować do wszystkich grup społecznych. Wydawało się, że – ostrożnie formułując tezę – „część respondentów przestała bać się mówić (i chyba nie tylko w wywiadzie). Refleksy jakiejś formy wymuszonego na władzy quasi-przyzwolenia na ułomny dyskurs polityczny znaleźć można było w rezultatach realizowanego pilotażu”⁶.

W sytuacji ostrego kryzysu gospodarczego i politycznego, niedowładu organizacyjnego instytucji państwowych, do zadawnionego poczucia zagrożenia przed potencjalnymi represjami – dołączył się nowy komponent psychologiczny: była nim „postawa lekceważenia bezradnego, słabego państwa które nie jest w stanie poradzić sobie z trudnościami, kryzysem, kłopotami dnia codziennego. Państwo przestało być w potocznej świadomości respondentów tylko machiną represyjną, a dodatkowo postrzegane jest jako mało sprawny, bezradny twór, który «przeszkadza ludziom żyć». Świat prywatny był – zdaniem respondentów – znacznie bardziej sprawny we wszystkich możliwych działaniach. Taka postawa respondentów rzutowała na wiązane ciągle w ich świadomości z władzą badania socjologiczne w niekorzystny sposób; wyrażało się to w takim oto przeko-

⁴ Por. K. Lutyńska, *Analiza odmów w polskich badaniach kwestionariuszowych w latach 1982-1985*, „Przegląd Socjologiczny”, 1989, t. XXXVII.

⁵ K. M. Staszyńska, *Wiarygodność respondentów w socjologicznych badaniach ankietowych*, Wrocław 1989.

⁶ A. Kubiak, I. Przybyłowska, W. Rostocki: *Społeczna przestrzeń wywiadu kwestionariuszowego*, w niniejszym tomie.

naniu, spotykanym u większości respondentów: „Na cóż mogą się przydać badania socjologiczne, kiedy „oni” nic nie potrafią zrobić”⁷. Rzecz jasna, że rozpowszechnienie takiej postawy wobec propozycji uczestnictwa w badaniach w roli respondenta – pociągało za sobą wspomniane wyżej częste odmowy udzielania wywiadu oraz – jeśli jednak respondent uległ namowom sympatycznego ankietera (a zwłaszcza ankieterki) – to nie traktował swej roli serio, udzielając często odpowiedzi „trudno powiedzieć”, itp.

Po czerwcu 1989 r. i nawet po utworzeniu rządu Tadeusza Mazowieckiego – jak wykazały wyniki drugiej fazy przytaczanych tu badań – połowa respondentów nie miała świadomości przełomu społecznego i politycznego; można przypuszczać, że dla tej części badanych aktualne pozostawały kategorie separujące „My-Oni” – a więc odczuwalna była dla nich nadal zasadnicza podrzędność „świata ludzi” wobec „świata instytucji”.

Trzeba pogodzić się z tym, że w wywiadzie kwestionariuszowym czy ankiecie wypełnianej przez badacz nie jest w stanie uzyskać od respondenta w pełni wiarygodnego obrazu jego wyobrażeń, motywacji, przekonań i opinii ani zrekonstruować kontekstu społecznego (odczuwanych afiliacji grupowych oraz definicji sytuacji społecznej wywiadu itp.) w jakim respondent udzielał odpowiedzi. Technika wywiadu kwestionariuszowego czy ankiety będzie zawsze przynosić tylko dane fragmentaryczne, tj. dotyczące jakichś kontekstowo wyselekcjonowanych reakcji respondenta.

Pełniejsze poznanie społecznej rzeczywistości i uwikłanych w niej ludzi mogą przynieść inne metody badawcze, takie, jak obserwacja uczestnicząca małych grup, metoda biograficzna (skłonienie pewnej liczby osób do relacji o przebiegu wydarzeń w ich życiu), czy też klasyczna metoda dokumentów osobistych. Wszystkie te metody mają wszakże ten brak, że – w przeciwieństwie do masowych surveyów – przynoszą rezultaty, które nie są reprezentatywne statystycznie – a więc nie można ich uogólnić na szersze uniwersum społeczne z określonym prawdopodobieństwem. Dlatego też badania surveyowe są obecnie – i z pewnością pozostaną – dominującą procedurą badawczą w socjologii. Należy zatem podejmować próby ich wzbogacania i ulepszania w taki sposób, aby załagodzić występujące w nich braki i niedostatki poznawcze. Celowi temu służy dążenie różnymi sposobami do poznawczej humanizacji badań surveyowych. Wywodzi się ono z generalnej krytyki pozytywistycznego paradygmatu tych badań, wzorowanego na naukach przyrodniczych (a w szczególności – fizyki). Paradygmat ten można w skrócie przedstawić następująco: najogólniej – występuje w nim dążenie do zastosowania w maksymalnym stopniu matematyzacji, zarówno w stadium zbierania danych, jak i ich opracowywania. Znajduje to wyraz

⁷ Ibidem.

w preferencji dla dużych liczebnie prób reprezentatywnych w celu zminimalizowania standardowego błędu estymacji parametrów uniwersum; w zastosowaniu takich technik interrogacji, które przynoszą dane pierwotne maksymalnie zestandaryzowane – a więc nadające się od razu do opracowania ilościowego; w szczególności zaś w używaniu pytań kafeteryjnych bądź pytań otwartych dla respondentów a zamkniętych dla ankietera (tj. z kategoryzacją przez tego ostatniego odpowiedzi) – tym samym zaś, w unikaniu pytań całkowicie otwartych, wymagających od respondenta swobodnej tj. nieustrukturalizowanej pytaniami narracji, od ankietera ich możliwie pełnej rejestracji, a od badacza analizy jakościowej tak uzyskanych wypowiedzi (semantycznej, socjolingwistycznej itp.). Dalsze elementy omawianego paradygmatu to: opieranie pytania kwestionariuszowego i interpretacji uzyskanych odpowiedzi na koncepcji pytania problemowego oraz „jednostkowego pytania badacza”, wedle której są ustalone z góry kryteria istotności owych odpowiedzi⁸. Wiąże się to z postulatem, aby „pytanie badacza” było nastawione jedynie na weryfikację określonej, jasno sformułowanej hipotezy ze względu na którą badacz ustala wspomniane kryteria istotności; rekonstruowanie ogólniejszych postaw respondentów na podstawie statystycznych korelacji między ich odpowiedziami dotyczącymi cząstkowych aspektów (fragmentów) szerszego zjawiska, do którego odnosić się mają tak rekonstruowane postawy; stosowanie analizy czynnikowej do danych dotyczących np. deklarowanych motywów, postaw, ocen itp., w celu wykrycia „czynników ukrytych” (*latent factors*) warunkujących badane zjawisko; przedstawienie badanej rzeczywistości społecznej jako zbioru zmiennych⁹, mierzalnych wedle wybranych rodzajów skal – a wyrażonych wartościami operacyjnie zdefiniowanych wskaźników.

Przedstawione wyżej właściwości badań surveyowych realizowanych wedle paradygmatu przyrodniczego pociągają za sobą określone preferencje w wyborze możliwych opcji co do strategii badawczej: w sytuacji zawsze ograniczonego zasobu środków finansowych – badacz orientacji scjentystycznej zdecyduje się na maksymalnie liczną próbę i bardziej rozbudowany program skomputery-

⁸ Por.: J. Lutyński: *Analiza procesu otrzymywania informacji w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego*, w: *Analizy i próby...*, t. IV, (pod red. Z. Gostkowskiego i J. Lutyńskiego), Wrocław 1972. Por. również: K. Lutyńska, *Wywiad kwestionariuszowy. Przygotowanie i sprawdzanie narzędzia badawczego*, Wrocław 1984.

⁹ Krytykę podejścia badawczego opartego o koncepcję zmiennych sformułował H. Blumer wychodząc z perspektywy symbolicznego interakcjonizmu; sprowadza się ona do zarzutu, że pojęcie zmiennej nie uwzględnia interpretacyjnych i definicyjnych kontekstów społecznych, w którym dana zmienna występuje i uzyskuje swój sens dla wchodzących w grę partnerów interakcji. Por. H. Blumer: *Sociological Analysis and the „Variable”*, w: *Contemporary Sociology. An Introductory Textbook of Readings* (ed. M. L. Barron), New York-Toronto 1964, s. 500.

zowanych obliczeń i analiz statystycznych, a odrzuci opcję bardziej humanistyczną – przewidującą np. pogłębione badania wstępne (pilotażowe), mniej liczną próbę, lecz bardziej pracochłonne kodowanie wypowiedzi swobodnych i analizy używanego w nich języka, oraz inne zabiegi humanizacyjne – takie, jak np.: sondowanie w trakcie wywiadu sensu terminów używanych przez respondentów, obserwacja przez ankieterów ich zachowania i notowanie „uwag marginesowych” (a zwłaszcza odpowiedzi korekcyjnych, tj. odrzucających założenie pytania¹⁰), autoweryfikacja przez respondentów wypełnionych kwestionariuszy, pogłębione niestandardizowane wywiady zogniskowane (*focussed interviews*) z celowo dobranymi respondentami itp.¹¹.

Wymienione właściwości matematyczno-przyrodniczego paradygmatu uprawiania badań społecznych w oparciu o dane uzyskane drogą surveyu – tj. masowej interrogacji – trzeba traktować jako cechy stopniowalne; tak więc – dany kwestionariusz może zawierać mniej lub więcej zestandaryzowanych pytań zamkniętych (kafeteryjnych lub innych); analizy korelacyjne czy analiza czynnikowa mogą odnosić się do mniejszej lub większej liczby zagadnień podjętych w badaniu. Stopniowalność owego „rygoryzmu scjentystycznego” może odnosić się również do sposobu posłużenia się koncepcją „jednostkowego pytania badacza” i „pytania problemowego”: badacz może szerzej lub wężiej zdefiniować obszar zamknięcia dziedziny odpowiedzi istotnych; w wypadku szerszego, bardziej otwartego podejścia – może on np. traktować jako istotne również odpowiedzi typu: „nie wiem”, czy „trudno powiedzieć” – jako umożliwiające mu odpowiedź na pod-pytanie badacza: „Czy respondent ma jakąkolwiek opinię (żywi zainteresowanie) wobec obiektu X?”. Może też z góry nie przesądzać o nieistotności odpowiedzi odrzucających założenie pytania, aby uzyskać wgląd w autentyczne, nieoczekiwane sposoby rozumowania respondenta (choćby były one nawet logicznie niekoherentne wedle badacza).

Oceniając ogólnie walory poznawcze rezultatów badań przeprowadzanych wedle paradygmatu scjentystycznego – można zastanowić się nad ich konkluzywnością. Konkluzywność można przypisać результатам badania wtedy, gdy

¹⁰ W wielu kwestionariuszach sondaży opinii przy prekategoryzowanych pytaniach nie ma wcale miejsca na zapis takich odpowiedzi, ani też na zapis innych autentycznych odpowiedzi, nieprzewidzianych kafeterią – choćby takich, jak: „nie wiem”, „nie chcę odpowiedzieć” itp. Zamiast tego – na jakąkolwiek inną odpowiedź – czy brak odpowiedzi – pozostawia się do zakodowania kategorię nazwaną umownie „trudno powiedzieć”. Uniemożliwia to analizę owych innych odpowiedzi w celu bliższego wyjaśnienia, co kryje się za brakiem uzyskiwania informacji oczekiwanych z góry przez badacza.

¹¹ Różne zabiegi humanizacyjne, mające wzbogacić perspektywę badawczą w surveyach, omawiamy w dwóch artykułach: *O potrzebie humanizacji masowych badań typu „surveyowego”*, „Studia Socjologiczne”, 1974, nr 1 oraz *O poprawie jakości badań surveyowych*, „Studia Socjologiczne”, 1976, nr 3.

można przyjąć, że nie pominięto w nich istotnych aspektów badanych zjawisk, przy czym chodziłoby o istotność z punktu widzenia celu badań: np. weryfikacji /falsyfikacji hipotezy, wykrycia związków i prawdziwości, pełnego odtworzenia badanych przekonań, opinii itp.) Badania konkluzywne byłyby więc takimi badaniami, które są „samowystarczalne” pod względem bazy empirycznej i metodologii.

W badaniach scjentystycznych dokonuje się następującego zabiegu wobec badanych osób: uzyskuje się od poszczególnych respondentów wyselekcjonowane fragmenty ich wypowiedzi jako dane pierwotne; następnie, z fragmentów tych, na dużej statystycznej masie respondentów, dokonując korelacji i innych zabiegów statystycznych – otrzymuje się scalone rezultaty. Rezultaty te traktuje się jako generalnie konkluzywne, jeśli uzyskane mierniki (procenty, wskaźniki korelacji itp.) są na wystarczającym poziomie istotności statystycznej, a badaczowi uda się nadać im jakąś „przekonywującą” interpretację¹².

Tak rozumiana statystyczna konkluzywność rezultatów badań surveyowych nie może jednak być uważana za pełną, tj. uwzględniającą dyrektywę możliwie pełnego ukazania badanych ludzi. Brak pogłębienia ilościowych badań surveyowych o materiały i analizy jakościowe sprawi, że będą pominięte takie zjawiska, jak afektywne podłoże wygłaszanych w wywiadach (czy ankietach) opinii, sposoby myślenia i rozumowania do nich prowadzące i łączące je w szersze kompleksy przekonań, rzeczywisty sens wypowiedzi sprzecznych tj. niekoherentnych (wedle własnej oceny logicznej badacza), osobliwości języka (matryc językowych) używanego w wypowiedziach, afiliacje (tożsamości) grupowe wzbudzone przez sytuację wywiadu oraz treść i sekwencję pytań¹³ itp.

¹² Interpretacje takie bywają wysoce dowolne i subiektywne; przykładem może być np. tłumaczenie znacznej procentowej przewagi deklaracji chęci i gotowości przeciwdziałania marnotrawstwu i brakoróbstwu pracy nad deklaracjami gotowości do przeciwdziałania kradzieży jako źródłom strat produkcyjnych w fabrykach – poprzez wskazanie na przekonanie badanych, iż przeciwdziałanie kradzieżom jest bezskuteczne i ich niechęć do ujawniania kradnących (przykład z badań A. Sicińskiego, *Postawy wobec pracy i własności oraz ich społeczne uwarunkowania*, „Studia Socjologiczne”, 1961, nr 2). Można przytoczyć inne interpretacje brzmiące równie „przekonywująco”. Por. Z. Gostkowski, *O poprawę jakości badań surveyowych...*, op. cit.

¹³ Jako ilustrację takiego podejścia, por. studium A. P. Wejlana pt. *Stereotyp grupy zawodowej. Analiza odpowiedzi na pytania otwarte o jej typowego przedstawiciela*, w: *Analizy i próby...* t. VIII, op. cit. Autor odnosi „myślenie stereotypami” do postrzegania relacji międzygrupowych i wiąże występowanie stereotypów ze zjawiskiem identyfikowania się z tą lub inną grupą zawodową. Por. również studium P. Sztabińskiego w niniejszym tomie: *Ewoluowana tożsamość grupowa respondenta jako determinanta jego zachowań w sytuacji wywiadu*. Autor proponuje zastosowanie określonych oddziaływań słownych na respondentów, aby w danym surveyu występowali oni z poczuciem konkretnej, jednakowej i pożądanej przez badacza roli społecznej – tj. tożsamości (identyfikacji) grupowej. W ten sposób badacz „zakotwicza” społecznie zachowanie respondentów w wywiadzie, udziela im podmiotowości społecznej.

Przytoczymy tutaj przykład zastosowania analiz „humanizujących” w związku z opracowywaniem rezultatów badań surveyowych – aby ukazać, w jakim stopniu analizy te mogą odślonić takie aspekty ludzkiego odczuwania, myślenia, postrzegania i opiniowania – które wymknęłyby się technikom rutynowej zamkniętej i powierzchownej interwencji masowej.

W dwóch surveyach przeprowadzonych w roku 1977 i 1984 w Łodzi zamieszczone było nieustrukturalizowane pytanie otwarte, mające uzyskać od respondentów swobodne odpowiedzi ujawniające autentyczny sposób postrzegania różnicowań w społeczeństwie. Brzmiało ono: „Czy dostrzega Pan(i) jakieś widoczne różnice między ludźmi w Polsce? Na czym przede wszystkim one polegają? Które z tych różnic są najbardziej wyraźne?” Było to więc pytanie będące zbitką trzech elementów; gdyby nadało się mu postać bardziej sformalizowaną, zestandaryzowaną i ustrukturalizowaną – należałoby je zadać jako trzy kolejne pytania (z zastosowaniem filtru). Wybrano jednak bardziej swobodną formę interwencji, gdyż chciano wywołać bardziej spontaniczną, nieskrępowaną wypowiedź; w trakcie jej udzielania ankieter miał w sposób sondujący – ale bez sugerowania czegokolwiek i sztucznego forsowania – wydobyć od respondenta wypowiedzi odnoszące się do trzech elementów zawartych w tym pytaniu.

Jeśli w odpowiedzi respondent wymienił jakiegokolwiek różnicę – zadawano pytanie następne: „Czy różnice te zwiększają się Pana zdaniem – czy też się zmniejszają?”¹⁴. Jak się okazało w trakcie analizy treści odpowiedzi – w wielu wypadkach odpowiedź na drugie pytanie stanowiła rozwinięcie odpowiedzi poprzedniej, tj. na pierwsze pytanie – dzięki czemu przynosiła dodatkowe elementy treści, pozwalające lepiej zrozumieć i zinterpretować pełną wypowiedź respondenta. Kodowano więc łącznie elementy treści zawarte w odpowiedziach na dwa pytania. Sposób interpretacji i kodowania wątków myślowych niech zilustrują dwa przykłady:

I Odpowiedź na pierwsze pytanie:

„Na pewno ci co mają pieniądze to wszystko kupią. Zależy od ludzi, bo jedni mają pieniądze ale są w porządku, a inni to zadzierają głowę”.

Odpowiedź na drugie pytanie:

„Różnice się zwiększają. Teraz dużo ludzi handluje, mniej pracuje. Ten co pracuje, nic nie ma”.

W kodowaniu wyodrębniono dwa kryteria – wedle których respondent widzi „różnice między ludźmi w Polsce”:

¹⁴ Nie uwzględniono więc w dyspozycji pytania trzeciej, możliwej logicznie odpowiedzi „różnice pozostają bez zmian”, co stanowiło pewną sugestię umniejszającą liczbę tychże. Jednakże podsunęta odpowiedź „bez zmian” jako łatwiejsza mogłaby być dawana „na odczepne” przez respondentów o niskiej motywacji do namysłu przy formułowaniu odpowiedzi. Ów narzucony dychotomizm – jak przypuszczano – temu przeciwdziałał.

1° pieniądze (ci, co ich mają dużo i na wszystko mogą sobie pozwolić; wśród nich – jedni „są w porządku”, a inni „zadzierają głowę”),

2° zachowania i cechy osobowości związane z zarabkowaniem i posiadaniem (ci, którzy przejawiają negatywnie oceniane zachowania i cechy „handlują a nie pracują”, „zadzierają głowę” – i ci, którzy pracują a „nic nie mają”).

A więc wyłania się taka oto wizja zróżnicowania:

1. Posiadający dużo pieniędzy – „ale będący w porządku”.
2. Posiadający dużo pieniędzy, ale zarozumiali i „nie będący w porządku”.
3. Pracujący, niczego nie posiadający.
4. Nie pracujący a tylko handlujący – ale posiadający więcej.

A oto inny przykład.

II Odpowiedź na pierwsze pytanie:

„Nie ma specjalnych różnic między normalnymi ludźmi. Nienormalni ludzie to pijacy i wykolejeńcy”.

Odpowiedź na drugie pytanie:

„Są to ludzie robiący interesy na wielką skalę i ci mają bardzo dużo pieniędzy. Oni żyją inaczej. Różnice te będą się zwiększać, jeśli się nic nie zmieni”.

Okazało się więc, że odpowiedź na drugie pytanie przyniosła dodatkową, istotną odpowiedź na pierwsze.

Wizja zróżnicowania, wyłaniająca się z tych odpowiedzi oparta jest więc na dwóch kryteriach i rysuje się tak oto:

1° wedle zachowań nie związanych z zarabkowaniem czy pracą – ocenianych negatywnie lub pozytywnie: podział na ludzi nienormalnych (pijących, wykolejeńcy) i normalnych,

2° wedle posiadanych pieniędzy: podział na posiadających ich dużo, „żyjących inaczej” dzięki „robieniu interesów” – i (domyślnie) innych nie posiadających pieniędzy.

Sposób percepcji zróżnicowania ludzi – wyrażany takim wypowiedzianiem się przez respondentów – jest najczęstszy. Charakteryzuje go asymetryczne widzenie biegunów zróżnicowania: na linii zróżnicowania wedle danego kryterium (np. zamożność, normalność) wymienia się tylko jeden – najbardziej rzucający się w oczy – biegun (np. „bogaci”, „nienormalni: pijący, wykolejeńcy”) – zostawiając biegun przeciwny, dopełniający – jako niedopowiedziany („biedni”, „normalni”).

Z reguły owym biegunem wymienianym jest ten, który wzbudza silniejsze emocje negatywne i ujemne oceny społeczno-moralne (takie jak zazdrość, potępienie, dezaprobatę). Jeśli przyjąć, że używana w odpowiedziach taka matryca językowa odzwierciedla potoczny, tj. codzienny i autentyczny, sposób postrzegania, odczuwania i uświadamiania sobie „różnic między ludźmi w Polsce” (a

więc w wymiarze makrospołecznym) – to wypada stwierdzić, że postrzeganie takie jest silnie ukierunkowane emocjonalnie. Jest więc nie tyle aktem intelektualnym, poznawczym, służącym racjonalnej orientacji w wielkim społeczeństwie, określaniu w nim swego miejsca, ile aktem potwierdzającym żywione negatywne stereotypy i emocje skierowane ku pewnym tylko grupom, wyodrębniającym się z szerszego tła i przyciągającym uwagę. Postrzeganie zróżnicowania społecznego w sposób racjonalny, symetryczny i całościowy jest właściwe socjologom i rzadko występuje w potocznym doświadczeniu „zwykłych ludzi”. A zatem – tak często stosowane w badaniach świadomości struktury społecznej kafeteryjne sposoby wykrywania wizji zróżnicowania społecznego (np. przez podsuniecie respondentowi do wyboru m.in. podziału „robotnicy – chłopci – inteligencja”) – przynoszą rezultaty nieautentyczne, będące projekcją własnych struktur myślowych socjologa. W uzyskiwanych odpowiedziach przejawia się wtedy raczej jakaś reakcja respondentów (aprobata, odrzucenie, niezrozumienie, itp.) na wizję zróżnicowania podsunietą im przez socjologa – niż ich autentyczny potoczny sposób widzenia i odczuwania tego zróżnicowania. Oczywiście nie należy wykluczać możliwości badania również takich właśnie reakcji respondentów, lecz wówczas pytanie badacza powinno być przeformułowane. Zamiast pytania „Jak badani w swym potocznym, autentycznym doświadczeniu społecznym – postrzegają zróżnicowanie w społeczeństwie” – należałoby postawić pytanie „Jak badani określają zróżnicowanie w społeczeństwie, jeśli dokonują tego w oparciu o taką a taką podsunietą im koncepcję zróżnicowania (uwarstwienia itp.) społecznego?”. Nie należy też wykluczać z góry możliwości wystąpienia u części respondentów (bardziej odczytanych, o wyższym poziomie wykształcenia – np. socjologicznego, ekonomicznego itp.) – własnej, autentycznej koncepcji zróżnicowania, tożsamej z koncepcją przyjętą przez badacza-socjologa. Efekt zatarcia autentycznego postrzegania zróżnicowania społecznego przynosi również opracowanie materiału słownego uzyskanego pytaniami otwartymi, lecz kodowanego wedle selekcji i oceny elementów treści, ukierunkowanych socjologicznymi koncepcjami struktury społecznej. Oznacza to, że elementy wypowiedzi nie mieszczące się w takich koncepcjach pomija się jako „socjologicznie nieistotne”, bądź włącza się do nieokreślonej kategorii „inne”.

W omawianych przykładowo badaniach¹⁵ starano się – bez trzymania się założonych z góry kryteriów „istotności socjologicznej” – tak opisać i poklasyfikować elementy treści wypowiedzi, aby jak najwierniej odtworzyć autentyczne struktury percepcji zróżnicowania społecznego. Uzyskano tym sposobem wiel-

¹⁵ Por. Z. Gostkowski, *Wizje sprawiedliwości społecznej i poglądy na politykę płacową w roku 1977 i 1984* (w druku).

kie bogactwo i różnorodność sposobów postrzegania przez respondentów „różnic między ludźmi w Polsce”.

Wyodrębniono aż 20 kryteriów wedle których postrzegano te różnice; udało się je poklasyfikować w 10 grup odnoszących się:

1) do materialnych warunków życia (4 kategorie kryteriów: (1) poziom życia, (2) zarobki, (3) wystawna konsumpcja, (4) cechy osobowości i zachowania związane z zamożnością),

2) do typu własności środków produkcji (1 kategoria),

3) do pracy, zarobkowania, działalności gospodarczej (2 kategorie: (1) cechy negatywne związane z pracą, (2) cechy sposobu gospodarowania: gospodarni i niegospodarni),

4) do władzy (3 kategorie: (1) apolitycznie rozumiane zwierzchnictwo-podległość, (2) władza polityczna, (3) opinie polityczne),

5) do cech społeczno-demograficznych (3 kategorie: (1) stratyfikacja społeczno-zawodowa, (2) wykształcenie, (3) wiejskość-miejskość),

6) do godnościowego aspektu stosunków międzyludzkich (1 kategoria: wywyższający się a poniżani),

7) do najrozmaitszych cech osobowości i zachowania (3 kategorie: (1) zainteresowania, światopogląd, poziom kulturalny, (2) różne cechy psychologiczne i fizyczne bez wyraźnej oceny wartościującej, (3) różne cechy psychologiczne i zachowania – z ostrą oceną społeczno-moralną),

8) do poziomu kwalifikacji zawodowych (partacze-fachowcy),

9) do wieku (młodzi-starzy),

10) do różnych cech (np. posiadający i nie posiadający „znajomości”, ciężko i lekko pracujący itp.)

W przeważającej liczbie wypowiedzi wystąpiła wspomniana już matryca językowa: wymieniano jeden człon (daną kategorię, grupę) podziału – ten, który wzbudza ocenę negatywną (np. „obiboki”, „spekulanci”, „badylarze”, „zachłani” itp.); pozytywny człon przeciwstawny pozostawał przy tym w domyśle – nie był eksplicite wymieniany; jeśli go zaś wymieniano – to też w kontekście emocjonalnym – np. poczucia krzywdy („biali Murzyni”, ciężko pracujący itp.).

Warto dodać, że pod względem liczbowym zdecydowanie dominującymi kryteriami percepcji zróżnicowania były tylko kryteria odnoszące się do materialnych warunków życia: wymieniało je około 65% badanych. Dalsze były wymieniane ze znacznie niższą częstotliwością: zainteresowania, światopogląd, poziom kulturalny – 23,8% w roku 1977 i 13,1% w 1984; wykształcenie – 19,2% w roku 1977 i 5,4% w 1984; cechy negatywne związane z pracą – 12,2% w roku 1977 i 15,4% w 1984; typ własności zakładu zatrudniającego (sektor prywatny a sektor państwowy) – 3,6% w 1977 i 13,1% w roku 1984. Pozostałe kryteria – w tym używane najczęściej w socjologicznych ujęciach struktury społecz-

nej, takie jak zawód, władza, wieś-miasto – występowały z marginesową częstotliwością. Jednakże – jak już wspomniano – na tak niską częstotliwość wymieniania aspektu władzy politycznej musiało mieć wpływ „zamknięcie sytuacyjne” respondentów na tematykę polityczną.

Respondent jako osoba ludzka: postulat humanizacji moralnej i jej związki z humanizacją poznawczą

Jeśli dąży się do traktowania w badaniach respondenta jako autentycznego „pełnego człowieka” w sensie poznawczym, to powstaje pytanie, czy implikuje to traktowanie go również jako osoby ludzkiej w sensie społeczno-moralnym – tj. jako równoprawnego partnera badacza, wobec którego obowiązują takie same zasady ogólnej moralności, jakie normalnie badacz uznaje wchodząc w stosunki z innymi członkami społeczeństwa? Oczywiście – że tego rodzaju implikacja nie obowiązuje w sensie logicznym; jest ona tylko sprawą wyboru moralnego ze strony badacza. Można sobie wyobrazić badacza, który do tego stopnia za nadrzędne zadanie uważa humanizację poznawczą – tj. pełne poznanie ludzkich opinii, postaw, rozumowań (tj. w pełnym kontekście i uwikłaniu badanych w sytuacje społeczne) – że nie waha się stosować podchwytliwych „zmyłkowych” metod badawczych, wykorzystywać dostępne mu środki nacisku czy nawet zastraszania (np. „twardy wywiad”), manipulować poprzez aranżację sytuacji wywiadu (np. niezgodnie z prawdą przedstawiać sponsora badań czy ich cel, itp.)¹⁶, deklarować pełną anonimowość i wyłącznie statystyczny charakter badań – a w istocie przekazywać później adresy respondentów np. do dalszego wykorzystania przez kogoś innego. Listę manipulacji badanymi można by jeszcze kontynuować przytaczając różne zabiegi aranżacyjne i sposoby interwencji: np. przedstawienie jako celu badań jakichś działań reformatorskich czy interwencyjnych mających poprawić „warunki życiowe ludzi” itp. (gdy badacz wie, że wyniki jego badań służą tylko jego własnym celom naukowym np. uzyskaniu doktoratu – a więc świadomie rozbudza nierealne oczekiwania i nadzieje na poprawę warunków życiowych); mówienie przy pierwszym kontakcie z respondentem, że „wywiad jest łatwy i bardzo krótki” – podczas gdy badacz wie, że może

¹⁶ Szczególnie w eksperymentalnych badaniach psychologicznych znane są różne rodzaje manipulowania badanymi, np. zmyłkowe instrukcje, itp.; odnosi się to jednak do sytuacji laboratoryjnych, w których badani z góry godzą się na rolę „królików doświadczalnych”, a poza tym, badacz po eksperymencie wyjaśnia im zastosowane w nim „chwyty”. W każdym razie – badanym nie chodzi o ich mieszkaniach, a więc nie ingeruje się w ich sferę życia prywatnego, co ma miejsce w wypadku wywiadów socjologicznych.

być dla respondenta trudny i musi trwać co najmniej 1 godzinę; używanie pytań „pustych” (*dummy questions*) w celu uzyskiwania odpowiedzi wskazujących na bezmyślność i bezrefleksyjność respondentów; stosowanie ukrytej obserwacji uczestniczącej odnoszącej się do takich sfer życia i działalności ludzi, których woleliby oni nie ujawniać nawet „dla dobra nauki”; zadawanie pytań tak trudnych (wymagających abstrakcyjnego myślenia, bogatego zasobu pojęć), że respondentów o najniższym poziomie wykształcenia nie będących w stanie ich zrozumieć – wprowadzają w stan zakłopotania i zawstydzienia, że „źle wypadają na tym egzaminie”. Oczywiście – w niedawnych jeszcze warunkach totalitaryzmu i panującego monopolu propagandowego (z psychospołecznymi pozostałościami stanu wojennego) – zadawanie pytań na tematy polityczne osobom nastawionym krytycznie czy opozycyjnie wobec władzy – stawiało je przed stresującym wyborem: albo odpowiedzieć szczerze z poczuciem, że można narazić się na jakieś represje; albo z obawy przed zagrożeniem skłamać z poczuciem poniżenia własnej godności. Taki charakter miały np. pytania o przynależność do „Solidarności”; zadawane w surveyach – kierowanego przez pułkownika LWP – ośrodka rządowego CBOS w latach 1982-1988¹⁷.

Trzeba pamiętać, że zmiana polityczna jaka zaszła 4 czerwca 1989 r. nie u wszystkich ludzi spowodowała zniknięcie poczucia zagrożenia, czy nacisku propagandowo-politycznego ze strony władzy. Świadczą o tym przytaczane już wyniki badań przeprowadzonych przez Zakład Metod i Technik Badań Społecznych UŁ w Łodzi w listopadzie 1989 r. na 302-osobowej próbie reprezentatywnej. Na podstawie obserwacji reakcji respondentów na poszczególne pytania oraz nieformalnej rozmowy po wywiadzie – stwierdzono m.in., że jeszcze 12% badanych zdradzało wyraźnie lęk, niepokój czy podejrzliwość; świadomość przełomu politycznego – zasadniczej transformacji systemu – można było zauważyć tylko u 26% respondentów, a u 50% nie stwierdzono żadnych jej oznak. Wydaje się więc wysoce prawdopodobne, że dla tej części badanych aktualne pozostawały kategorie separujące „My-Oni”, a więc odczuwalna była dla nich nadal zasadnicza podrzędność „świata ludzi” wobec „świata instytucji”. Zarazem tylko u 3% respondentów wystąpiło skojarzenie wywiadu ze sprawdzaniem lojalności obywatelskiej przez instytucję państwową¹⁸. Należy wyjaśnić, że wywiad dotyczył spraw politycznych, takich jak opinie o nowopowstałym rządzie

¹⁷ Por. A. Sułek, *W terenie, w archiwum, w laboratorium. Studia nad warsztatem socjologa*, Warszawa 1990. Autor wykazuje, że ostry spadek deklaracji członkostwa w „Solidarności” w kolejnych surveyach musiał być rezultatem tego, że respondenci kłamali ankietom – wypierając się swej przynależności do prześladowanego ruchu związkowego.

¹⁸ Por. A. Kubiak, I. Przybyłowska, W. Rostocki, *Społeczna przestrzeń wywiadu kwestionariuszowego* (w niniejszym tomie).

T. Mazowieckiego i jego programie, głównych postaciach sceny politycznej oraz o zewnętrznych uwarunkowaniach dokonywanej w Polsce przemiany ustrojowej. Czy obecnie – na początku lat dziewięćdziesiątych, po prawie dwu latach od upadku totalitaryzmu, po rozwiązaniu się PZPR i w pełni wolnych wyborach prezydenckich – istnieją jeszcze pozostałości psychologiczne syndromu totalitarnego w postawach jakichś kategorii ludności? Byłoby rzeczą ryzykowną twierdzenie, że zjawiska te należą już w całym społeczeństwie do przeszłości; zaś narastające napięcia związane z pogłębiającą się recesją, bezrobociem, spadkiem realnych zarobków – mogą wywołać nową wersję owego alienującego poczucia „My-Oni”, ze wszystkimi tego konsekwencjami dla postrzegania badań opinii i ich sponsorów.

Również przykre odczucia mogą wywołać pytania apolityczne, lecz odnoszące się do spraw zahaczających o interes własny respondenta (zarobki, dochody, praca półlegalna czy „pozaetatowa”, praca emerytów, miejsce zamieszkania – tj. zameldowania itp.). Niemalże osób ze względu na istniejące przepisy (np. podatkowe czy inne) wołałoby o takich sprawach nie mówić, a ankietę nie ma moralnego prawa wywołać lęku czy zaniepokojenia u respondentów – gdyż nie jest upoważniony do występowania w roli sędziego śledczego czy urzędnika podatkowego (a często bywa postrzegany przez badanych w podobny sposób). Trzeba zaznaczyć, że nawet zagwarantowanie respondentowi faktycznej anonimowości wywiadu nie eliminuje tego problemu moralnego, gdyż decydujące jest tutaj subiektywne odczuwanie przez respondenta braku anonimowości mogące zawsze wystąpić; a nawet gdyby respondent wierzył, że jego nazwisko nie zostanie nikomu udostępnione – a więc ma zagwarantowaną anonimowość indywidualną – nie oznacza to, że tym samym zagwarantowana jest jego anonimowość jako członka własnej grupy interesu: np. rzemieślnik ujawniający w wywiadzie jakieś fakty ze sfery swej działalności zawodowej czy konsumpcyjnej (wysokość obrotu, dochody, posiadane rzeczy itp.) może racjonalnie przypuszczać, że informacje takie opracowane zbiorczo zostaną opublikowane, a więc będą dostępne również dla władz podatkowych jako odnoszące się do jego grupy zawodowej i spowodować mogą niekorzystne dla niej – a więc i dla niego – działania administracyjne czy kontrolne.

Przytoczone wyżej praktyki manipulatorskie czy też rodzaje interwencji używane w stosunku do badanych mają różny „ciężar gatunkowy” jako naruszenia norm etycznych obowiązujących badacza w jego stosunkach z badanymi ludźmi. Niektóre z nich mogą się wydawać dość błahie (np. zaskakiwanie respondentów długością czy trudnością wywiadu, wywołanie zażenowania u niektórych z nich trudnością udzielania odpowiedzi, „uatrakcyjnianie” tematyki wywiadu poprzez jej tendencyjną prezentację i wskazywanie na nierealne perspektywy aplikacji wyników badawczych itp.).

Postulat humanizacji moralnej nakazujący traktować badanych w sposób w pełni „ludzki” – a więc nacechowany życzliwością, poszanowaniem ich godności i wrażliwością na ich problemy – nabiera aktualności, gdy w badaniu natrafia się na osoby znajdujące się w dramatycznej sytuacji życiowej (dotknięte jakimś nieszczęściem, chorobą, nędzą, czy np. mające skrajnie złe warunki mieszkaniowe). Wówczas wizyta ankietera może wywołać u nich jakieś rozpaczliwe, nierealne oczekiwanie ratunku, pomocy, interwencji u władz itp. Wypadki takie są rzadkie i od kultury osobistej i taktu ankietera zależy sposób postępowania. Lecz w pewnego rodzaju badaniach – np. socjomedycznych – badacz ma do czynienia wyłącznie z ludźmi, znajdującymi się w ekstremalnych sytuacjach życiowych. Ankieterzy muszą wówczas trzymać się specjalnych reguł traktowania respondentów – i nie mogą nie okazywać swego współczucia, zrozumienia a nawet jakiegoś rodzaju pomocy, np. psychoterapeutycznej. Wymaga to od nich szczególnie wysokich i specjalnych kwalifikacji profesjonalnych, jak i dyspozycji moralnych¹⁹.

Niektóre z przytoczonych poprzednio naruszeń zasady podmiotowości respondenta bywają popełniane w taki sposób, że można oczekiwać, iż nie zostaną nawet zauważone przez badanych (np. zreżymowana obserwacja ukryta, wykorzystywanie bez ich wiedzy adresów do innych badań, wyciąganie wniosków o bezmyślnym odpowiadaniu na pytania puste itp.). Powstaje pytanie, czy – w imię „dobrej nauki” – nie należy jednak akceptować takich drobnych naruszeń zasady podmiotowości ludzi? Można by tu dołączyć argument, że w dużej liczbie osób badanych zawsze znajdzie się takie, które reagują z idiosynkratyczną wrażliwością na interwisy, kontakt z nieznaną osobą itp. Czy nie można „poświęcić ich na ołtarzu nauki” – skoro większość nie odczuwa dyskomfortu psychicznego w roli respondenta?

Odpowiedzi, jakie badacz udzieli sobie na takie kwestie moralne, zależą od jego wrażliwości oraz konkretnych okoliczności, w jakich prowadzone są badania. Warto zwrócić tu jednak uwagę na jedną sprawę. Otóż przy prowadzeniu wielu badań przez wielu badaczy w ciągu dłuższego czasu będzie się zdarzało, że nawet drobne przykrości respondentów związane z wywiadem mogą się kumulować w ich odczuciu i ktoś kto już ich doświadczył kilka razy (lub wie o takich doświadczeniach jakiejś osoby, znajomego, kolegi) – będzie mniej skłonny udzielić wywiadu. Dotknie to więc badacza, który wejdzie na teren badań po swoich pozbawionych skrupułów kolegach. Mamy tu do czynienia z czymś, co

¹⁹ Por. zawartą w niniejszym tomie pracę K. M. Boruckiej, *Specyfika wywiadów kwestionariuszowych z chorymi na raka*. Autorka przeprowadziła osobiście około 100 takich wywiadów i na tej podstawie opracowała typologię sytuacji, jakich one nastręczały oraz sformułowała szereg dyrektyw postępowania ze strony ankietera

przypomina niszczenie środowiska: z rabunkową eksploatacją „zasobów informacyjnych” tkwiących w społeczeństwie w postaci potencjalnych respondentów, które mogą ulegać erozji. Występuje tu więc dodatkowy problem etyki zawodowej: lojalności wobec przyszłych badaczy – i dbałości o przyszły rozwój socjologii empirycznej, wymagający przecież dobrowolnego „współdziałania informacyjnego” i życzliwości ze strony badanego społeczeństwa.

Ten czynnik warunkujący rozwój badań socjologicznych opartych na masowej interwisy – nabiera szczególnej wagi w miarę postępującej demokratyzacji i liberalizacji systemu społeczno-politycznego. Jest rzeczą znaną, że w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, w warunkach totalitarnej dyktatury – procenty odmów udzielania wywiadu były bardzo niewielkie (nikła była również absencja w monopartyjnych „wyborach” do władz lokalnych i centralnych...). Dopiero z poszerzeniem ram wolności obywatelskiej, spadkiem poczucia zagrożenia terrorem ideologicznym w drugiej połowie lat osiemdziesiątych jednocześnie zwiększył się procent odmów wywiadu – jak i procent absencji wyborczej. Im bardziej będą zaawansowane procesy liberalizacji, pluralizacji ideologicznej i demokratyzacji społeczeństwa, tym silniej powodzenie badań socjologicznych będzie uzależnione od życzliwego nastawienia do nich społeczeństwa i całkowicie dobrowolnego udziału w badaniach w roli respondentów (jak i pamiętnikarzy czy informatorów w badaniach terenowych).

Szczególną odpowiedzialność moralną nakłada na autorów badań typu sondaży opinii publicznej – coraz częstsze, regularne wykorzystywanie ich wyników przez środki masowego przekazu. Konieczność skrótkowego przedstawienia rezultatów sondaży opinii przez dziennikarzy, m.in. podawanie procentowej przewagi jednych opinii nad innymi stwarza możliwości – i pokusę – takiego manipulowania procentami (poprzez stosowne łączenie kategorii odpowiedzi, wybór bazy procentowej – np. z pominięciem odpowiedzi „nie wiem” itp.) – aby ukazać, że preferowany przez dziennikarza (czy jego pismo) kierunek polityczny, kandydat itp. – ma jak największe poparcie opinii publicznej. Pomijanie zaś dodatkowych informacji o danym sondażu (np. o liczebności próby, definicji uniwersum, wielkości błędu standardowego) stwarza wrażenie przesadnej trafności i pewności podawanych procentów. Respondenci – dotychczasowi oraz przyszli, potencjalni – do których docierają takie doniesienia mogą reagować na nie w różny sposób, z różnymi odczuciami: należy przypuszczać, że zdecydowani zwolennicy tych opinii, które w świetle podawanych procentowych rozkładów opinii stanowią mniejszość lub tracą poparcie ogółu – będą skłonni żywić wątpliwość co do rzetelności danego sondażu czy też relacji z jego wyników. Na stosunek społeczeństwa do podawanych w środkach masowego przekazu wyników sondaży musi też rzutować ogólny stopień zaufania do wiarygodności środków masowego przekazu. Jest prawdopodobne, że wątpliwości co

do wiarygodności relacji o wynikach sondaży – jak i co do wiarygodności samych sondaży – wpłyną negatywnie na motywacje żyjących je ludzi do udzielania wywiadów. A zatem może zwiększyć się procent odmów. Dlatego też badacze opinii publicznej powinni autoryzować dziennikarskie relacje o wynikach ich sondaży – i zadbać o to, aby były one podawane rzetelnie (zakładam tutaj, że autorzy sondaży sami nie będą stronniczy w interpretacji tych wyników...). Zagadnienia te wymagają specjalnych działań badawczych i normotwórczych – zmierzających do wykrywania i publicznego piętnowania wypadków oczywistych wypaczeń w badaniach opinii i rozpowszechniania ich wyników²⁰.

Ogólnie stwierdzić można, że – z jednej strony – trzymanie się postulatu humanizacji moralnej w podejściu badawczym wyklucza stosowanie niektórych wskazanych wcześniej „chwytów” proceduralnych w toku przeprowadzania badań; oznacza więc wyrzeczenie się pewnych możliwości uzyskania danych pozwalających głębiej wnikać w niektóre badane zjawiska. Z drugiej jednak strony – realizacja tego postulatu oznacza podejmowanie pewnych szczególnych działań wobec respondentów w celu zapewnienia im podmiotowości, a niekiedy nawet partnerstwa w stosunku z badaczem. Poczucie podmiotowości – a tym bardziej partnerstwa przyczynia się do wzmocnienia motywacji badanych do współdziałania z badaczem i – co za tym idzie – do podniesienia wiarygodności i poszerzenia zakresu uzyskiwanych od nich informacji.

Ilustracją humanizacji moralnej poprzez upodmiotowienie respondentów są niektóre zabiegi aranżujące kontakt badawczy. Należy tutaj wcześniejsze korespondencyjne informowanie wybranych do wywiadów osób o zamierzonej wizycie ankietera, z podaniem celu badań, sposobu doboru próby, tematyki kwestionariusza itd.²¹. Oczywiście – że wchodzi to w grę tylko w wypadku adresowej, imiennej próby respondentów; dla zaakcentowania, że traktujemy naszego potencjalnego respondenta w sposób autentycznie podmiotowy, należałoby przewidzieć dwie alternatywne wersje listu zapowiadnego. W pierwszej wersji –

²⁰ Komitet Socjologii PAN zgłosił do Komitetu Badań Naukowych projekt pt. „Postawy społeczeństwa polskiego wobec sondaży opinii publicznej i sposobów ich wykorzystywania. Projekt badawczy zmierzający do wypracowania etycznych i profesjonalnych standardów w badaniach opinii publicznej”. Zagadnieniem tym zajęło się również Polskie Towarzystwo Socjologiczne.

²¹ Takie listy zapowiadne wysłano do zaplanowanej próby adresowej około 350 osób w Łodzi w roku 1984. Zareagowało na nie telefonicznie około 30 osób. Ich telefony dotyczyły następujących spraw: 1) prośba o bliższe wyjaśnienie, jak i dlaczego dana osoba została wybrana do badań? 2) odmowa przyjęcia wizyty ankietera (czasem z podawaniem różnych względów – być może stanowiących wymówkę, itp.), 3) wyrażenie zgody na wywiad, z zaznaczeniem, że wizyta ankietera może mieć miejsce tylko w pewnych godzinach czy dniu, z uwagi na zajęcia respondenta, jego nieobecności itp.) 4) zawiadomienie przez kogoś innego, że osoba przewidziana na respondenta jest nieosiągalna (śmierć, przeprowadzka, itp.).

bardziej minimalistycznej – należałoby tylko zaznaczyć, że jeśli adresat nie życzy sobie uczestniczyć w badaniu – to może powiadomić (telefonicznie lub korespondencyjnie) autora badań; że może też zwrócić się telefonicznie o dodatkowe wyjaśnienia dotyczące celu badań itp. W drugiej wersji – można by dołączyć opłaconą kartę pocztową na odpowiedź respondenta na pytanie, czy zgodzi się on udzielić wywiadu, a jeśli tak, to gdzie oraz w jakich dniach i godzinach. Listy powinny być sformułowane w tonie osobistym, jako prośba autora badań, z jego autentycznym podpisem. Chociaż stosowanie listów zapowiadnych pociąga za sobą dodatkowe koszty i wydłuża okres badań – przynosi też korzyści, gdyż eliminuje niepotrzebne wizyty ankieterów i w pewnej liczbie wypadków zapobiega niezastaniu respondentów w domu; w szczególności pozwala zidentyfikować liczne wypadki „adresów pustych” – dzięki zwrotowi przez pocztę listów z dopiskiem „adresat nieznan”. Inną formą nadania stosunkowi badacz-respondent cech podmiotowości a nawet partnerstwa – jest autoweryfikacja przez respondenta wypełnionego już kwestionariusza wywiadu. Próba metody autoweryfikacyjnej dokonana została w Polsce dwukrotnie – i przyniosła pozytywne rezultaty jako realizacja postulatu humanizacji moralnej oraz jako zastosowanie dodatkowej techniki polepszenia ścisłości i kompletności informacji uzyskanych od respondentów²².

Można generalnie stwierdzić, że ankieta pocztowa wypełniana przez respondentów – w odróżnieniu od wywiadu – w większym stopniu spełnia postulat podmiotowości badanych osób: tylko od swobodnej decyzji adresata ankiety zależy udzielenie na nią odpowiedzi – przy czym odpowiedzi na poszczególne pytania formułowane są samodzielnie – i to w momencie, kolejności i tempie wybranym przez odpowiadającego; w wywiadzie natomiast respondent znajduje się pod presją obecności ankietera, który jednostronnie narzuca sekwencję i tempo zadawania pytań, stwarzając sytuację egzaminacyjną, a więc nacechowaną przedmiotowym traktowaniem badanej osoby. Okoliczności te sprawiają, że ankieta pocztowa²³ zasługuje na częstsze stosowanie w badaniach, przy czym można wykazać, że przekonanie o jej słabościach – głównie braku reprezenta-

²² Por. Z. Gostkowski, F. Sztabiński, *Autoweryfikacja jako technika poprawy jakości danych uzyskiwanych w wywiadzie kwestionariuszowym*, w: *Analizy i próby...*, t. VIII, (red. Z. Gostkowski), Wrocław 1990. W próbie 267 osób, 79, 1% przyjęło wypełniony kwestionariusz do autoweryfikacji, zaś wśród 128 respondentów, którzy odpowiedzieli na późniejszą ankietę pocztową kontrolną – 79, 9% określiło autoweryfikację jako celową, uzasadniając taką ocenę najczęściej możliwością głębszego namysłu.

²³ Por. studium: P. Daniłowicz, F. Sztabiński, *Nowe spojrzenie na ankietę pocztową. Jak uzyskano 70% zwrotów?* (w niniejszym tomie). Autorzy demonstrują również szereg zabiegów – stwarzających u adresatów ankiety poczucie podmiotowości i partnerstwa, dzięki czemu udało się uzyskać tak wysoki procent zwrotów.

tywności – w porównaniu z surveyem opartym na próbie losowej, jest w dużym stopniu nieuzasadnione.

Powyższa praca była przedstawiona na prowadzonym przez autora konwersatorium „Metody Badawcze Empirycznej Socjologii Humanizującej” w Warszawie. Wywołała ona dyskusję wśród uczestników konwersatorium, która dała asumpt do przygotowania przez dwóch jej uczestników obszerniejszych wypowiedzi w celu dołączenia do tekstu pracy. Przedstawiamy je poniżej wraz z wypowiedzią autora referatu.

Kazimierz M. Słomczyński

Informacja i moralność

Socjologowie mogą używać informacji, jakiej dostarcza wywiad kwestionariuszowy w dwóch różnych celach. Pierwszy cel dotyczy tego, aby przedstawić myśli, oczekiwania, opinie i nastawienia badanych osób i dokonać uogólnienia tego werbalnego materiału na pewną zbiorowość. Zgodzić się trzeba, iż wypowiedzi powinny być zrelatywizowane do kontekstu społecznego, w którym zostały wyrażone. Jak wskazują już dawno przeprowadzone badania ludzie „szczerze” mówią różne rzeczy w różnych kontekstach społecznych – np. w sytuacji „oficjalnej” i „prywatnej”¹. Dla socjologa nie jest to wszakże zaskoczeniem, gdyż wypowiedź – w tym jej treść – jest funkcją roli społecznej, w jakiej wypowiadający jej udzielił.

Wiedząc o tym, poznawczą humanizację badań surveyowych można rozumieć jako postulat empatycznej analizy sytuacji wywiadu i jako postulat rozważenia, w jakim stopniu uzyskane podczas tej sytuacji wypowiedzi należy „przypasować” do innych, naturalnych sytuacji życiowych. Chociaż wywiad jest sytuacją sztuczną, to nie sądzę, aby wiele naturalnych sytuacji życiowych od niej odbiegało w swoich zasadniczych zarysach: wielu z nas w urzędach i w pracy często rozmawia z obcymi; prawie każdemu znajomi i nieznajomi zadają jakieś nieoczekiwane pytania; nie zawsze mamy jasność co do celów rozmów, jakie prowadzimy; kontrola, jak nasze wypowiedzi będą wykorzystane jest ograniczona nawet wśród kolegów. Oficjalność sytuacji wywiadu nie jest czymś złym. Myślę, że dzięki tej oficjalności, w wielu krajach ośrodki badania opinii publicznej dokonują dobrej predykcji takich zachowań oficjalnych, jak zachowania wyborcze.

¹ K.M. Słomczyński, *Wpływ oficjalnej i prywatnej sytuacji wywiadu na wypowiedzi respondentów w środowisku inteligencji*, w: red. Z. Gostkowski, *Analizy i próby*, op. cit. Wrocław 1966.

Rozumiejąc istotę sytuacji wywiadu, socjolog powinien określać szerszy kontekst społeczny, do którego można odnosić uzyskane rezultaty. To, że często socjolog tego nie czyni, wcale jeszcze nie oznacza, iż taka operacja jest niemożliwa ze względu na jakieś immanentne cechy wywiadu. Nie znam żadnych podstaw teoretycznych i empirycznych, na których można by oprzeć tezę, iż myśli, oczekiwania, opinie i nastawienia badanych ujawnione w wywiadzie, nie są ujawniane w sytuacjach poza wywiadem. Problem polega na ustaleniu, o które sytuacje chodzi. Zależy to oczywiście od modelu wywiadu i treści zadawanych w nim pytań.

Charakterystyka „scjentystycznego” stosowania techniki wywiadu, jakiej dokonał profesor Gostkowski polega – moim zdaniem – na pewnym nieporozumieniu dotyczącym drugiego celu wykorzystywania informacji uzyskanej w wywiadzie. Celem tym jest uzyskanie wskaźników dla pewnych zmiennych zdefiniowanych na poziomie teoretycznym, które mogą mieć różne operacjonalizacje. Załóżmy, że zmienna teoretyczna Y – np. autorytaryzm – ma niekwestionowaną operacjonalizację y^* uzyskaną poprzez pomiar poza sytuacją wywiadu; y^* zwane jest kryterium dobroci pomiaru. Załóżmy też, że tę samą zmienną chcemy operacjonalizować poprzez baterię pytań w kwestionariuszu $y_1, \dots, y_n$, będącą testem pozwalającym na konstrukcję zmiennej y . Wówczas ocena pytań kwestionariusza dotyczących zmiennej y jest dokonywana ze względu na to, w jakim stopniu y koreluje się z y^* . Powiemy, że test jest dobry, gdy korelacja y i y^* jest dostatecznie bliska jedności.

W testowej teorii pomiaru, adekwatność pytań kwestionariusza – ich treści i formy, a także adekwatność sytuacji, w jakiej pytania te są zadawane – tzn. warunki wywiadu – podlegają zupełnie innym kryteriom oceny niż te, które rozważa profesor Gostkowski. Kwestia, która zgodnie z tą teorią jest najważniejsza, może być sformułowana następująco: czy pytania kwestionariusza mierzą to, co mierzyć mają – tzn. czy dostarczają dobrych wskaźników do pomiaru danej postawy. W ramach tej teorii odpowiedzi respondentów mogą mierzyć daną postawę niezależnie od tego, jak dane pytania respondenci rozumieją, a nawet, czy ich odpowiedzi odzwierciedlają to, co oni rzeczywiście w związku z nimi myślą. Pytania mają być tylko bodźcami do ujawnienia pewnych reakcji, które traktowane są jako empiryczne wskaźniki danej postawy.

Oczywiście w większości badań socjologicznych nie mamy dwóch pomiarów y^* i y . Nie znaczy to wcale, że wskaźniki $y_1, \dots, y_n$ nie mogą być każdorazowo oceniane ze względu na y^* lub jego analog y' . Metodologia konstrukcji testów dostarcza szeregu warunków na pojedyncze wskaźniki $y_k = f(y')$, oraz kryteriów wewnętrznych dotyczących ich wzajemnej relacji $y_j = f(y_k, y_n)^2$. Tak np. na-

² Por. np. D. Magnusson, *Wprowadzenie do teorii testów*, Warszawa 1981.

gromadzona wiedza empiryczna na temat autorytaryzmu wskazuje, że pozytywna reakcja – tj. zgoda w wywiadzie na zdanie „Żaden przyzwoity mężczyzna nie może szanować kobiety, która przed małżeństwem nawiązywała stosunki seksualne” jest dobrym wskaźnikiem tej postawy ze względu na kryteria zewnętrzne, jak i wewnętrzne³. Wiemy o tym, choć badania pilotażowe wskazują, że respondenci pytani to: (a) rozumieją w sposób zróżnicowany (w szczególności słowo „nawiązywała” przypisywany jest różny stopień woli lub inicjatywy); (b) traktują z różną dozą powagi (niektórzy uważają je za pytania serio, a niektórzy za humorystyczne); (c) uznają za mniej lub bardziej stosowne (i w związku z tym w różnym stopniu ujawniają to, co rzeczywiście myślą). Siła tego pytania – w sensie teorii testów – polega jednak na tym, że dostarcza ono istotnego bodźca do ujawnienia pewnego stanu emocjonalnego. Jest dobrym wskaźnikiem postawy autorytaryzmu.

Osobiście niedostatki polskiej socjologii widzę w tym, iż w badaniach kwestionariuszowych zbyt często dąży się do charakterystyki myśli, oczekiwań, opinii i nastawień respondentów biorąc ich wypowiedzi literalnie, nie uzupełniając ich głębokimi badaniami jakościowymi. Ale równocześnie polscy socjologowie zbyt rzadko zajmują się tym, co dla masowych badań kwestionariuszowych jest najbardziej adekwatne: budową testów mierzących określone postawy. To zadanie jest – w moim przekonaniu – ambitniejsze zarówno teoretycznie, jak i empirycznie.

Przechodzę teraz do innej kwestii. W swoim wystąpieniu profesor Gostkowski podkreśla moralną odpowiedzialność badacza wobec respondenta. Zgadzam się całkowicie z jego wywodami w tym sensie, iż to, jakie badacz techniki wybiera i jak je stosuje, faktycznie podlega nie tylko ocenie moralnej jego środowiska, ale i szerszych kręgów społecznych. Pisałem na ten temat w jednym ze swoich wczesnych artykułów⁴. Tutaj chcę zwrócić uwagę na inny aspekt „moralnego kontekstu badań socjologicznych”.

Nie tylko badacze, ale również potencjalni badani podlegają – i powinni podlegać – ocenom moralnym. Jest jasne, że w zdrowym społeczeństwie wiedza o reprezentatywnym rozkładzie opinii na temat ważnych spraw społecznych jest – i powinna być – dobrem publicznym. Jeżeli ktoś przez swoje wygodnictwo czy

³ Por. J. Miller, K.M. Słomczyński, R. Schoenberg: *Assessing Comparability of Measurement in Cross-national Research: Authoritarian-conservatism in Different Sociocultural Settings*, „Social Psychology Quarterly”, 1981, Vol. 44, No. 3: 178-191; M.L. Kohn, K.M. Słomczyński, *Social Structure and Self-Direction: A Comparative Analysis of the United States and Poland*, London 1990.

⁴ K.M. Słomczyński, *Niektóre moralne aspekty badań społecznych*, „Przegląd Socjologiczny”, 1966, Vol. 20, nr 1, s. 119-132.

jakieś błahе powody utrudnia tworzenie tego ważnego dobra, zasługuje na moralne potępienie. Jeżeli odmowa uczestniczenia w badaniach zakłóca otrzymanie reprezentatywnego rozkładu opinii, to potencjalny respondent za owe niepożądane skutki ponosi moralną odpowiedzialność – czy chce, czy nie. Taka odpowiedzialność moralna dotyczy zresztą nie tylko odmowy uczestniczenia w badaniu, ale i zachowania się w czasie wywiadu, w tym podawania fałszywych informacji, czy prezentacji nie swoich opinii.

Oczywiście nie tylko wiedza na temat reprezentatywnego rozkładu opinii publicznej, ale wiedza socjologiczna jako całość jest dobrem publicznym. Jeżeli poważnie myśleć na temat podmiotowości społeczeństwa, to trzeba również rozważyć, jakie są moralne powinności jednostki – człowieka jako istoty społecznej – w tworzeniu tej wiedzy. Uwolnienie członków społeczeństwa od ich moralnych powinności jako badanych może w efekcie prowadzić do obniżenia jakości danych socjologicznych i wynikającego z tego faktu zafałszowania samowiedzy społecznej.

W konkluzji dotyczącej moralnych aspektów badań surveyowych wyrażę pewną myśl lapidarnie: „pełny człowiek” ma moralne powinności jako potencjalny lub faktyczny respondent, gdyż tworzona przy jego udziale wiedza jest dobrem publicznym. Należy to uświadomić i socjologom i ich badanym.

Andrzej P. Wejland

Głos w dyskusji nad tekstem Zygmunta Gostkowskiego

Krytyka wywiadu kwestionariuszowego staje się łatwa – nadmiernie łatwa, gdy wyobrażenie o tym, czym jest wywiad jako technika badawcza ulega niebezpiecznej redukcji. Wyobrażenie o wywiadzie sprowadza się wtedy do jakiegoś prostego modelu, który wyjaskrawiając reguły wywiadu, uwzględniając tylko ich skrajne warianty – tworzy efektowny kontrast z wyobrażeniem o „zwykłej” rozmowie i rządzących nią „naturalnych” regułach konwersacyjnych. Rzecz w tym, że i to drugie wyobrażenie jest zwykle obrazem uproszczonym, podretuszowanym: szczególnie chętnie wkłada się go w ramy modelu „swobodnego dialogu informacyjnego”. Dzięki takiemu przeciwstawieniu wywiad musi ujawnić swą „sztuczność”.

Mówi się np. to, że w wywiadzie surveyowym tematy mogą się pojawiać nagle, bez logicznej ciągłości, podczas gdy rozmowa codzienna podporządkowana jest regule tematycznych nawiązań. Stwierdza się, że w wywiadzie respondent musi odpowiedzieć na pytanie, z góry przygotowane i zapisane w kwestionariuszu, bez względu na to, czy mu ono odpowiada, czy też nie, gdy tymcza-

sem w codziennych rozmowach osoby pytane mogą odrzucać pytania lub je po swojemu przetwarzać. Na tej samej zasadzie – na zasadzie ostrego kontrastu – jedyną reakcją, z jaką może się spotkać prośba o wyjaśnienie, jest w wywiadzie powtórzenie pytania, w rozmowie natomiast – ilekroć pojawia się jakaś niejasność – stosuje się rozbudowane procedury wyjaśniania. Powiada się także, iż ankieter w wywiadzie używa standardowych sformułowań, co oznacza, że wcześniejsze wypowiedzi respondentów pozostają bez wpływu na zadawane przez niego pytania, podczas gdy w rozmowie to, co mówią jedni jej uczestnicy, wynika z dostosowania się do informacji uzyskiwanych od innych uczestników⁵.

W krytyce, niebezpiecznie łatwej krytyce, przeciwko której się tu wypowiadam, nie dostrzega się ani wielkiej różnorodności wywiadów w badaniach surveyowych, ani całej różnorodności rozmów w życiu codziennym. Nie dostrzega się w konsekwencji, że w określonym sensie i w znacznym zakresie „sztuczne” (bo np. nie w pełni odpowiadające przyjętemu modelowi swobodnego dialogu informacyjnego) są niektóre rozmowy prowadzone w naturalnych sytuacjach życiowych. Nie widzi się również, że w określonym sensie i do pewnego stopnia „naturalna” (bo np. niezupełnie zgodna z modelami wywiadu w pełni ustrukturalizowanego) jest interrogacja wymagana w sporej części surveyów. Kazimierz M. Słomczyński ma rację, gdy sprzeciwia się pogładowi, iż „sztuczny” wywiad surveyowy i „naturalna” rozmowa codzienna nic – i nigdy – nie mają ze sobą wspólnego.

Jeśli rozważania w kategoriach modeli czy też modelowych reguł zastąpi się rozważaniami w kategoriach rzeczywistych sytuacji, czy też wyznaczanych nimi prawidłowości, to proste, sprzyjające krytyce opozycje, jeszcze bardziej tracą na znaczeniu. Liczne badania wykazują, iż rzeczywiste zachowania respondenta i ankietera w wywiadzie surveyowym rozsadzają ramy „sztucznych” reguł, instrukcji i przepisów. Okazuje się, że zarówno respondenci, jak i ankieterzy postępują w wywiadzie tak, jak postępuje się w „naturalnych” rozmowach, szczególnie w „swobodnym dialogu informacyjnym”. Być może nie zawsze i nie w toku całego wywiadu, to prawda. Charakterystyczne jest jednak, że wszędzie tam, gdzie „sztuczne” reguły wywiadu nie działają – bo albo ich nie przewidziano, albo dopuszczono ich niedookreśloność – włączają się „naturalne” reguły konwersacyjne. Znaczy to, że w „sztucznym” wywiadzie ludzie postępują wtedy tak, jak w „naturalnej” codziennej rozmowie. Można by mówić o niszach

⁵ Por. np. typowe przeciwstawienie wywiadu surveyowego i rozmowy, które znaleźć można w pracy: B. Means, G.E. Swan, J.B. Jobe, J.L. Esposito: *An Alternative Approach to Obtaining Personal History Data*, w: P.P. Biemer, G. Forsman, R.M. Groves, L.E. Lyberg, N.A. Mathiowete, S. Sudman (eds.), *Measurement Errors in Surveys*, New York, w druku. Z systematycznego zestawienia reguł rządzących wywiadem i rozmową zacytujemy tu jedynie fragmenty.

„naturalnej” konwersacji, szczególną uwagę zwracając przy tym na niszę metakonwersacji, tzn. na rozmowę o wywiadzie przeplatającą się z samym wywiadem: o pytaniach i ich sensie, wymagającym wyjaśnienia, o założeniach pytań, które nie są spełnione i które należy poddać rewizji, o związkach tematycznych bądź logicznych, jakie odnajduje się między pytaniami itp.

Pewien rodzaj zachowań konwersacyjnych jest szczególnie charakterystyczny, a przez to wart chwili uwagi. Gdyby reguły wywiadu były regułami „żelaznymi”, to zapewne każde pytanie zapisane w kwestionariuszu i przewidziane do zadania musiałyby być w wywiadzie zadane. A przecież nie zawsze tak się dzieje. Ankieterzy omijają pytania, na które respondenci odpowiedzieli przed ich zadaniem, np. spontanicznie rozwijając swoje wypowiedzi przy pytaniach poprzednich. Niepytanie o to, co już wiadomo, jest zgodne z „naturalnym” postulatami konwersacyjnym, adresowanym do pytającego. Respondenci, podobnie, nie powtarzają tego, co już wcześniej powiedzieli, a więc tego, co należy już w rozmowie do puli wiedzy wspólnej. Niewypowiadanie tego, co już wiadomo, bo zostało powiedziane, także odpowiada pewnemu „naturalnemu” postulatowi konwersacyjnemu, temu mianowicie, który od respondenta oczekuje, by był informatywny, czyli nie odpowiadał „redundantnie”⁶. Czy modele wywiadu surveyowego z góry muszą odrzucać takie zachowania? Łatwo przekonać się, że przynajmniej niektórym badaczom takie zachowania wydają się całkiem normalne i dopuszczają ich występowanie w wywiadzie⁷. Trafia się nawet czasem na kwestionariusze, których autorzy – akceptując naturalną logikę konwersacji – przewidują niepytanie o to, co z pewnych odpowiedzi na wcześniejsze pytania samo wynika, a co – to zapewne argument dodatkowy – w bezpośredniej interrogacji mogłoby się okazać dla respondenta trudne lub drażliwe⁸.

Nie tylko z tych powodów krytyka, z jakiej wyrasta postulat poznawczej humanizacji badań surveyowych, powinna mieć – jak sądzę – ostrze nieco stępione. Równie, a może bardziej istotne wydaje mi się to, że „scjentyistyczne” posługiwanie się wywiadem – z pytaniami i odpowiedziami w surveyu – powinno

⁶ Postulaty te rekonstruuje się w ramach tzw. logiki konwersacji, por. H.P. Grice, *Logika i konwersacja*, w: B. Stanosz (red.), *Język w świetle nauki*, Warszawa PWN, 1980; R.M. Kempson, *Presuppositions and the Delimitation of Semantics*, Cambridge University Press, 1975. O tym, jak postulaty konwersacyjne są wykorzystywane w wywiadzie, piszą np. N. Schwarz, F. Strack, *The Survey Interview and the Logic of Conversation: Implications for Questionnaire Construction*, Mannheim 1988, „ZUMA-Arbeitsberichte” nr 88/3; A.P. Wejland, *Obrazy grup społecznych. Studium metodologiczne*, Warszawa 1991.

⁷ Por. P.Prüfer, M. Rexroth, *On the Use of the Interaction Coding Technique*, Mannheim 1986, „ZUMA-Arbeitsberichte” nr 86/5.

⁸ Por. np. Procedura omijania pytania o to, czy respondent jest bezrobotnym, w badaniu ALL-BUS 90, przeprowadzonym w ZUMA (Mannheim).

w referacie Zygmunta Gostkowskiego znaleźć jednak o wiele pełniejszą i głębszą interpretację. Kazimierz M. Słomczyński pokazał, dlaczego zarzuty tam umieszczone chybiają celu. Dla „scjentyści”, przynajmniej takiego, który obieca testową koncepcję pytań kwestionariuszowych, np. zarzut, iż nie bierze on pod uwagę, czy i jak respondent rozumie pytanie (zgodnie z rozumieniem przyjętym przez badacza, czy też nie) wynika z czystego nieporozumienia. Zarzut, iż pomija on to, czy i o ile to, co u respondenta „w głowie”, odzwierciedla się w jego odpowiedziach w wywiadzie, także oparty jest na nieporozumieniu. Rzecz w tym, że przyjmowana przez „scjentyście” koncepcja pytania i odpowiedzi znajduje się poza obszarem, w który te zarzuty godzą, może być więc wobec nich – nie chcąc tracić swej tożsamości – obojętna. W stanowisku Zygmunta Gostkowskiego tkwi *implicitie* zupełnie inna koncepcja pytania i odpowiedzi. Nie jest nią na pewno żadna koncepcja testowa, lecz – jak przypuszczam – charakterystyczna dla łódzkiej szkoły metodologicznej koncepcja informacyjna⁹. Obie one sprawiają wrażenie koncepcji wzajemnie nieprzenikalnych, hermetycznych, co oczywiście nie znaczy, że w ramach myślowych eksperymentów nie można się między nimi przemieszczać. Nieporozumienia spiętrzyłyby się, gdyby się chciało przy takich przemieszczeniach przenosić coś z koncepcji do koncepcji. Niektóre terminy występujące i tu, i tam mają różne znaczenia, np. termin „wiarygodność odpowiedzi” (lub „wiarygodność respondenta”) albo „rzetelność kwestionariusza” (jako narzędzia pomiaru). Przypuszczam, iż w niemałe kłopoty wpędziłby się ktoś, kto by założył, iż ten sam sens w obu koncepcjach ma termin „wskaźnik”, a nawet – co uświadamia głębokość różnic – terminy takie, jak „pytanie”, „odpowiedź” i „kwestionariusz”. W swym wystąpieniu uwag na ten temat Zygmunt Gostkowski słuchaczom poskąpił, pozwalając sobie przeto na małe uzupełnienie. Mam nadzieję, iż rozjaśnia ono nieco pole, na którym toczy się ta ciekawa dyskusja.

Zygmunt Gostkowski

Panowie Słomczyński i Wejland mówiąc o całkowicie odmiennym (niż w podejściu „humanizującym”) sposobie traktowania i wykorzystywania wypowiedzi respondentów odpowiadających na pytania testowe – zakładają w istocie, że istnieje tylko problem trafności (*validity*) tych wypowiedzi jako wskaźników konstruktów teoretycznych (takich jak np. autorytaryzm) a problem wiarygodności (*reliability*) można w ogóle pominąć, jako nieaktualny. Oto co stwier-

⁹ Rozwinął ją i szczegółowo opracował Jan Lutyński.

dził K.M. Słomczyński: „odpowiedzi respondentów mogą mierzyć daną postawę niezależnie od tego, jak dane pytanie respondenci rozumieją a nawet czy ich odpowiedzi odzwierciedlają to, co oni rzeczywiście w związku z nimi myślą”. Zaś A.P. Wejland twierdzi, że dla testowej koncepcji pytania terminy takie jak „wiarygodność” odpowiedzi (lub „wiarygodność respondenta”) albo „rzetelność kwestionariusza” (jako narzędzia pomiaru) są „zupełnie nieistotne”.

Nie mogę zgodzić się z tak skrajnym stanowiskiem; wszakże również w metodyce stosowania i opracowywania testów bierze się pod uwagę problem wiarygodności odpowiedzi osób badanych – zależącej m.in. od zrozumienia i podporządkowania się przez nich instrukcji co do sposobu odpowiadania na test, od sposobu postrzegania eksperymentatora i celu badań; wiąże się z tym np. motywacja do wysiłku myślowego. Związany z tym problem odpowiedzi bezmyślnych, „na chybił trafił” omawiany jest w podręcznikach metodologii i metodyki badań testowych jako wymagający uwzględnienia; zaleca się nawet wprowadzenie korektur na odpowiedzi przypadkowe, poprzez zastosowanie odpowiedniego wzoru matematycznego. Wystarczy chociażby przeczytać rozdział pt: „La fidélité” w pracy Madeleine Grawitz *Méthodes des sciences sociales* (1972). Autorka pisze: „wymóg przewidywalności (*l'exigence de prévision*) sprawiający, że tak zasadnicze znaczenie ma pojęcie trafności (*validité*) testów skłania do pojmowania w sposób bardzo rygorystyczny (*de façon très stricte*) wiarygodności (*la fidélité*). Wiarygodność jest warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym. Dany test może być wiarygodny nie będąc trafnym, lecz nie będzie on trafny nie będąc wiarygodnym... Wiarygodność dotyczy sposobu uzyskiwania danych – to znaczy nie tylko konstrukcji testu, lecz wszystkich etapów jego przeprowadzania... Takie pojęcie wiarygodności zawiera różne elementy związane z głównymi źródłami zmienności (wyników), dotyczące bądź samych badanych osób, ich szczególnych predyspozycji (stanu zdrowia, zmęczenia, ogólnej postawy wobec testu) – bądź instrumentu, tj. testu i proponowanych (respondentowi) czynności – czyli operatora testu” (s. 736). Również w znanej pracy J.P. Guilforda *Podstawowe metody statystyczne w psychologii i pedagogice* zamieszczony jest podrozdział poświęcony relacji między trafnością a wiarygodnością (*reliability*) testów.

Procedura badawcza zastosowana w konkretnych badaniach (przy współudziale K.M. Słomczyńskiego) osłabia tezę, że rozumienie przez respondentów pytań testowych nie ma znaczenia dla trafności odpowiedzi jako wskaźników konstruktów teoretycznych (*construct validity*): otóż przed przystąpieniem do porównawczych, polsko-amerykańskich badań nad postawą autorytaryzmu/konserwatyizmu – przeprowadzono w Polsce pilotaż w celu stosownego zmodyfikowania testowych pytań zaczerpniętych z kwestionariusza amerykańskiego; w wyniku tego pilotażu poddano modyfikacji te pytania przy których co naj-

mniej 20% respondentów prosiło o bliższe wyjaśnienie pytania lub w 5% wypadków wystąpiły odpowiedzi niejasne, odmowa odpowiedzi, konieczność wyjaśnienia pytania (por. artykuł: *Assessing Comparability of Measurement...* cytowany przy wypowiedzi K.M. Słomczyńskiego).

Była to przecież procedura socjologii „humanizującej” – tj. uwzględniającej właściwe rozumienie pytań przez badanych – w celu uniknięcia odpowiedzi przypadkowych, bezsensownych czy niewiarygodnych.

Chciałbym też ustosunkować się do zarzutów, wysuniętych w wypowiedzi A.P. Wejlana. Otóż wszystkie przytoczone przez niego przykłady „rozsadzania sztucznych ram wywiadu” poprzez konwersacyjne, naturalne sposoby zachowywania się ankietów wbrew standaryzującej instrukcji do wywiadu i takiejże formie pytań nie podważają mojej krytyki przesadnie „scjentyistycznego” sposobu uzyskiwania zapisów w wypowiedzi respondentów i ich interpretacji. Przy takim sposobie bowiem badacz niczego nie wie o owych konwersacyjnych, destandaryzujących zabiegach ankietów i wywołanych nimi reakcjach respondentów: „wymodelował” on bowiem myślowo ściśle zestandaryzowany sposób i efekt interrogacji i zapisu odpowiedzi dla wszystkich ankietów i respondentów – i zakłada, że taki był właśnie jej przebieg; do swej dyspozycji ma bowiem tylko zapisy w kwestionariuszach, zgodne ze swoimi instrukcjami – zwłaszcza, gdy dostarczanie tak właśnie „należycie” wypełnionych kwestionariuszy jest premiowane finansowo, co często ma miejsce. O wynikach badania decyduje zaś tylko efekt końcowy w postaci zapisów w kwestionariuszach, które dają o wiele ściślej zestandaryzowany obraz przebiegu procedury interrogacyjnej i odpowiedzi respondentów, niż miało to miejsce w rzeczywistości. O rozbieżności tej świadczą wyniki specjalnych badań metodologicznych (np. studium Anny Kubiak, *Kłopoty respondentów z odpowiedziami na standaryzowane pytania kwestionariusza w świetle danych z wywiadu o wywiadzie* – zamieszczone w *Zeszytach 9 Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, red. Z. Gostkowski, IFiS PAN).

Zarzut, że w referacie swym nadmiernie „wyostrzyłem model procedury surveyowej w kierunku „skrajnego wariantu standaryzacji” – nie jest uzasadniony; mówiłem przecież, że „scjentyzm” w badaniu surveyowym jest stopniowalny: kwestionariusz może zawierać w różnej proporcji pytania zamknięte, zestandaryzowane – i pytania otwarte, kryterium istotności odpowiedzi (w rozumieniu J. Lutyńskiego) może być mniej lub bardziej restrykcyjne, analizy uzyskanego materiału językowego mogą być „jakościowe”, socjolingwistyczne itp. O tym, że dane z surveyów mają różny stopień wiarygodności w zależności od przedmiotu i metod interrogacji – pisałem już wiele lat temu (np. w artykule *O poprawę jakości badań surveyowych* zamieszczonym w „Studiach Socjologicznych”, 1976 nr 3). Zatem zarzut, że w mojej „niebezpiecznie łatwej” krytyce nie do-

strzegam „wielkiej różnorodności wywiadów w badaniach surveyowych” jest chybiony.

W istocie – moje krytyczne uwagi pod adresem „scjentyistycznego” podejścia do badań surveyowych dotyczyły przede wszystkim braku relatywizacji uzyskanych wypowiedzi respondentów do kontekstu społecznego wywiadu, do ewokowanej przez wywiad ich roli (afiliacji) społecznej. Wreszcie – wysunąłem zarzut imputowania badanym własnej struktury myślowej badacza – tj. uzyskiwania ich reakcji słownych na jego wizję zjawisk społecznych, a traktowanie tych reakcji jako uzewnętrznienia własnego autentycznego sposobu widzenia i oceniania zjawisk społecznych przez respondentów.

Zgadzam się, że zaprezentowana w moim referacie refleksja odnosiła się przede wszystkim do takich badań surveyowych, które opierają się na „rozszerzonej informacyjnej koncepcji pytania” – i postulowała ona dążenie do maksymalnie pełnego zrozumienia badanych i wiernej rekonstrukcji ich wizji świata społecznego; jednakże badania posługujące się testową koncepcją pytania muszą też spełniać – choć w słabszym stopniu – wymóg podejścia „humanizującego” tj. uwzględniać adekwatne rozumienie pytań przez badanych, aby uzyskany materiał był wiarygodny – a nie przypadkowy.

Uważam, że braku tej wiarygodności nie mogą zastąpić ani zrekompensować żadne matematyczne operacje analizy czynnikowej, takie jak odwracanie i rotacja macierzy korelacji, wyodrębnianie czynników i obliczanie „ładunków czynnikowych”; operacje te zresztą też nie są wolne od pewnych mniej lub bardziej arbitralnych rozstrzygnięć (por. np. zastrzeżenia J. Galtunga w pracy *Theory and Methods of Social Research*, 1967 oraz uwagi H. Blalocka w podręczniku *Social Statistics*, 1960).

Nie widzę sprzeczności między podejściem „opisowo-humanizującym” a „testowo-scjentyistycznym”. Co więcej – sądzę, że warto byłoby dokonać jakiejś próby ich połączenia. Np. – z wyodrębnionymi metodą testową reprezentantami postawy autorytarno-konserwatywnej oraz postawy przeciwstawnej – można by przeprowadzić pogłębione, swobodne wywiady (np. biograficzne). Uzyskanoby tą drogą głębszy wgląd w subiektywny świat odczuć i przekonań oraz losów życiowych tych dwu typów osobowości społecznej; stanowiłoby to dodatkową weryfikację trafności testów zastosowanych do ich wyodrębnienia. Szczególnie w porównawczych badaniach międzynarodowych uzyskany tą drogą materiał pozwoliłby ukazać różnice i podobieństwa treści składających się na osobowości autorytarne uwarunkowane kulturowo i historycznie. Wiąże się to ze sprawą formułowania twierdzeń teoretycznych – tj. uogólniających i wyjaśniających. Pisał o tym S. Ossowski: „Kategoria zdań o największym zasięgu (uogólnienia) wprowadza zmienne kulturowe. Obejmuje więc uogólnienia dotyczące zachowań się ludzi podlegających wpływom pewnej kultury albo pewnych

kultur, a nie rozciąga się na wszelkie ludzkie społeczeństwa. Druga kategoria obejmuje uogólnienia, z których zmienna kulturowa została wyrugowana przez międzynarodowe badania porównawcze, albo w których nie była brana pod uwagę na skutek przyjętego z góry założenia, że idzie tam o zjawiska, gdzie typ kultury nie ma wpływu. Takie generalizacje mają być ważne wszędzie w granicach rodzaju ludzkiego." (artykuł *Zoologia społeczna i zróżnicowanie kulturowe*, „Studia Socjologiczne”, 1963 nr 4).

Tak więc słuszny postulat wysunięty w wypowiedzi K.M. Słomczyńskiego, aby w socjologii polskiej, oprócz badań kwestionariuszowych dążących do pogłębionej jakościowo charakterystyki „myśli, oczekiwań i nastawień respondentów” socjologowie zajmowali się „budową testów mierzących określone postawy” należałoby uzupełnić postulując nie ostre przeciwstawianie sobie tych dwu podejść (jak to głosi A.P. Wejland), lecz ich stosowne połączenie.

Włodzimierz A. Rostocki

KŁAMSTWO OBRONNE W UJĘCIU M. OSSOWSKIEJ A ETYCZNE PROBLEMY WYWIADU KWESTIONARIUSZOWEGO W SOCJOLOGII

Neutralność stosowanego w socjologii empirycznej terminu respondent sprawia, że niewielu socjologów pamięta, że respondent to przede wszystkim osoba badana. Co więcej, osoba ta jest badana w warunkach i na zasadach, które nie ona ustala i których do końca wywiadu nie zawsze jest świadoma. Została ona obsadzona w roli respondenta po wkroczeniu ankietera na jej prywatne terytorium (najczęściej jest to mieszkanie) i po wyrażeniu zgody na narzucony rodzaj i tematykę rozmowy (kwestionariusz wywiadu).

Spróbujemy spojrzeć na tak zarysowaną sytuację badania z dosyć ogólnej perspektywy, którą przy pewnych założeniach można nazwać etycznym aspektem prowadzenia badań socjologicznych za pomocą wywiadu kwestionariuszowego. Ostatnie lata przyniosły pewne dostrzegalne zmiany w sposobie patrzenia na metodę najczęściej stosowaną w socjologii empirycznej. W krytycznym nurcie analizy surveyu coraz częściej pojawiają się stanowiska stwierdzające, że socjolog przy wszystkich stosowanych przez siebie neutralnych autodefinicjach może być postrzegany przez respondenta jako natrętny intruz wkraczający w imię Nauki w życie badanych osób. Jest to stanowisko na tyle rzadkie i nowe, iż warto poświęcić mu przynajmniej kilka zdań. Pocieszające jest, iż przy stosunkowo niewielkiej liczbie analiz metodologii surveyu pojawiają się czasami tak krytyczne głosy jak I. Kołodziej. Autorka ta w nocie metodologicznej zamieszczonej w „Studiach Socjologicznych” (krótkiej, lecz niezwykle dobitnej) stwierdza m.in.: „Jak powiedziałam wyżej – badany daje siebie: mniej – lub większą, mniej lub bardziej ważną część swojej osobowości. Przekazuje opinie, informacje o uczuciach, marzeniach, dążeniach, działaniach. W zamian – oferujemy mu satysfakcję, że służy rozwojowi nauki. W moim odczuciu jest to zbyt licha zapłata za obnażanie się”. I dalej autorka pisząc o celu terapeutycznym i reformatoryjnym wywiadu stwierdza „Jedynie te dwie okoliczności są (...) wystarczającym usprawiedliwieniem indagacji badaczy. Dobro nauki samo