CZĘŚĆ II. PROBLEMY WIARYGODNOŚCI DANYCH

Analizy i próby technik badawczych
w socjologii, t. VIII

ZYGMUNT GOSTKOWSKI, FRANCISZEK SZTABIŃSKI

AUTOWERYFIKACJA JAKO TECHNIKA POPRAWY JAKOŚCI DANYCH UZYSKIWANYCH W WYWIADZIE KWESTIONARIUSZOWYM

Badania, w których materiały uzyskuje się przy zastosowaniu standaryzowanych technik opartych na wzajemnym komunikowaniu się (w szczególności — wywiadu kwestionariuszowego), stanowią dominującą formę badań socjologicznych. Za stosowaniem tego typu technik przemawia wiele względów, między innymi: otrzymywanie ścisłych wyników liczbowych, masowość i łatwość ich stosowania oraz relatywna taniość tych technik (ze względu na ilość zdobywanych informacji) [1]. Nie wszyscy jednak badacze zdają sobie sprawę ze specyfiki i pewnych ich ograniczeń, które prowadzić mogą w rezultacie do nietrafności uzyskanych danych. Chodzi tutaj przede wszystkim o następujące cechy tych technik:

— brak bezpośredniego kontaktu między badaczem a badanymi,

— krótkotrwałość kontaktu badawczego z respondentem,

— opieranie się na werbalnych zachowaniach respondentów, które traktuje się jako wskaźnik rzeczywistych zachowań występujących w realnych sytuacjach życiowych,

---

[1] O roli wywiadu kwestionariuszowego w badaniach socjologicznych pisze m.in. J. Lutyński, *Analiza procesu otrzymywania informacji w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego*, [w:] *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. IV, red. Z. Gostkowski i J. Lutyński, Wrocław 1972, s. 13 i nn.

— wysoki stopień standaryzacji pytań,

— statystyczne traktowanie masy respondentów (jako zbioru izolowanych jednostek, a nie zbiorowości powiązanej stosunkami społecznymi),

— masowy charakter badań oraz oczekiwanie od nich bezpośredniej i szybkiej użyteczności praktycznej.

Są to jedynie niektóre z cech wpływających na dane uzyskiwane w badaniach surveyowych [2].

Zachowania werbalne wywołane przez ankietera podczas wywiadu i traktowane jako uzewnętrznienie postaw respondenta odbiegają zasadniczo od zachowań, jakie mają miejsce w naturalnych sytuacjach społecznych, w trakcie spontanicznych, codziennych interakcji. Wypowiedzi są tu uzyskiwane w czasie przelotnego kontaktu z ankieterem: sytuacja badawcza jest krótkotrwała, a jednocześnie zmusza respondenta do wypowiadania się nawet wtedy, gdy nie odczuwa on autentycznej motywacji do wyrażania swoich opinii i udzielania informacji. Może to mieć niekorzystne konsekwencje i wywierać ujemny wpływ na uzyskiwane w tej sytuacji dane. Ze względu na fakt zaskoczenia samym wywiadem, zadawanymi respondentowi pytaniami i poruszanymi problemami, o których przedtem mógł on nie myśleć, nie zastanawiać się nad nimi — uzyskane wypowiedzi mogą być wielokrotnie jedynie doraźnymi i przypadkowymi reakcjami respondentów na stawiane im pytania. Otrzymywane w wywiadzie informacje mogą więc nie odzwierciedlać faktycznych poglądów respondenta, mogą być niepełne i niedokładne — czy nawet stanowić proste artefakty stworzone zastosowaną techniką interrogacji. Poza tym ingeruje tu niewątpliwie jeszcze jeden czynniki, a mianowicie obecność ankietera. Jest to kwestia szczególnie istotna, gdy kwestionariusz zawiera pytania trudne i drażliwe. Możliwość

[2] Podstawowe cechy badań surveyowych oraz ich wpływ na trafność uzyskiwanych danych szczegółowo przedstawia Z. Gostkowski w artykule: *O poprawę jakości badań surveyowych*, „Studia Socjologiczne", 3, 1976, s. 257 i nn. Zagadnieniami tymi w odniesieniu do wywiadu kwestionariuszowego zajmuje się także J. Lutyński, *op. cit.*, s. 16 i nn.

zafałszowań wyników wiąże się tu z tzw. „efektem ankieterskim" (występującym zresztą nie tylko przy tego typu pytaniach) [3].

Wszystkie te zastrzeżenia dotyczące masowych badań kwestionariuszowych sugerują konieczność stosowania różnych sposobów ulepszenia tego rodzaju badań. Można to osiągnąć w pewnym stopniu poprzez stosowanie zabiegów zmierzających do poprawy trafności całego kwestionariusza jako narzędzia (pilotaż) oraz technik i procedur badawczych uzupełniających masowe *surveye* (np. technika losowego sondowania, technika „samozakotwiczania skal" i inne) [4].

Jednym z celów stosowania owych procedur uzupełniających jest przeciwdziałanie ujemnym cechom surveyu, a szczególnie krótkotrwałości i sztuczności sytuacji wywiadu. Obok wyżej wspomnianych, przykładem takiej techniki jest również technika autoweryfikacji przez respondentów wypełnionych kwestionariuszy wywiadów. Zaproponował ją jeden ze współautorów niniejszego artykułu, przedstawiając jednocześnie pierwszą próbę metodologiczną oraz wyniki zastosowania autoweryfikacji na zbiorowości 81 respondentów (eksperyment metodologiczny przeprowadzony został przy okazji ogólnokrajowego surveyu, dotyczącego znajomości zagadnień prawniczych, w 1974 r.) [5].

Technika autoweryfikacji przeciwdziałać ma przede wszystkim dwu negatywnym zjawiskom, a mianowicie sztuczności i krótkotrwałości sytuacji wywiadu. Polega ona na pozostawieniu respondentowi do przeczytania (po przeprowadzeniu normalnego wywiadu zasadniczego) kwestionariusza z zapisanymi przez ankietera odpowiedziami. Badany po powtórnym zapoznaniu się z treścią pytań i własnych odpowiedzi ma możliwość skorygowania czy uzupełnienia zapisu odpowiedzi, jakich udzielił w wywiadzie. Oczekuje się, że pozostawienie kwestionariusza do wglądu respondentowi pozwoli mu staranniej przemyśleć problemy,

[3] O wpływie „efektu ankieterskiego" na rodzaj i jakość otrzymywanych informacji pisze m.in. K. Lutyńska, *Ankieterzy i badacze. Z badań nad wpływem ankieterskim*, „Przegląd Socjologiczny", t. XXX, Łódź 1978, s. 143—173.

[4] Niektóre z tych zabiegów prezentuje Z. Gostkowski w cytowanym artykule: *O poprawę jakości...* s. 263 i nn.

[5] *Ibidem*, s. 279—284.

których dotyczyły poszczególne pytania — w rezultacie czego uzupełnione lub nawet zmienione odpowiedzi będą trafniej odzwierciedlać jego autentyczne opinie czy relacje o faktach.

Autoweryfikacja umożliwia więc zbliżenie zachowań werbalnych, pojawiających się w sytuacji wywiadu, do zachowań w warunkach naturalnego środowiska społecznego. Tym samym przeciwdziała ona sztuczności sytuacji wywiadu i pozwala na uzyskanie zachowań werbalnych, które badacz może z większym zaufaniem traktować jako wskaźniki faktów i zachowań niewerbalnych oraz postaw i opinii występujących w realnych sytuacjach życiowych. Można więc przypuszczać, że otrzymuje się w ten sposób wypowiedzi pełniejsze i bardziej przemyślane, a więc informacje bardziej wartościowe. Oznacza to, że uzyskuje się mniej odpowiedzi nieistotnych i nietrafnych [6].

Z drugiej strony, zastosowanie techniki autoweryfikacji przeciwdziała także, o czym już wspominaliśmy, krótkotrwałości sytuacji wywiadu. Sam fakt pozostawienia kwestionariusza respondentowi, a następnie jego odbiór i wywiad poautoweryfikacyjny rozciągają w czasie cały proces badawczy. Kontakt między respondentem i ankieterem nie jest już jednorazowym zespołem interakcji, między dwoma nie znającymi się ludźmi, lecz staje się czymś więcej. Powtórna wizyta ankietera nie jest bowiem dla respondenta żadnym zaskoczeniem; jest to wizyta człowieka, którego identyfikuje się już jako pełniącego określoną rolę społeczną. Tak więc przedłużone „trwanie w czasie" sytuacji badawczej wpływa też pozytywnie na jej „unaturalnienie".

Wywiad z autoweryfikacją składa się z kilku etapów. Pierwszy z nich polega na przeprowadzeniu, według ogólnej instrukcji, wywiadu kwestionariuszowego. Po zakończeniu wywiadu ankieter zwraca się do respondenta z prośbą o przyjęcie przez niego i przejrzenie kwestionariusza z zapisanymi wypowiedziami. W wypadku gdy respondent zdecydowanie odmawia dokonania

[6] Rezultaty, jakie osiągnięto w badaniach wypróbowujących tę technikę, świadczą, że część respondentów dokonała dość znaczących zmian w pozostawionych im kwestionariuszach. Zmiany te, które zostały dokonane zarówno w odpowiedziach na pytania o fakty, jak i o opinie, są dość charakterystyczne i zdają się potwierdzać przypuszczenie autora tej koncepcji. Patrz: *ibidem*, s. 281 i nn.

autoweryfikacji, ankieter ma za zadanie dowiedzieć się, jakie są tego przyczyny. Natomiast w wypadku gdy respondent wyraża zgodę na zatrzymanie kwestionariusza, ankieter krótko go informuje o technicznych szczegółach dokonywania zmian. Kolejny etap polega na tym, że podczas następnej wizyty ankieter po odebraniu kwestionariusza przeprowadza krótki wywiad wolny. Wywiad ma za zadanie ustalenie przyczyn i sposobu dokonania zmian. Następnie wysyła się do respondentów ankietę pocztową zawierającą pytania dotyczące ich opinii o celowości stosowanej techniki oraz kilka pytań faktualnych, sprawdzających wykonanie zadań przez ankieterów.

W 1976 r. technika autoweryfikacji zastosowana została po raz drugi w ramach badań metodologicznych, których celem było zweryfikowanie odpowiedzi respondentów na pytania o dane osobowe należące do określonego zestandaryzowanego zestawu pytań metryczkowych obowiązujących badaczy prowadzących empiryczne badania socjologiczne [7]. Badania te objęły 528 osób, stanowiących próbę reprezentacyjną pracowników zatrudnionych w łódzkich zakładach pracy. Stosowany w tych badaniach kwestionariusz, który stanowił także podstawę autoweryfikacji, nie zawierał wyłącznie pytań metryczkowych. Składał się on z kilku bloków pytań. W pierwszym — pytania dotyczyły konsumpcji kulturalnej (czytelnictwo książek, czasopism, oglądanie telewizji, chodzenie do kina etc.), a także działalności społecznej i postrzegania problemów społecznych przez respondenta [8]. Dalsze bloki pytań dotyczyły danych osobowych respondenta i jego rodziny, zarobków, wykształcenia, a także zawierały pytania dotyczące struktury społecznej oraz takich problemów, jak: postrzeganie podziałów klasowo-warstwowych, różnic między pracą fizyczną i umysłową etc.

Ponieważ w badaniach tych zastosowano tylko jedną metodę weryfikacji (weryfikację zewnętrzną — polegającą na spraw-

[7] Badania te były prowadzone przez P. Daniłowicza i P. B. Sztabińskiego w okresie 1—30 wrzesień 1976 r. Zob. P. Daniłowicz, P. B. Sztabiński, *Zmienne osobowe w badaniach socjologicznych. Analizy weryfikacyjne*, [w:] *Analizy i próby...*, t. IV, red. K. Lutyńska i J. Lutyński, Wrocław 1986.

[8] Autorem tej części kwestionariusza był A. Boczkowski.

dzeniu odpowiedzi uzyskanych w wywiadach poprzez dokumenty oficjalne) — wydawało się ważne, aby zastosować również inną metodę pozwalającą na pogłębienie uzyskanych informacji, a mianowicie autoweryfikację. Tą metodą przebadano 267 respondentów (dobranych losowo), a więc ponad połowę badanych [9]. W badaniach tych propozycja aranżacji autoweryfikacji wygłaszana przez ankietera była następująca:

„Proszę Pana(i), mam jeszcze do Pana(i) pewną prośbę. Ze względu na to, że prosiłem Pana(ią) o udzielenie wielu szczegółowych informacji o Panu(i) i Pana(i) rodzinie, które nie zawsze musiał Pan(i) dokładnie pamiętać i które ja mogłem niedokładnie zapisać, chciałbym Pana(ią) prosić o przejrzenie swoich odpowiedzi i ewentualne dokonanie jakiś uzupełnień, poprawek lub zmian.

Będziemy Panu(i) bardzo wdzięczni za wszelkie uzupełnienia, bo to nam pozwoli na zdobycie obszerniejszego i pełniejszego materiału, a zdajemy sobie sprawę, że podczas samego wywiadu nie wszystko można przemyśleć i sobie przypomnieć; obawiam się także, że ja mogłem tu popełnić jakieś pomyłki w zapisie".

W wypadku wyrażenia zgody przez respondenta ankieter instruował go krótko o szczegółach technicznych dokonywania zmian:

„Może Pan(i) dokonywać wszelkich zmian we wszystkich pytaniach, w których uzna Pan(i), że odpowiedź nie jest dokładna lub źle zapisana. Proszę nowe odpowiedzi wpisywać w takiej formie, w jakiej to Panu(i) najbardziej odpowiada, byle to było wyraźne i czytelne, a do nowego zapisu proszę wykorzystywać wolne miejsce przy każdym pytaniu lub obok — na wolnej stronie. Poprzednią odpowiedź proszę lekko przekreślić.

Prosiłbym, aby wszelkie uzupełnienia lub zmiany wpisywał(a) Pan(i) sam(a), ale zanim Pan(i) je wpisze, może Pan(i) konsultować się z kimś z rodziny, znajomych, zaglądać do książek czy dokumentów.

Kiedy mógłbym z Panem(ią) się umówić — najchętniej w ciągu najbliższych 3 dni — żeby odebrać ankietę od Pana(i) osobiście i ewentualnie jeszcze krótko z Panem(ią) porozmawiać na ten temat?" [10].

Powyższy tekst aranżacyjny stanowił dla ankietera pewien schemat tego, co powinien on powiedzieć respondentowi. Zależnie od nastawienia respondenta i sytuacji wywiadu mógł być on uzupełniany i modyfikowany, przy założeniu jednak, że podstawowe informacje o celu i szczegółach technicznych dokonywania autoweryfikacji zostaną respondentowi przekazane. Przy odbiorze kwestionariusza ankieter przeprowadzał z respondentem krótki wywiad wolny na temat wprowadzonych przez badanego zmian, uzupełnień lub poprawek. Ankieter przeglądał cały kwestionariusz i przy tych pytaniach, przy których zauważył poczynione przez respondenta zmiany, starał się ustalić ich przyczyny (np. zły zapis, pomyłka respondenta) i sposób dokonania (np. czy respondent zrobił to sam, czy w porozumieniu z kimś). Po przeprowadzonym wywiadzie autoweryfikacyjnym ankieter przygotowywał raport z wywiadu poautoweryfikacyjnego oraz opisywał w specjalnej tabeli zmiany dokonane przez respondenta. Ankieterzy mieli także za zadanie sporządzić całościowy, możliwie szczegółowy, raport, obejmujący zarówno wszystkie elementy wywiadu z autoweryfikacją, jak i własne wrażenia i odczucia o tym, jak respondent odpowiadał. Po zebraniu materiałów wysłano do respondentów ankietę pocztową [11].

Wywiady z autoweryfikacją przeprowadzała 32-osobowa grupa specjalnie przeszkolonych ankieterów [12]. W grupie tej znajdowało się 13 mężczyzn (40,6%), którzy wykonali 46,4% wszyst-

---

[9] Badania zasadnicze wraz z autoweryfikacją prowadzono w okresie 1—30 wrzesień 1976 r. Zgodnie z założeniami, po przeprowadzeniu autoweryfikacji, do respondentów rozesłano ankietę pocztową. Zwrot ankiet odbywał się w miesiącach październik—listopad. Tak więc kontakt z respondentem odbywał się w ciągu 3 miesięcy: wrzesień—listopad.

[10] Cytowany tutaj tekst różni się nieco w szczegółach od tekstu aranżacyjnego stosowanego w badaniach w 1974 r. Por. Z. Gostkowski, *op. cit.*, s. 279—280.

[11] Komplet materiałów autoweryfikacyjnych, obejmujący: ankietę do ankietera z wywiadu zasadniczego, opis sytuacji aranżującej autoweryfikację, ankietę do ankietera z wywiadu poautoweryfikacyjnego, opis zmian oraz ankietę pocztową, zamieszczony jest w Aneksie.

[12] Zob. Aneks — Instrukcja do wywiadu z autoweryfikacją.

kich wywiadów i 19 kobiet (59,4%), które zrobiły 53,6% wywiadów. Na jednego ankietera przypadało średnio 9,5 wywiadu, na ankieterkę 7,5 wywiadu. Między innymi, być może, dzięki temu mniejszemu obciążeniu kobiety-ankieterki miały mniej odmów autoweryfikacji — przeciętnie 1,4; mężczyźni zaś — 2,2 odmowy (mogło to zresztą wynikać również z tego, iż były one „sympatyczniejsze", budziły mniej obaw i „nie wypadało" im odmówić, gdy prosiły o przejrzenie kwestionariusza). Ponieważ przyjęcie kwestionariusza przez respondentów do autoweryfikacji wiązało się z powtórnym przyjściem ankietera do niego do domu, mniejsza liczba wywiadów robionych przez ankieterki mogła spowodować mniejsze ich zmęczenie i silniejsze motywowanie respondentów do przyjmowania kwestionariuszy. W kwestionariuszach wywiadów przeprowadzonych przez kobiety-ankieterki znalazło się też przeciętnie więcej zmian niż w tych, które były realizowane przez mężczyzn (odpowiednio 2,8 i 2,0 zmiany na jeden kwestionariusz). Praca ankieterów kontrolowana była na bieżąco w trakcie trwania badań (częste konsultacje z instruktorami i autorami badań), a także po ich zakończeniu. Do respondentów rozesłano bowiem ankietę, w której m.in. znajdowały się pytania sprawdzające, czy ankieter przeprowadził wywiad i kiedy respondent dokonywał autoweryfikacji (chciano dzięki temu wyeliminować te ewentualne wypadki, kiedy ankieter prosił respondenta o powtórne przeczytanie odpowiedzi w jego obecności, nie pozostawiając kwestionariusza na przewidziany instrukcją okres). Na podstawie ankiety, w odniesieniu do 128 wypadków jej zwrotów (47,9%), z całą pewnością można stwierdzić, że nie wystąpił ani jeden wypadek nieuczciwości, czy też niedbalstwa ankieterów.

Jak już wspomniano, autoweryfikację zaproponowano 267 osobom. Były to głównie osoby w wieku produkcyjnym (w wieku od 20 do 60 lat), z wykształceniem średnim i poniżej średniego [13]. Szczegółowe omówienie wyników badań rozpoczniemy od przedstawienia cech społeczno-demograficznych osób, którym

[13] Struktura tej zbiorowości wg płci, wieku, wykształcenia i stanu cywilnego jest zgodna ze strukturą zbiorowości z badań zasadniczych (528 osób).

zaproponowano autoweryfikację, z podziałem na dwie zasadnicze grupy: 1. respondentów, którzy odmówili dokonania autoweryfikacji (55 osób — 20,6%); 2. respondentów, którzy zgodzili się na dokonanie autoweryfikacji (212 osób — 79,4%). Ta druga grupa (jako 100%) zostanie podzielona na respondentów, którzy dokonali zmian (79 osób — 37,3%) i tych, którzy zmian nie dokonali (133 osoby — 62,7%) [14]. Strukturę badanej zbiorowości wg płci, wieku, wykształcenia i stanu cywilnego oraz zależność ostatecznego efektu autoweryfikacji od tych cech przedstawia tabela 1.

Przy analizie wpływu płci danej zbiorowości zwraca uwagę fakt, że odmówiło autoweryfikacji 17 kobiet (14,9%) i 38 mężczyzn (24,8%). Tak znaczna różnica jest dość interesująca, ponieważ wydawać by się mogło, że kobiety ze względu na większe obciążenie pracą domową, opieką nad dziećmi itp., w większym procencie niż mężczyźni będą odmawiały autoweryfikacji. Odwrotnie jednak niż można było się spodziewać, więcej odmów wystąpiło wśród mężczyzn. Przyczyny tego faktu można tłumaczyć, jak się wydaje, większą „uległością społeczną" kobiet, większą ich podatnością na spełnianie tego typu próśb [15]. W ten sam sposób można tłumaczyć fakt, że więcej kobiet (33,3%), w stosunku do mężczyzn (26,8%), dokonało zmian.

Biorąc pod uwagę wiek badanych, stwierdzić można, że największy procent respondentów — 29,1 (36 osób), odmawiających autoweryfikacji znajduje się w grupie wieku od 41 do 60 lat (pomijamy tutaj 1 wypadek w kategorii wieku powyżej 61 lat). Zasługuje natomiast na uwagę fakt, że żadna z osób poniżej 20 roku życia, której zaproponowano autoweryfikację, nie odmówiła jej

[14] W badaniach z 1974 r. otrzymano wyniki podobne: odmowy — 28%, zgody — 72%. Wśród respondentów, którzy zgodzili się na autoweryfikację, zmian dokonało 41% osób. Można się więc spodziewać, że w innych tego typu próbach wystąpiłaby podobna tendencja. Patrz: Z. Gostkowski, *op. cit.*, s. 280.

[15] Wyższy stopień „uległości społecznej" kobiet stwierdzono w wielu niezależnych badaniach. Por. M. Oetzel, *Selected Bibliography on Sex Differences*, Social Science Research Council, Committee on Socialization and Social Structure, Stanford 1962. Bibliografia ta zawiera podsumowanie licznych badań nad różnicami osobowości kobiet i mężczyzn.

Tabela 1. Struktura badanej zbiorowości wg cech społeczno-demograficznych a reakcje respondentów na prośbę o autoweryfikację

Reakcja respondentów na prośbę o autoweryfikację		Płeć		Wiek				Wykształcenie			Stan cywilny	
		kobiety	mężczyźni	poniżej 20 lat	21-40 lat	41-60 lat	powyżej 61 lat	niepełne podstawowe	niepełne średnie i średnie	niepełne wyższe i wyższe	żonaci zamężne	wolni
Odmowa przy przyjęciu autoweryfikacji		17 (14,9%)	38 (24,8%)	—	18 (13,9%)	36 (29,1%)	1 (50,0%)	28 (23,7%)	24 (18,3%)	3 (16,7%)	43 (21,4%)	12 (18,2%)
Przyjęcie autoweryfikacji	nie dokonano zmian	59 (51,8%)	74 (48,4%)	4 (36,4%)	67 (51,5%)	61 (49,2%)	1 (50,0%	59 (50,0%)	65 (49,6%)	9 (50,0%)	107 (53,2%)	26 (39,4%)
	dokonano zmian	38 (33,3%)	41 (26,8%)	7 (63,6%)	45 (34,6%)	27 (21,7%)	— —	31 (26,3%)	42 (32,1%)	6 (33,3%)	51 (25,4%)	28 (42,4%)
Razem		114 (100,0%)	153 (100,0%)	11 (100,0%)	130 (100,0%)	124 (100,0%)	2 (100,0%)	118 (100,0%)	131 (100,0%)	18 (100,0%)	201 (100,0%)	66 (100,0%

przyjęcia. Tak więc występuje tendencja, że starsi respondenci częściej odmawiali przyjęcia kwestionariusza do autoweryfikacji.

Jeżeli chodzi o respondentów, którzy przyjęli kwestionariusz, lecz nie dokonali żadnych zmian, to należeli oni najczęściej do grupy w wieku od 21 do 40 lat (51,5%) i od 41 do 60 lat (49,2%). Zwraca natomiast uwagę fakt, że aż 63,6% osób w wieku poniżej 20 lat dokonało co najmniej jednej zmiany. W grupach wieku 21 — 40 lat i 41 — 60 procent ten maleje i odpowiednio wynosi 34,6% i 21,7%. Tak więc najczęściej zmian dokonywali respondenci w wieku poniżej 20 lat, najrzadziej zaś od 41 do 60 lat. Wydaje się, że zarówno stosunkowo duży procent odmów w tej grupie wieku, jak i najmniejsza częstotliwość dokonywania zmian wynika z dużego zaabsorbowania pracą zawodową. Ludzie młodzi wiekiem, nie obarczeni rodziną, mający więcej czasu dla siebie — częściej dokonywali zmian w kwestionariuszu. Mogło to także wynikać z ich większego zainteresowania samym wywiadem i poruszanymi w nim problemami.

Analizując badaną zbiorowość pod względem wykształcenia można zauważyć, że najwyższy procent odmów (23,7% — 28 osób) wystąpił w grupie o wykształceniu co najwyżej podstawowym, natomiast najmniejszy (16,7% — 3 osoby) wśród osób z wykształceniem niepełnym wyższym i wyższym. Podobna tendencja wystąpiła w cytowanych już badaniach z 1974 r.[16]. W badaniach tych ze względu na to, że liczba respondentów była niewielka, badanych podzielono na dwie kategorie: osoby z wykształceniem podstawowym i osoby z wykształceniem średnim i wyższym. Uzyskano w tych kategoriach odpowiednio 38,1% i 17,9% odmów przyjęcia kwestionariusza. Gdy respondentów z 1976 r. pogrupuje się wg kategorii wykształcenia stosowanych w 1974 r., to procenty odmów w obydwu grupach wynoszą: 23,7% i 18,1%. Jak widać, dla respondentów posiadających wykształcenie powyżej podstawowego wielkości te są niemal identyczne; różnice występują natomiast w wypadku respondentów o wykształceniu podstawowym. Może to wynikać z faktu, iż kwestionariusz z 1974 r. zawierał więcej pytań trudnych i dotyczących spraw

[16] Por. Z. Gostkowski, *op. cit.*, s. 281.

nie wzbudzających zainteresowania badanych; dotyczyły one bowiem szczegółowych zagadnień prawnych i respondentom o niższym poziomie wykształcenia mogły sprawiać dużo kłopotów już w trakcie wywiadu zasadniczego.

Wśród respondentów, którzy przyjęli kwestionariusz do autoweryfikacji, wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia rośnie procent osób, które dokonały zmian. I tak dla osób z wykształceniem niepełnym podstawowym wynosi on 26,3%, dla osób z wykształceniem niepełnym średnim i średnim — 32,1% i dla niepełnego wyższego i wyższego — 33,3%.

Biorąc natomiast pod uwagę stan cywilny widzimy, że odmówiło autoweryfikacji 21,4% (43 osoby) zamężnych — żonatych i 18,2% (12 osób) stanu wolnego.

Wśród osób stanu wolnego aż 42,4% respondentów dokonało zmian w kwestionariuszu, a tylko 25,4% spośród osób zamężnych — żonatych.

Podsumowując tę ogólną charakterystykę omawianej zbiorowości stwierdzić należy, że mniejszy procent odmów autoweryfikacji występuje wśród kobiet, a najczęściej przyjmują kwestionariusz do autoweryfikacji osoby młode (poniżej 20 lat). Poza tym najmniej odmów wystąpiło wśród osób z wykształceniem średnim i wyższym, a jak można się było spodziewać, najwięcej wśród respondentów o wykształceniu niepełnym i pełnym podstawowym. Podobnie przedstawia się sprawa z osobami zamężnymi — żonatymi, które częściej odmawiały przyjęcia autoweryfikacji. W grupie 133 osób, które przyjęły kwestionariusz do autoweryfikacji, lecz nie dokonały żadnych zmian — taki właśnie rodzaj zachowania nie jest uwarunkowany ani przez płeć, ani wykształcenie; uwarunkowanie wiekiem i stanem cywilnym zaznaczyło się natomiast w ten sposób, że znacznie mniej (około 14 punktów procentowych) osób w wieku poniżej 20 lat, oraz stanu wolnego — nie dokonało zmian w przyjętym kwestionariuszu. Jest to zresztą prostym dopełnieniem stwierdzonego powyżej faktu, że te dwie kategorie respondentów w najwyższym procencie dokonywały zmian autoweryfikacyjnych. Większy procent dokonujących zmian wśród respondentów niezamężnych i nieżonatych (a takimi są zresztą w większości również osoby poniżej 20 lat) jest zgodny z hipotezą, iż tacy właśnie respondenci, ze względu na mniejsze obciążenia domowe i większą ilość czasu wolnego, będą dokonywali częściej poprawek i uzupełnień w swoich odpowiedziach.

Najczęściej podawaną przyczyną odmowy przyjęcia kwestionariusza do autoweryfikacji był brak czasu (20 respondentów, tj. 36,3%). Inne przyczyny odmów ilustrują następujące wypowiedzi:

— „wszystko powiedziałem, nic nowego nie dopiszę" — 17 osób (30,9%),

— „widziałem, że P. wszystko zapisuje i na pewno nie ma błędów" — 7 osób (12,7%),

— „wszystko powiedziałem szczerze, to, co się mówi od razu, jest najbardziej szczere" — 5 osób (9,1%),

Nie podało powodów 11,0% respondentów.

Wśród kobiet najczęściej podawaną przyczyną odmowy jest brak czasu (52,9%), natomiast wśród mężczyzn — to, że „wszystko już powiedział" (31,6%). Brak czasu, jako przyczynę odmowy autoweryfikacji, wymienia 35,9% zamężnych — żonatych, natomiast aż 40% osób wolnych [17].

Analiza przyczyn odmów przyjęcia autoweryfikacji jest też ciekawa z innych względów. Wydaje się bowiem, że deklarowane przyczyny odmów świadczą o tym, jakie funkcje przypisują respondenci autoweryfikacji. I tak np. są to następujące funkcje: sprawdzenie zapisu ankietera, przemyślenie odpowiedzi, dodanie nowych elementów. Z drugiej strony te deklarowane przyczyny odzwierciedlać też mogą pewną sugestię ankieterów — tj. te aspekty autoweryfikacji, na jakie kładli oni nacisk w tekście aranżacyjnym.

To, co zostało do tej pory powiedziane, należy jeszcze uzupełnić jednym elementem, a mianowicie „kooperatywnością" respondentów — pewnego rodzaju gotowością, czy też predyspozycją do współpracy. Cechę tę można ogólnie określić na podstawie ankiety na temat wywiadu zasadniczego wypełnionej przez ankietera, procentu zwrotu ankiet pocztowych skierowanych do

[17] Jest to więc sprzeczne z wysuniętą intuicyjnie hipotezą; wagę przytoczonych procentów umniejsza jednak fakt, że dla 6 osób brak informacji o stanie cywilnym — a poza tym zbiorowości są zbyt mało liczne.

respondentów oraz wyrażonych w nich opinii o autoweryfikacji. Dla poszczególnych grup respondentów rozkłady wyników przedstawione są w tabeli 2.

Z tabeli 2 wynika, że odsetek osób, które odmówiły przyjęcia autoweryfikacji, jest najniższy wśród respondentów, mających zdecydowanie pozytywny lub pozytywny stosunek do wywiadu (odpowiednio 16,1% i 18,5%). Znacznie wyższy jest natomiast odsetek takich osób wśród respondentów, których stosunek do wywiadu był obojętny (26,2%) i negatywny (33,4%). Rzecz oczywista, że — jako dopełnienie powyższego układu procentów — wśród respondentów mających zdecydowanie pozytywny i pozytywny stosunek do wywiadu zasadniczego występują odpowiednio wyższe procenty wypadków przyjmowania kwestionariusza do autoweryfikacji i dokonywania zmian.

Wydaje się zatem, że powodzenie autoweryfikacji zależy między innymi od atmosfery, jaka została wytworzona podczas wywiadu zasadniczego — a więc od tego, czy wywiad przebiegał „gładko", wywołując u respondenta (w opinii ankietera) pozytywne nastawienie, czy też nie [18]. W relacjonowanych tu badaniach, w przeważającej liczbie wypadków, owa atmosfera była sprzyjająca: na ogółem 259 wywiadów — tylko w 9 (3,5%) nastawienie respondentów ocenione zostało jako negatywne, a w 42 (16,2%) — jako obojętne. Stosunek reszty respondentów (aż 80,3%) wobec wywiadu określony został jako pozytywny lub zdecydowanie pozytywny (pominięto tutaj 8 wywiadów, co do których ankieterzy nie określili nastawienia respondentów).

Na ogółem 128 respondentów, którzy zwrócili ankietę pocztową, aż 108 osób, tj. 79,7%, określiło autoweryfikację jako celową; wśród nich 80,6% przyjęło kwestionariusz do weryfikacji (w tym — 31,5% dokonało zmian). Rzecz interesująca, że nie wystąpił istotny związek między zwracaniem ankiety pocztowej a odmowami przyjęcia kwestionariusza do weryfikacji — czy dokonywaniem w nim zmian. Świadczy o tym fakt, że prawie

[18] Podkreślić jednak należy, iż ocena stosunku respondentów do wywiadu zasadniczego sformułowana została przez ankieterów na podstawie obserwacji dokonywanych przez nich samych. Oceny te są zatem znacznym stopniu subiektywne.

Tabela 2. „Kooperatywność" respondentów a reakcja na prośbę o autoweryfikację

Reakcja respondentów na prośbę o autoweryfikację		Stosunek R. do wywiadu zasadniczego wedle ankiety do ankietera					Procent zwrotu ankiet pocztowych		Opinie respondentów o autoweryfikacji		
		zdecydowanie pozytywny	pozytywny	obojętny	negatywny	BD	zwrot	brak zwrotu	celowe	bezcelowe	BD
Odmowa przyjęcia autoweryfikacji		9 (16,1%)	28 (18,5%)	11 (26,2%)	3 (33,4%)	4	26 (20,3%)	29 (20,8%)	21 (19,4%)	4 (30,8%)	1
Przyjęcie autoweryfikacji	nie dokonano zmian	27 (48,2%)	82 (53,9%)	18 (42,9%)	4 (44,4%)	2	62 (48,4%)	71 (51,1%)	53 (49,1%)	7 (53,9%)	2
	dokonano zmian	20 (35,7%)	42 (27,6%)	13 (30,9%)	2 (22,2%)	2	40 (31,3%)	39 (28,1%)	34 (31,5%)	2 (15,3%)	4
Razem		56 (100,0%)	152 (100,0%)	42 (100,0%)	9 (100,0%)	8	128 (100,0%)	139 (100,0%)	108 (100,0%)	13 (100,0%)	7

takie same procenty, przyjmujących autoweryfikację i dokonujących zmian — wystąpiły w grupie 139 respondentów, którzy nie zwrócili skierowanej do nich ankiety pocztowej.

Pozostaje jednak do rozstrzygnięcia jeszcze jeden problem. Jeżeli bowiem założyliśmy, że ostateczny efekt autoweryfikacji (odmowa, przyjęcie czy dokonywanie zmian) zależy od „kooperatywności" respondentów, to należy stwierdzić, czy wśród osób, które przyjęły kwestionariusz i uczyniły to chętnie i bez oporów — wystąpi wyższy procent dokonujących zmian i uzupełnień w swych odpowiedziach.

Aby zweryfikować tę hipotezę dokonano analizy, którą prezentuje tabela 3.

Tabela 3. „Kooperatywność" respondentów a efekt autoweryfikacji

Wskaźnik „kooperatywności" / Efekt autoweryfikacji	Sposób przyjęcia kwestionariusza do autoweryfikacji			
	chętnie, bez żadnych zastrzeżeń	chętnie, z pewnymi zastrzeżeniami	niechętnie	BD
Nie dokonano zmian	112 (64,0%)	15 (65,2%)	3 (60,0%)	3
Dokonano zmian	63 (36,0%)	8 (34,8%)	2 (40,0%)	6
Razem	175 (100,0%)	23 (100,0%)	5 (100,0%)	9

Porównując procenty zawarte w tabeli 3 zauważyć można, że wśród respondentów, którzy przyjęli kwestionariusz z zastrzeżeniami lub niechętnie, procenty osób, które dokonały i nie dokonały zmian, są prawie takie same jak wśród tych, którzy spełnili prośbę o autoweryfikację bez żadnych zastrzeżeń. Rozkład taki nie potwierdza zatem wysuniętej hipotezy.

Zbadano również, czy występował związek między cechami społeczno-demograficznymi (płeć, wiek, wykształcenie i stan cywilny) a sposobem, w jaki respondenci przyjęli kwestionariusz do autoweryfikacji (przyjęcie kwestionariusza chętnie; chętnie, ale z zastrzeżeniami; niechętnie). Okazało się, że brak było znaczących związków statystycznych (te same cechy społeczno-demograficzne warunkowały jednak — jak pamiętamy z tabeli 1 — behawioralną reakcję na prośbę o autoweryfikację — tj. przyjęcie lub nieprzyjęcie kwestionariusza i dokonywania w nim zmian).

Rezultaty powyższych analiz pozwalają wyciągnąć wnioski o praktycznym znaczeniu dla ewentualnego zastosowania autoweryfikacji w przyszłych badaniach. Otóż momentem krytycznym jest nakłonienie respondenta do przyjęcia kwestionariusza: ci, którzy dali się do tego nakłonić — nawet przy pewnej z ich strony niechęci czy oporze — w takim samym stopniu jak „chętni" dokonują przejrzenia kwestionariusza i wprowadzają co najmniej jedną poprawkę. Ankieterom można więc udzielić instrukcji, aby nie zrażali się początkowym oporem czy niechęcią respondentów do przyjęcia kwestionariusza — i użyli perswazyjnego nacisku, aby ich do tego skłonić. Zresztą — jak widać z tabeli 3 — zdecydowana większość respondentów (83%) przyjmowała kwestionariusz „chętnie i bez żadnych zastrzeżeń", a osób wyraźnie niechętnych była znikoma liczba (4,1%).

Jak już mówiliśmy spośród 212 osób, które przyjęły kwestionariusz do autoweryfikacji, tylko 79 (37,3%) dokonało zmian. Wydaje się więc ciekawe, czym respondenci motywowali to, że nie dokonali żadnych zmian. Wśród deklarowanych powodów kolejno wymieniane były następujące:

— „wszystko jest w porządku, dobrze zapisane" — 40,6%,

— „wszystko powiedziałem, nic nowego mi się nie nasunęło" — 31,6%,

— „nie przeglądałem kwestionariusza — nie miałem czasu" — 9,8%,

— „nie widziałem potrzeby" — 8,2%,

— oraz w 13 wypadkach (9,8%) nie ustalono przyczyn ze względu na to, że respondent był nieobecny przy odbiorze kwestionariusza.

Na uwagę zasługuje fakt, że w grupie 133 osób, które nie dokonały zmian, prawie 10% nie przejrzało w ogóle kwestionariusza i powiedziało to wprost. Czy rzeczywiście jednak było tylko tyle osób, które nie przejrzały kwestionariusza? Aby od-

powiedzieć na to pytanie, dokonano analizy odpowiedzi zawartych w kwestionariuszu wywiadu zasadniczego. W tym celu wzięto pod uwagę wszystkie pytania metryczkowe — jeżeli w którymś z tych pytań występowało, w odniesieniu do respondenta lub kogoś z członków gospodarstwa domowego, „nie wiem" przed autoweryfikacją i określenie to pozostało po deklarowanym przeprowadzeniu autoweryfikacji (konsultacja z innymi osobami była dozwolona), to fakt ten daje duże podstawy, aby sądzić, że respondent w ogóle nie przeglądał kwestionariusza. Otóż okazało się, że sytuacja taka wystąpiła w 19 wypadkach (14,3%). Ponieważ ów zbiór 19 wypadków jest rozłączny ze zbiorem 9,8% osób przyznających, że nie przeglądały kwestionariusza — ogółem na pewno nie przejrzało kwestionariusza: 9,8% + 14,3% = 24,1% respondentów, którzy nie dokonali zmian.

Jeżeli dodatkowo weźmiemy pod uwagę, że w grupie respondentów nie dokonujących zmian, wśród 15 osób, które przyjęły autoweryfikację z pewnymi zastrzeżeniami, było aż 10 (7,5%) takich, które zastrzeżenia sformułowały w sposób następujący: „i tak nic nie zmienię" oraz stwierdzenie „nie widziałem potrzeby" (8,2%) można interpretować jako oznaczające, że respondent nie widział potrzeby przeglądania kwestionariusza — to procent osób, które nie czytały kwestionariusza, wyniósłby aż 39,8%. Procent ten na pewno jest wyższy, jeżeli brać pod uwagę, że respondenci mogli ukrywać to, że nie przeglądali kwestionariusza, podając inne powody niedokonania zmian, np. to, że „przeczytali i wszystko było w porządku".

Przejdziemy obecnie do omówienia wyników autoweryfikacji, a więc liczby dokonywanych zmian, ich rodzaju i kierunku. Ogółem wszystkich zmian było 463 i odnosiły się one do odpowiedzi na 98 pytań (kwestionariusz zawierał 118 pytań, ale w odpowiedziach na 20 pytań nie dokonano ani jednej poprawki) [19]. Ogółem 37 respondentów (46,8%) dokonało od 1 do 3 poprawek, 25 (31,6%) — od 4 do 7, 6 (7,6%) — od 8 do 11, 8 (10,1%) — od 12 do 19, oraz 3 respondentów (3,9%) dokonało powyżej 20 poprawek (23, 38 i 40). Średnia liczba zmian na 1 respondenta wynosi 5,8 i waha się od 1 do 40. Natomiast średnia liczba zmian na 1 zmienianą odpowiedź wynosi 4,7 i waha się od 1 do 22 [20].

[19] Od 1 do 3 poprawek dokonano w odpowiedziach na 51 pytań, w odpowiedziach na 33 pytania od 4 do 8, w odpowiedziach na 11 pytań od 9 do 12 oraz w odpowiedziach na 3 pytania od 16 do 22 poprawek (w odpowiedziach na żadne z pytań nie dokonano natomiast od 13 do 15 poprawek).

Obecnie szczegółowo omówimy zmiany, jakie zostały wprowadzone w kwestionariuszach w wyniku autoweryfikacji. Przy charakterystyce dokonanych poprawek będziemy posługiwali się „względną liczbą zmian" (liczbą dokonanych zmian przypadającą na liczbę aktów interrogacji, tzn. liczbę wypadków zadania tego pytania respondentom podczas przeprowadzania wywiadów zasadniczych). Konieczność odniesienia liczby zmian do liczby aktów interrogacji wyniknęła stąd, iż większość pytań nie była zadawana wszystkim respondentom. Pytań zadawanych wszystkim respondentom było w 118-pytaniowym kwestionariuszu 50 i w odpowiedziach na nie wystąpiła stosunkowo mała liczba zmian; tak więc, gdyby wziąć pod uwagę wyłącznie pytania, które zadawane były wszystkim respondentom, możliwości analizy byłyby bardzo ograniczone [21]. Względna liczba zmian wahała się w zależności od pytania od 0 do 0,39 [22]. Średnia wynosiła 0,07, mediana natomiast 0,04.

Kwestionariusz, który respondenci otrzymali do autoweryfikacji, rozpoczynał się od bloku pytań dotyczących konsumpcji kulturalnej i postrzegania problemów społecznych; w dalszej części następowały pytania dotyczące danych osobowych respondenta i jego rodziny. W sumie w kwestionariuszu tym wyróżnić można 6 bloków tematycznych. Były to kolejno:

I. Konsumpcja kulturalna. Blok ten składał się z 27 pytań

[20] W badaniach z 1974 r. wyniki te kształtowały się następująco: średnia liczba zmian na 1 respondenta była równa 3,3 i wahała się od 1 do 11, a średnia liczba zmian na 1 zmienianą odpowiedź wynosiła 1,6 — i sięgała od 1 do 8. Patrz: Z. Gostkowski, *op. cit.*, s. 281.

[21] W badaniach prowadzonych przez Z. Gostkowskiego pytań takich było także 50, lecz dokonano w nich znacznie więcej poprawek. Umożliwiło to objęcie analizą tylko tych pytań. Por. *ibidem*, s. 281.

[22] Względna liczba zmian w 20 wypadkach była równa 0, w 48 — od 0,01 do 0,05, w 19 — od 0,06 do 0,10, w 12 — od 0,11 do 0,15, w 9 — od 0,16 do 0,20, w 8 — od 0,21 do 0,27 i w 2 — powyżej 0,30 (0,34 i 0,39).

i obejmował pytania o oglądanie telewizji (4 pytania), słuchanie radia (4 pytania), chodzenie do kina (5 pytań), czytanie czasopism (5 pytań), czytanie książek (7 pytań), formy spędzania wolnego czasu (2 pytania). Średnia względna liczba zmian w tym bloku jest równa 0,14.

II. Postrzeganie problemów społecznych. Blok ten składał się z 10 pytań i obejmował pytania o rodzaj problemów (1 pytanie), możliwe sposoby ich rozwiązania (5 pytań) oraz indywidualne działanie zmierzające do ich rozwiązania (4 pytania). Średnia względna liczba zmian w odpowiedziach na pytania w tym bloku jest najwyższa i wynosi 0,16.

III. Przynależność organizacyjna i działalność społeczna. Blok ten składał się z 13 pytań i obejmował pytania o przynależność do organizacji politycznych, społecznych oraz pełnione w nich funkcje (4 pytania), formy działalności społecznej (5 pytań), motywy podejmowania tej pracy (2 pytania) oraz jej rezultaty (2 pytania). Średnia względna liczba zmian w odpowiedziach na te pytania jest równa 0,05.

IV. Metryczka dotycząca respondenta, jego ojca, współmałżonka i pozostałych członków gospodarstwa domowego. Blok ten składał się z 36 pytań i obejmował pytania o rok i miejsce urodzenia respondenta (4 pytania), poziom wykształcenia respondenta, jego ojca i współmałżonka (3 pytania), stan rodzinny (1 pytanie), liczby osób w gospodarstwie domowym (1 pytanie), miejsce pracy i główne źródła utrzymania wszystkich członków gospodarstwa domowego (5 pytań), przynależność respondenta i jego współmałżonka do grup zawodowych (2 pytania), zawód, charakter i miejsce pracy respondenta, jego ojca i współmałżonka (20 pytań). Średnia względna liczba zmian w tym bloku wynosi 0,03.

V. Postrzeganie struktury społecznej i miejsca respondenta w tej strukturze. Blok ten składał się 15 pytań i obejmował pytania o: podział społeczeństwa na grupy, warstwy lub klasy (2 pytania), pozycję społeczną respondenta (6 pytań) oraz postrzeganie różnic i dystansów społecznych (7 pytań). Średnia względna liczba zmian dla odpowiedzi na pytania w tym bloku wynosi 0,06.

VI. Położenie i warunki materialne. Blok ten składał się z 17 pytań i obejmował pytania o źródła utrzymania respondenta i pozostałych członków gospodarstwa domowego (4 pytania), obciążenia finansowe (4 pytania), standard mieszkania i jego wyposażenie (6 pytań), oszczędności (3 pytania). Średnia względna liczba zmian dla tego bloku wynosi 0,04.

Widzimy więc, że średnia względna liczba zmian była najwyższa w blokach II i I — tj. w odpowiedziach na pytania o postrzeganie problemów społecznych i konsumpcję kulturalną (0,16 i 0,14). Kolejnym pod względem częstotliwości dokonywanych zmian w odpowiedziach był blok V, dotyczący postrzegania struktury społecznej (0,06); dalsze bloki pytań pod tym względem — to bloki III, VI i IV, dotyczące: przynależności organizacyjnej (0,05), położenia i warunków materialnych (0,04) oraz metryczki (0,03).

Powyższe zróżnicowanie częstotliwości dokonywanych zmian można tłumaczyć, jak się wydaje, następującymi okolicznościami. Blok pytań o konsumpcję kulturalną stanowił początek kwestionariusza i respondent podczas autoweryfikacji zaczynał od niego czytanie pytań i swoich odpowiedzi. W miarę przechodzenia do dalszych partii kwestionariusza motywacja badanego mogła maleć ze względu na znużenie. Ponadto pytania o konsumpcję kulturalną są, jak wiadomo, szczególnie drażliwe dla respondentów, stąd też dodatkowa motywacja do robienia zmian, a szczególnie dopisywania np. tytułów czytanych książek czy oglądanych programów telewizyjnych. Podyktowane to mogło być chęcią ukazania się w „lepszym świetle". Można również sądzić, że wpływ na liczbę dokonywanych zmian i uzupełnień miało zawarte w tych pytaniach żądanie przypomnienia sobie i wymienienia tytułów książek, czasopism, oglądanych programów telewizyjnych i filmów. Respondent w trakcie wywiadu mógł dokładnie nie pamiętać, co ostatnio oglądał lub czytał, a ankieter nie pozostawił mu wystarczająco dużo czasu do namysłu. Natomiast podczas powtórnego czytania kwestionariusza respondent mógł spokojnie zastanowić się, przypomnieć sobie fakty, których dotyczyło pytanie, skonsultować się z kimś z rodziny i dokonać uzupełnień. Najbardziej podlegały zmianom odpowiedzi na pytania o percepcję problemów społecznych — na ogół respondenci dopisywali tu nie wymienione podczas wywiadu problemy i najbardziej palące sprawy do załatwienia w Polsce. W pozostałych blokach zmiany

w kwestionariuszu były wprowadzone znacznie rzadziej. I tak odpowiedzi na pytania zawarte w blokach dotyczących działalności społecznej respondentów, struktury społecznej, danych osobowych i warunków materialnych były stosunkowo najrzadziej zmieniane, znalazło się tu najmniej uzupełnień i poprawek. W wypadku pytań o strukturę społeczną może to być związane z ich trudnością. Natomiast brak istotniejszej liczby zmian w odpowiedziach na pytania metryczkowe mógł być spowodowany co najmniej kilkoma czynnikami, przy czym żaden z nich nie wyklucza innego: 1. zamieszczeniem tych pytań w dalszych partiach kwestionariusza, do których respondenci podczas autoweryfikacji już nie docierali bądź docierali z osłabioną uwagą i motywacją do dokonywania zmian, 2. skomplikowaniem i trudnością reguł przejść między poszczególnymi pytaniami, 3. przeświadczeniem, iż w czasie wywiadu zostały już podane odpowiednie informacje i nie potrzeba ich sprawdzać. Trudno jednak zdecydować, który z tych czynników był dominujący.

Poza tym na fakt dokonywania zmian mogła mieć wpływ struktura i typ pytań; ten rodzaj wpływu ukazuje tabela 4.

Tabela 4. Struktura i typ pytania a liczba zmian w odpowiedziach

Typ pytania	Liczba pytań	Średnia względna liczba zmian
Pytania otwarte żądające narracji lub enumeracji	55 (46,6%)	0,12
Pytania zamknięte kafeteryjne — czytane respondentom	26 (22,0%)	0,04
Pytania zamknięte kafeteryjne z kartą respondenta	7 (6,0%)	0,07
Pytania dychotomiczne (tak — nie)	21 (17,8%)	0,05
Pytania zamknięte dla ankietera, a otwarte dla respondenta	9 (7,6%)	0,02
Razem	118 (100,0%)	

Jak widać z tabeli 4, najczęściej podlegały zmianom odpowiedzi na pytania otwarte [23]. Jest to zrozumiałe, jeśli weźmie

[23] Podobna prawidłowość zaobserwowana została w badaniach z 1974 r. Por. Z. Gostkowski, *op. cit.*, s. 281.

się pod uwagę, że przy tego typu pytaniach najłatwiej respondentom jest dodać jakieś nowe elementy do swoich poprzednich wypowiedzi, uzupełnić je w jakiś sposób. Z kolei stosunkowo dość dużą podatność na zmiany wykazują pytania zamknięte z kartą respondenta. Wskazywałoby to na dość zaskakujący fakt, iż mimo możliwości zapoznania się z kartą respondenta, przy dużych i rozbudowanych kafeteriach odpowiadający najprawdopodobnej nie potrafią udzielić odpowiedzi tak precyzyjnie, jak sugerowałaby to sama koncepcja ich stosowania.

Przy podziale pytań kwestionariusza na pytania o fakty (97 pytań) i o opinie (21 pytań) uzyskujemy odpowiednio dla odpowiedzi na pytania tych dwóch typów średnie względne liczby zmian wynoszące: 0,07 i 0,11 (większość pytań o opinie stanowiły pytania otwarte, w których z kolei, spośród wszystkich rodzajów pytań w tym kwestionariuszu, wystąpiła najwyższa średnia względna liczba zmian).

Przedstawione analizy dotyczące zmian poczynionych przez respondentów wskazują, ogólnie biorąc, na to, iż najbardziej podatne na zmiany są odpowiedzi na pytania otwarte i pytania o opinie. Jeśli więc w kwestionariuszu znajduje się duża liczba takich właśnie pytań, badacz ma szanse na uzyskanie dzięki autoweryfikacji większej liczby odpowiedzi „poprawionych", a zakładając, że będą one bardziej przemyślane (w sprzyjających warunkach autoweryfikacji), można także mieć nadzieję, że będą one w większym stopniu trafne.

Obecnie przejdziemy do charakterystyki rodzajów i kierunków poprawek dokonywanych przez respondentów. Analizą obejmiemy wszystkie odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu, zadane respondentom (por. tabela 5).

Biorąc pod uwagę wszystkie poprawki dokonane w trakcie autoweryfikacji zauważyć można, że większość z nich — 49,9%, to zmiany wypowiedzi udzielonych w wywiadzie zasadniczym (wliczono tutaj także wypadki, gdy w wywiadzie zasadniczym było „nie dotyczy", a później pojawiła się wypowiedź). Nieco mniej, bo 45,6% poprawek, to uzupełnienia wypowiedzi — uszczegółowienia, bez zmiany zasadniczej myśli. Natomiast 4,5% to poprawki wynikające z błędów i pomyłek ankietera (np. opuszczenie pytania). Oczywiście rodzaj poprawek uzależniony jest w dużym stopniu od formalnej struktury pytania. I tak w przypad-

Tabela 5. Rodzaj dokonywanych poprawek w poszczególnych blokach

Rodzaj poprawek	I. blok Konsumpcja kulturalna	II. blok Postrzeganie problemów społecznych	III. blok Przynależność org. i działalność społeczna	IV. blok Metryczka	V. blok Postrzeganie struktury społecznej	VI. blok Warunki materialne	Razem
Uzupełnienie wypowiedzi	86 (48,9%)	65 (83,3%)	18 (52,9%)	24 (34,3%)	12 (20,7%)	6 (12,8%)	211 (45,6%)
Zmiana wypowiedzi	82 (46,6%)	11 (14,1%)	14 (41,2%)	39 (55,7%)	45 (77,6%)	40 (85,1%)	231 (49,9%)
Korekta zapisu ankietera	8 (4,5%)	2 (2,6%)	2 (5,9%)	7 (10,0%)	1 (1,7%)	1 (2,1%)	21 (4,5%)
Razem	176 (100,0%)	78 (100,0%)	34 (100,0%)	70 (100,0%)	58 (100,0%)	47 (100,0%)	463 (100,0%)

ku odpowiedzi na pytania zamknięte kafeteryjne poprawki polegały zazwyczaj na zmianie punktu kafeterii, a więc zakwalifikowane zostały jako „zmiana wypowiedzi". Dość częste są jednak wypadki „uzupełnień" wypowiedzi przy tego typu pytaniach — chodzi tu głównie o komentarze respondenta w określonym punkcie kafeterii. Podobnie jest w wypadku odpowiedzi na pytania otwarte, w których stosunkowo często pojawiają się „uzupełnienia".

Omawiając rodzaj i kierunek poprawek dokonywanych w odpowiedziach na pytania w poszczególnych blokach wskażemy jednocześnie, w jaki sposób autoweryfikacja wpływa na otrzymywane informacje. W tym celu porównamy rozkłady odpowiedzi przed i po autoweryfikacji na niektóre wybrane pytania [24]. Analizą tą obejmiemy całą zbiorowość respondentów, którzy przyjęli kwestionariusz do autoweryfikacji [25]. Przedstawienie wy-

[24] Por. *ibidem* s. 283.

[25] Analizując rozkłady odpowiedzi dla wszystkich, którzy przyjęli kwestionariusz do autoweryfikacji (tzn. 212 respondentów), pamiętać na-

ników analizy rozpoczniemy od odpowiedzi na pytania I bloku (o konsumpcję kulturalną). Większość poprawek w odpowiedziach w tym bloku (48,9%) polegała na uzupełnieniu wypowiedzi z wywiadu zasadniczego — dodaniu nowych elementów (wiązało się to między innymi z faktem, że w tym bloku była znaczna liczba pytań otwartych, żądających narracji lub enumeracji). W wypadku zmian wypowiedzi sytuacja była podobna. Wszelkie poprawki wprowadzone w tych pytaniach miały na celu powiększenie bądź liczby i rodzaju oglądanych audycji telewizyjnych i radiowych, bądź też liczby i rodzaju czytanych książek, czasopism itp. Jedynie w jednym wypadku zmiany szły w kierunku zaniżenia częstotliwości chodzenia do kina i w jednym częstotliwości czytania książek. Ta dysproporcja zdaje się wskazywać, że w trakcie dokonywania zmian działała silniej motywacja do zaprezentowania wyższego poziomu swej konsumpcji kulturalnej — niż do uściślenia dokładności podanych w wywiadzie informacji o niej. Tendencję tę widać w tabeli 6, zawierającej rozkłady odpowiedzi przed i po autoweryfikacji na następujące pytanie:

„Czy są takie programy telewizyjne, które stara się P. w miarę możności zawsze obejrzeć? Jakie to są programy? Proszę podać ich tytuły i tematykę" (względna liczba zmian 0,34).

Należy tutaj podkreślić, iż różnice rozkładów odpowiedzi na to pytanie przed i po autoweryfikacji sięgają 5 punktów procentowych. Jednocześnie zmniejszyła się o 3 punkty procentowe liczba wypowiedzi, w których wymieniono od 1 do 3 audycji, wzrosła natomiast o ponad 5 punktów liczba odpowiedzi 4- i więcej elementowych. Przykładowo można zacytować tutaj wypowiedzi jednego respondenta (kwestionariusz nr 567).

leży, iż wśród nich tylko 79 (37,3%) dokonało co najmniej jednej zmiany, a pozostałe 133 osoby (62,7%) nie wprowadziły żadnej poprawki (nie oznacza to jednak, iż wszystkie one nie dokonałyby w swych odpowiedziach korekt, gdyż co najmniej 1/4 spośród nich w ogóle nie przejrzała kwestionariusza). Gdyby założyć, że w wypowiedziach respondentów, którzy w ogóle nie przejrzeli kwestionariusza, liczba poprawek w wypadku dokonania autoweryfikacji byłaby taka sama jak wśród owych 37,3% respondentów — to ostateczny jej efekt dla całej 212-osobowej zbiorowości byłby znacznie większy. Wskazywane efekty autoweryfikacji uznać więc należy za znacznie zaniżone w stosunku do jej możliwości.

Wypowiedź przed autoweryfikacją	Wypowiedź po autoweryfikacji
Dziennik Telewizyjny, wykłady z języka rosyjskiego, filmy kryminalne	Dziennik Telewizyjny, wykłady z języka rosyjskiego, filmy kryminalne. Programy redakcji publicystyki kulturalnej (np. „Studio 2"); publicystyka społeczna („Progi i bariery"), publicystyka między narodowa („Interstudio", „Fakty i Opinie, Hipotezy", „Monitor"), „Tele-Echo", „Pegaz", „Kino Interesujących Filmów", „W Starym Kinie".

Charakterystyczne jest także to, iż w wyniku autoweryfikacji zmniejszyła się liczba respondentów, których pytanie to w wywiadzie zasadniczym nie dotyczyło (ze względu na negatywną odpowiedź na wcześniejsze pytanie filtrujące).

W II bloku pytań (o postrzeganie problemów społecznych) większość poprawek również polegała na uzupełnieniu wypowiedzi z wywiadu zasadniczego (83,3%) — dodawaniu do nich nowych elementów. W większości wypadków rodzaj dopisywanych elementów świadczy o pewnego rodzaju „zaostrzeniu" opinii w stosunku do wypowiedzi z wywiadu zasadniczego. Tendencję tę ilustruje tabela 7, zawierająca odpowiedzi respondentów (przed i po autoweryfikacji) na następujące pytanie:

„We wszystkich społeczeństwach na całym świecie istnieją wciąż jeszcze nie rozwiązane różne problemy społeczne. Proszę powiedzieć, jakie są wg P. najważniejsze problemy społeczne w Polsce, najważniejsze sprawy, które należałoby P. zdaniem rozwiązać w pierwszej kolejności?" (względna liczba zmian 0,23).

Tabela 6. Częstotliwość i rodzaj wymienianych programów telewizyjnych przed i po autoweryfikacji

Rodzaj audycji	Liczba wskazań	
	przed autoweryfikacją $N = 212$ (100,0%)	po autoweryfikacji $N = 212$ (100,0%)
Sportowe	55 (25,9%)	58 (27,4%)
Publicystyczno-informacyjne i oświatowe	143 (67,5%)	154 (72,6%)
Rozrywkowe	32 (15,1%)	36 (17,0%)
Literacko-artystyczne i teatr TV	22 (10,4%)	24 (11,3%)
Filmy	88 (41,5%)	94 (44,3%)
Inne	9 (4,2%)	10 (4,7%)
ND	44 (20,8%)	40 (18,9%)
BD	3 (1,4%)	3 (1,4%)
Razem	396	419

Tabela 7. Częstotliwość i rodzaj wymienianych problemów społecznych przed i po autoweryfikacji

Rodzaj problemów	Liczba wskazań	
	przed autoweryfikacją $N = 212$ (100%)	po autoweryfikacji $N = 212$ (100%)
Gospodarcze i zaopatrzeniowe	156 (73,6%)	168 (79,2%)
Mieszkaniowy i zaplecze socjalne	64 (30,2%)	70 (33,0%)
Zarobki i place	22 (10,4%)	26 (12,3%)
Chuligaństwo i alkoholizm	15 (7,1%)	18 (8,5%)
Organizacja pracy	24 (11,3%)	24 (11,3%)
Komunikacja	17 (8,0%)	17 (8,0%)
Zatrudnienie kobiet	8 (3,8%)	8 (3,8%)
Inne	24 (11,3%)	26 (12,3%)
Nie ma problemów	26 (12,3%)	13 (6,1%)
BD	3 (1,4%)	3 (1,4%)
Razem	359	373

Przeciętna liczba wymienionych problemów (wśród tych, którzy wskazują na ich istnienie) wynosi przed i po autoweryfikacji odpowiednio: 1,80 i 1,83 po. Ilościowe natężenie postrzeganych problemów nie uległo zatem praktycznie zmianie. Wynika to z faktu, iż dwukrotnie zmniejszyła się liczba tych respondentów, którzy „nie widzieli" żadnego problemu (z 12,26% do 6,13%), a tym samym zwiększył się o 6,13% odsetek tych, którzy dostrzegają ich istnienie. W stosunku do 212 osób, które przyjęły kwestionariusz do autoweryfikacji procenty te wynoszą odpowiednio 86,32% (przed autoweryfikacją) i 92,45% (po autoweryfikacji). Wzrost ten, wynoszący 6,13 punktów procentowych, można zatem uznać za znaczący efekt autoweryfikacji. Powyż-

sze zmiany opinii respondentów mają jednakże idące dalej konsekwencje: otóż dla respondentów, którzy dokonali zmiany swojej odpowiedzi na dane pytanie, aktualne stają się pytania następne (poprzednio, przed autoweryfikacją, udzielając odpowiedzi „nie ma problemów", na zasadzie reguły przejść, pytania te nie były im zadawane, nie dotyczyły ich). W wyniku tego zmieniają się rozkłady odpowiedzi nie tylko na to jedno, dane pytanie, lecz i na kolejne. Autoweryfikacja daje więc efekt w postaci „działania wstecznego", który to efekt można uznać za bardzo istotny.

W kolejnym III bloku (przynależność organizacyjna i działalność społeczna) poprawki w odpowiedziach polegały nieco częściej na uzupełnianiu wypowiedzi (52,9%) — niż na ich zmianie (41,2%). Wszelkie poprawki zmierzały do podwyższenia poziomu zaangażowania społecznego (w porównaniu z wywiadem zasadniczym). Jedynie w jednym wypadku zmiana szła w przeciwnym kierunku (chodziło o negatywną odpowiedź na pytanie o podejmowanie prac społecznych — podczas gdy w wywiadzie zasadniczym odpowiedź była pozytywna). I tym razem wystąpiła więc dysproporcja zdająca się wskazywać na układ motywacji, jaki wystąpił w I bloku pytań.

W odpowiedziach na pytania o cechy społeczno-demograficzne respondenta, jego współmałżonka, ojca i pozostałych członków gospodarstwa domowego (blok IV) większość poprawek (55,7%) polegała na zmianie poprzedniej wypowiedzi. Dotyczy to głównie pytań: o skład gospodarstwa domowego, przynależność do grup społeczno-zawodowych i dane dotyczące ojca respondenta. Warto zwrócić uwagę na fakt, że w wypadku pytań o wykształcenie respondenta, współmałżonka i ojca wystąpiło 6 wypadków zawyżeń poziomu wykształcenia (ogółem w odpowiedziach na te pytania było 9 poprawek). W wyniku zmian autoweryfikacyjnych zmniejszyła się liczba rozbieżności między danymi z wywiadu zasadniczego a danymi dokumentalnymi (4 wypadki) [26]. W wypadku uzupełnień wypowiedzi (34,3%) można sądzić, że respondenci kierowali się głównie dążeniem do szczegółowszego opisu swojej sytuacji społeczno-zawodowej. Zwraca także uwagę fakt, że 10% poprawek polegało na korekcie zapisu ankietera (np. niedokładne lub błędne zapisanie nazwy zakładu pracy) [27].

W bloku V (pytania o strukturę społeczną i postrzeganie w niej własnej pozycji) większość poprawek w odpowiedziach (77,6%) również polegała na zmianie poprzedniej wypowiedzi. Zmiany te świadczyły o „zaostrzeniu" opinii w stosunku do wygłaszanej w wywiadzie zasadniczym (dotyczyło to głównie pytań o postrzegane podziały i różnice społeczne). Jeżeli chodzi natomiast o odpowiedzi dotyczące pozycji respondenta, to zarówno większość zmian, jak i uzupełnień miała na celu zaniżenie jej, w stosunku do deklarowanej w wywiadzie zasadniczym. Ogółem na 58 poprawek dokonanych w tym bloku było jedynie 6 wypadków łagodzenia opinii. Należy tutaj podkreślić, iż efekt autoweryfikacji szczególnie zaznaczył się w pytaniach wymagających od respondenta wzbudzenia w sobie jakiejś wizji społecznej, myślenia szerszymi kategoriami i głębszej refleksji. I tak na przykład, wzrósł o 3 punkty procentowe odsetek respondentów wskazujących większą liczbę (3 i powyżej) grup, na jakie dzieli się społeczeństwo. Jednocześnie, podobnie jak przy pytaniach w II bloku, wystąpił tutaj efekt wstecznego działania autoweryfikacji: o 2 punkty procentowe zmniejszył się odsetek respondentów, których pytanie to „nie dotyczyło".

W VI bloku — pytania o warunki i położenie materialne — znaczna większość poprawek (85,1%) polegała także na zmianie wypowiedzi z wywiadu zasadniczego. Były to zarówno zaniżenia, jak i zawyżenia poprzednich deklaracji. Dotyczyły one głównie pytań o powierzchnię mieszkaniową, stan posiadania i oszczędności. W sumie zmiany te prowadziły do uzyskania informacji bardziej trafnych — bliższych informacjom uzyskanym w wy-

[26] Należy tutaj wyjaśnić, iż rozbieżność między danymi deklarowanymi przez respondentów a stanem faktycznym stwierdzone zostały w wyniku prowadzonej przez P. Daniłowicza i P. B. Sztabińskiego weryfikacji zewnętrznej (dokumentalnej) w ramach wspomnianych wcześniej badań metodologicznych (zob. przypis 7). Porównując informacje z wywiadu zasadniczego oraz informacje uzyskane po autoweryfikacji z danymi dokumentalnymi, stwierdzić mogliśmy, czy i o ile są one między sobą zgodne—niezgodne. Powyższe porównanie pozwoliło stwierdzić, iż w wyniku autoweryfikacji liczba rozbieżności uległa zmniejszeniu (wzrosła liczba odpowiedzi trafnych).

[27] Por. Z. Gostkowski, *op. cit.*, s. 283.

Tabela 8. Deklarowane przyczyny dokonania poprawek w odpowiedziach na pytania w poszczególnych blokach

Deklarowane przyczyny dokonania poprawek	I. blok Konsumpcja kulturalna	II. blok Postrzeganie problemów społecznych	III. blok Przynależność org. i działalność społeczna	IV. blok Metryczka	V. blok Postrzeganie struktury społecznej	VI. blok Warunki materialne	Razem
Pomyłki i błędy ankietera	8 (4,5%)	2 (2,6%)	2 (5,9%)	7 (10,0%)	1 (1,7%)	1 (2,1%)	21 (4,5%)
Pomyłka respondenta lub niezrozumienie pytania	19 (10,8%)	2 (2,6%)	8 (23,5%)	19 (27,1%)	19 (32,8%)	17 (36,2%)	84 (18,1%)
Chęć uzupełnienia, uściślenia odpowiedzi	69 (39,2%)	27 (34,6%)	10 (29,4%)	11 (15,7%)	14 (24,1%)	10 (21,3%)	141 (30,5%)
Zmiana odpowiedzi po zastanowieniu się	59 (33,6%)	42 (53,8%)	11 (32,4%)	30 (42,9%)	21 (36,3%)	14 (29,8%)	177 (38,2%)
Konsekwencje zmiany reguł przejść	5 (2,8%)	2 (2,6%)	1 (2,9%)	— —	1 (1,7%)	1 (2,1%)	10 (2,2%)
Inne	2 (1,1%)	— —	— —	1 (1,4%)	— —	— —	3 (0,6%)
Brak danych	14 (8,0%)	3 (3,8%)	2 (5,9%)	2 (2,9%)	2 (3,4%)	4 (8,5%)	27 (5,9%)
Razem	176 (100,0%)	78 (100,0%)	34 (100,0%)	70 (100,0%)	58 (100,0%)	47 (100,0%)	463 (100,0%)

niku weryfikacji dokumentalnej. Zwraca jednak uwagę fakt, że na 6 wypadków uzupełnień zapisu, aż w pięciu poprawki zmierzały do zaniżenia.

Obecnie przejdziemy do charakterystyki przyczyn zmian dokonywanych przez respondentów. Przyczyny te podawali sami respondenci w trakcie wywiadu poautoweryfikacyjnego. Analizą obejmiemy wszystkie poprawki dokonane w odpowiedziach na pytania zawarte w kwestionariuszu (por. tabela 8).

Najczęściej podawaną przyczyną poprawek w kwestionariuszu była zmiana odpowiedzi po zastanowieniu się (38,2%). Następne przyczyny w kolejności to: chęć uzupełnienia, uściślenia odpowiedzi — 30,5%; pomyłka respondenta lub początkowe niezrozumienie przez niego pytania — 18,1%, oraz — 4,4% pomyłki i błędy ankieterskie [28]. Analizując przyczyny zmian w odniesieniu do poszczególnych bloków pytań zauważyć można, że w I bloku (dotyczącym konsumpcji kulturalnej) najczęściej podawaną przyczyną była chęć uzupełnienia, uściślenia odpowiedzi (39,2%). Wiąże się to między innymi z faktem, że w bloku tym była duża liczba pytań otwartych. Uściślenia te polegały, jak już mówiliśmy, na dopisywaniu nowych elementów do odpowiedzi zapisanej przez ankietera. W II bloku (postrzeganie problemów społecznych) najczęściej podawaną przyczyną jest „zmiana opinii po zastanowieniu się" (53,8%). Podobna sytuacja występuje w trzech następnych blokach pytań (przynależność organizacyjna, metryczka, postrzeganie struktury społecznej). W ostatnim — VI bloku natomiast (położenie i warunki materialne), najczęściej deklarowaną przyczyną poprawek (36,2%) jest pomyłka respondenta lub niezrozumienie pytania. Wydaje się, że jest to związane ze stosunkowo dużą trudnością i długością tych pytań, a także z faktem, że znajdują się one w końcowej części kwestionariusza (respondenci mogli być zmęczeni, nie słuchali tak uważnie treści pytań i stąd mogły brać się pomyłki).

Ciekawy wydaje się także problem, w jaki sposób badani dokonywali zmian (opierać będziemy się tutaj także na relacji respondentów).

[28] Por. *ibidem*, s. 281.

Tabela 9. Sposób dokonania poprawek w odpowiedziach na pytania w poszczególnych blokach

Sposób dokonania poprawek	I. blok Konsumpcja kulturalna	II. blok Postrzeganie problemów społecznych	III. blok Przynależność org. i działalność społeczna	IV. blok Metryczka	V. blok Postrzeganie struktury społecznej	VI. blok Warunki materialne	Razem
Sam, po zastanowieniu się	121 (68,8%)	45 (57,7%)	23 (67,7%)	29 (41,4%)	38 (65,5%	11 (23,4%)	267 (57,7%)
Konsultacja z rodziną	48 (27,3%)	33 (42,3%)	9 (26,5%)	40 (57,1%)	19 (32,8%)	25 (53,2%)	174 (37,6%)
Po sprawdzeniu (w książkach lub dokumentach)	7 (3,9%)	— —	1 (2,9%)	— —	— —	10 (21,3%)	18 (3,9%)
Brak informacji	— —	— —	1 (2,9%)	1 (1,5%)	1 (1,7%)	1 (2,1%)	4 (0,8%)
Razem	176 (100,0%)	78 (100,0%)	34 (100,0%)	70 (100,0%)	58 (100,0%)	47 (100,0%)	463 (100,0%)

Otóż 57,7% respondentów, którzy dokonali zmian, twierdziło, że dokonali je „sami, po zastanowieniu się"; 37,6%, że zmian dokonali „po konsultacji z rodziną" oraz 3,9% — „po sprawdzeniu w dokumentach" (w odniesieniu do 0,8% zmian brak informacji) [29]. W I, III i V bloku pytań większość poprawek respondenci dokonali sami po zastanowieniu się. W II bloku pytań sytuacja jest podobna, przy czym wysoki jest także procent osób, które dokonały poprawek po uprzedniej konsultacji z członkami rodziny (42,3%). Natomiast w blokach IV i VI znacznie wyższy procent poprawek respondenci dokonali po konsultacji z rodziną (nie jest to niekorzystne z punktu widzenia badań, ze względu na to, że chodziło o ustalenie cech społeczno-demograficznych oraz informacji o warunkach materialnych). Wskazuje to jednocześnie na fakt, iż respondenci nie byli pewni swoich pierwotnych odpowiedzi, chcieli sprawdzić fakty, o które pytano ich w czasie wywiadu, lub uzgodnić wyrażone w nim oceny.

[29] Por. *ibidem*, s. 281—282.

Zanim podejmiemy próbę ogólnej oceny autoweryfikacji celowe wydaje się przypomnienie, jak sami badani oceniają tę technikę. Otóż, wśród osób, które odesłały ankietę pocztową, aż 84,4% (108 osób) uznało autoweryfikację za celową i określiło ją jako dobrą i pożyteczną procedurę. Tylko 10,2% osób uznało ją za bezcelową (większość z nich to respondenci, którzy odmówili autoweryfikacji). Pozytywna ocena była motywowana najczęściej tym, że pozostawienie kwestionariusza pozwala na dokładne przemyślenie odpowiedzi na pytania, umożliwia zastanowienie się nad problemami, o które pytano w wywiadzie, a nie „strzelanie w ciemno" [30].

Ogólnie zatem wydaje się, iż pozostawienie kwestionariusza wywiadu do autoweryfikacji pozwala badaczowi na zdobycie bardziej pogłębionych i przemyślanych przez respondenta informacji. Jest to szczególnie widoczne w pytaniach otwartych, gdy respondenci zaskoczeni wywiadem i mający mało czasu na przemyślenie poruszanych w pytaniach problemów udzielają odpowiedzi albo w sposób bardzo lakoniczny i skrótowy, albo też odpowiedzi „byle jakich". Sytuacja wywiadu nie pobudza bowiem do ogólniejszej refleksji, przemyśleń — wypowiadane opinie są często sądami formułowanymi *ad hoc*, spontanicznymi reakcjami na zadane pytanie bądź powtórzeniem opinii obiegowych, przy-

[30] Por. *ibidem*, s. 283—284. Na sprawy te, w swoich wypowiedziach, zwracali także uwagę respondenci w innych badaniach, m.in. w metodologicznych badaniach F. Sztabińskiego, poświęconych ankiecie pocztowej. W ich opinii, zasadniczą zaletą otrzymania kwestionariusza „do ręki" jest możliwość dłuższego zastanowienia się i przemyślenia swoich odpowiedzi, co z kolei sprzyja temu, iż są one szczere, zgodne z tym, „co się naprawdę myśli". Zob. F. Sztabiński, *Wywiad kwestionariuszowy i ankieta pocztowa. Analiza przebiegu procesów uzyskiwania informacji i ich rezultatów*, „Przegląd Socjologiczny", t. XXXVII, Łódź, 1990, s. 235—263.

padkowo zasłyszanych, „oficjalnych" itp. (o słuszności tego typu interpretacji świadczą zresztą dane zawarte w tabelach 8 i 9: najwyższy odsetek poprawek — 38,2%, dokonany został po powtórnym przemyśleniu problemu, a jednocześnie aż 57,7% respondentów stwierdza, iż zmian dokonali po zastanowieniu się). Podobnie jest również w wypadku pytań o fakty, w szczególności zaś odległe fakty historyczno-biograficzne dotyczące rodziny (np. wiek i zawód dziadka). W takich sytuacjach autoweryfikacja, umożliwiająca konsultację z rodziną, jest praktycznie, jeżeli nie jedynym sposobem uzyskania informacji, to z pewnością jednym ze sposobów ich uwiarygodnienia [31].

Autoweryfikacja zatem, poprzez powtórne przeczytanie odpowiedzi, zastanowienie się nad nimi i ewentualne przedyskutowanie ich w gronie rodziny lub znajomych, daje respondentom możliwość generowania sądów i opinii w warunkach zbliżonych do naturalnych. W wyniku tego otrzymujemy, jak się wydaje, wypowiedzi obszerniejsze, bardziej szczegółowe, a co za tym idzie bardziej przemyślane i, jak można przypuszczać, bardziej trafne. Dlatego też w takich badaniach, w których badaczowi zależy na uzyskaniu materiałów pogłębionych, w których występuje dużo pytań otwartych, wymagających od respondentów przypominania sobie faktów lub wyrażania opinii, odzwierciedlających rzeczywiste przekonania badanych, autoweryfikacja jest techniką przynoszącą pozytywne rezulaty [32].

Należy zwrócić także uwagę na jeszcze jeden bardzo ważny czynnik przemawiający na korzyść autoweryfikacji. Otóż w wyniku zastosowania tej techniki zmniejsza się liczba wypadków „nie dotyczy" (w odniesieniu do poszczególnych pytań)

[31] Powyższy przykład zaczerpnięty został z badań „Struktura społeczna" prowadzonych przez zespół pod kierunkiem K. M. Słomczyńskiego. Poprzedzające je badania pilotażowe wykazały, iż informacje dotyczące dziadka respondenta, jeżeli w ogóle udaje się uzyskać, to w większości wypadków jedynie po konsultacjach z rodziną.

[32] Wyraźnie trzeba tutaj jednak podkreślić, iż koncepcja autoweryfikacji pozostaje w wyraźnej sprzeczności z tradycyjną koncepcją wywiadu kwestionariuszowego. Ta ostatnia zakłada bowiem, iż każdy wywiad powinien odbywać się bez obecności i udziału tzw. osób trzecich. Z góry zatem wyklucza się tam np. konsultacje z innymi osobami.

oraz „brak danych", a w wielu wypadkach respondenci po prostu korygują błędy ankieterów.

Dokonując oceny procedury autoweryfikacji należy jednak zwrócić uwagę na sprawy budzące pewne zastrzeżenia, będące jednocześnie swego rodzaju ograniczeniem jej stosowalności. Po pierwsze, o czym już wspominaliśmy, jest ona sprzeczna z tradycyjną koncepcją wywiadu kwestionariuszowego jako rozmowy odbywającej się w „cztery oczy" między ankieterem i respondentem. W chwili obecnej nie będziemy rozstrzygali, które z rozwiązań jest słuszniejsze, tym bardziej iż za każdym z nich można przytoczyć tyle samo argumentów za i przeciw. Po drugie, podczas autoweryfikacji, w pewnych sytuacjach mogą wystąpić negatywne (z punktu widzenia jakości uzyskiwanych danych) procesy psychiczne. Mogą to być: obawa („podałem za wysokie zarobki — trzeba to obniżyć"), wstyd („za mało czytam książek — trzeba dodać więcej") itp. Procesy te mogą powodować, iż odpowiedzi, jakkolwiek istotne, mogą być nietrafne. Bezsprzecznie, w niektórych wypadkach ma to miejsce. Wydaje się jednak, że duże prawdopodobieństwo wystąpienia tego typu zjawisk zachodzi jedynie w wypadku pytań, przy których mogą pojawić się mechanizmy i dążenia kompensacyjne, wywołane poczuciem własnej niedoskonałości, czy też niższości w pewnych dziedzinach (np. pytania o konsumpcję kulturalną). W odniesieniu natomiast do pytań o fakty (np. o dane osobowe respondenta), w wyniku autoweryfikacji uzyskujemy większą liczbę odpowiedzi trafnych, bardziej zbliżonych do stanu faktycznego. Tendencję tę można zaobserwować w wypadku pytań weryfikowanych dokumentalnie, ale można sądzić, że występuje ona także i w innych tego typu pytaniach.

Z całą pewnością natomiast autoweryfikacja nie powinna być stosowana w wypadku kwestionariuszy zawierających dużą liczbę pytań o wiedzę, pytań projekcyjnych, czy też pytań opartych na koncepcji testowej. We wszystkich tych sytuacjach możliwość konsultacji czy też dłuższego namysłu prowadziłaby do wypaczenia rezultatów. W takim wypadku istnieje jednak możliwość pozostawienia do autoweryfikacji jedynie części kwestionariusza, tzn. np. części „metryczkowej", faktualnej czy też dotyczącej opinii.

Pewien problem stanowi także nakłonienie respondentów do przyjęcia kwestionariusza i wzbudzenia motywacji do dokonania autoweryfikacji swoich wypowiedzi. Wydaje się, iż znaczną rolę odgrywa tutaj nie tylko „atmosfera" wywiadu, ale i sama problematyka badań. Im bardziej interesujące, ważne, istotne i doniosłe będą to sprawy dla respondentów, tym chętniej, jak się wydaje, przyjmować będą oni kwestionariusze do autoweryfikacji, tym bardziej znaczący będzie jej efekt.

Wspomnieć należy na zakończenie, iż procedura ta obarcza dodatkową pracą ankietera (przynajmniej dwukrotne dotarcie do jednego respondenta), a także wymaga zainwestowania pewnych nakładów finansowych.

Rozważenie wszystkich wyżej wspomnianych kwestii wymaga jeszcze dodatkowych i bardziej wnikliwych badań, a przede wszystkim skoncentrowania się na zagadnieniu jakości i trafności danych otrzymywanych w wyniku autoweryfikacji (szczególnie w odniesieniu do pytań o opinie, konsumpcję kulturalną itp.). Wiąże się to z kolei z koniecznością przeprowadzenia specjalnych badań z odpowiednio przygotowanym do autoweryfikacji kwestionariuszem, a także zastosowania specjalnych procedur weryfikacyjnych. Wydaje się to jednak celowe, tym bardziej że wyniki uzyskane w poprzednich badaniach z zastosowaniem techniki autoweryfikacji wywiadu kwestionariuszowego, jak i w obecnie omawianych są symptomatyczne i wskazują możliwości poprawy jakościowej badań masowych.

ANEKS

Uwaga: W aneksie podajemy tylko tę część instrukcji i ankiety do ankietera, która wiąże się bezpośrednio z autoweryfikacją. Partie inne (dotyczące np. osób trzecich w wywiadzie, drażliwości pytań i obserwacji zachowań respondenta w trakcie wywiadu) zostały pominięte.

1) Instrukcja do wywiadu z autoweryfikacją

Wywiad z autoweryfikacją ma na celu uzyskanie od respondentów pełniejszych i bardziej wiarygodnych informacji. Autoweryfikacja, polegająca na zostawieniu respondentowi po wywiadzie zasadniczym zapisanego kwestionariusza, ma mu umożliwić poprzez powtórne przeczytanie treści pytań i odpowiedzi skorygowanie ewentualnych błędów w odpowiedziach lub ich zapisie. Ma także pozwolić na przemyślenie problemów, których dotyczą poszczególne pytania i dokonanie uzupełnień czy też zmian w udzielonych ankieterowi odpowiedziach.

Zadaniem ankietera jest przeprowadzenie wywiadu kwestionariuszowego — zasadniczego, zaaranżowanie pozostawienia zapisanego kwestionariusza respondentowi, powtórne przyjście do respondenta w celu odebrania od niego kwestionariusza oraz przeprowadzenie krótkiego wywiadu poautoweryfikacyjnego i napisanie raportu po przeprowadzonym wywiadzie z autoweryfikacją. [...]

Aranżacja autoweryfikacji

Po zakończeniu wywiadu zasadniczego ankieter powinien zwrócić się do respondenta z prośbą o przyjęcie przez niego i przejrzenie kwestionariusza z zapisanymi odpowiedziami. Z prośby tej rezygnujemy oczywiście w wypadku, gdy podczas wywiadu okazuje się, że respondent np. nie umie czytać, wyjeżdża gdzieś na dłużej itp. Poniższy tekst jest zalecanym wprowadzeniem do pozostawienia kwestionariusza respondentowi; po zakończeniu wywiadu zasadniczego ankieter zwraca się do respondenta mówiąc: „Proszę Pana(i), mam jeszcze do Pana(i) pewną prośbę. Ze względu na to, że prosiłem Pana(ią) o udzielenie wielu szczegółowych informacji o Panu(i) i Pana(i) rodzinie, które nie zawsze musiał Pan(i) dokładnie pamiętać i które ja mogłem niedokładnie zapisać, chciałbym Pana(ią) prosić o przejrzenie swoich odpowiedzi i ewentualne dokonanie jakichś uzupełnień, poprawek lub zmian.

Będziemy Panu(i) bardzo wdzięczni za wszelkie uzupełnienia, bo to nam pozwoli na zdobycie obszerniejszego i pełniejszego materiału, a zda-

jemy sobie sprawę, że podczas samego wywiadu nie wszystko można przemyśleć i przypomnieć sobie; obawiam się także, że ja mogłem tu popełnić jakieś pomyłki w zapisie".

Jeśli respondent zdecydowanie odmawia — rezygnujemy oczywiście z pozostawienia kwestionariusza, próbując jedynie dokładnie dowiedzieć się, jakie są przyczyny odmowy. Jeśli natomiast respondent waha się, zastanawia, ponawiamy prośbę wyjaśniając mu cel pozostawienia kwestionariusza, starając się wytłumaczyć — na czym ten zabieg ma polegać.

Jeśli respondent wyraża zgodę na zatrzymanie i przejrzenie kwestionariusza, ankieter instruuje go krótko o szczegółach technicznych dokonywania zmian:

„Może Pan(i) dokonywać wszelkich zmian we wszystkich pytaniach, w których uzna Pan(i), że odpowiedź nie jest dokładna lub źle zapisana. Proszę nowe odpowiedzi wpisywać w takiej formie, w jakiej to Panu(i) najbardziej odpowiada, byle to było wyraźne i czytelne, a do nowego zapisu proszę wykorzystać wolne miejsce przy każdym pytaniu lub obok, na wolnej stronie. Poprzednią odpowiedź proszę lekko przekreślić.

Prosiłbym, aby wszelkie uzupełnienia lub zmiany wpisywał(a) Pan(i) sam, ale zanim Pan(i) je wpisze, może Pan(i) konsultować się z kimś z rodziny, znajomych, zaglądać do książek czy dokumentów.

Kiedy mógłbym się z Panem(ią) umówić — najchętniej w ciągu najbliższych 3 dni — żeby odebrać ankietę od Pana(i) osobiście i ewentualnie jeszcze krótko z Panem(ią) porozmawiać na ten temat?"

Powyższy tekst aranżacyjny stanowi dla ankietera pewien schemat tego, co ankieter powinien powiedzieć respondentowi. Zależnie od sytuacji wywiadu i nastawienia respondenta, może być on uzupełniany i modyfikowany przez ankietera, przy założeniu jednak, że podstawowe informacje o celu i szczegółach technicznych dokonywania autoweryfikacji zostaną respondentowi przekazane. Jeśli ankieter w jakiś sposób zmodyfikuje aranżację — powinien swoje argumenty zapamiętać i zanotować w raporcie. Optymalny termin odbioru kwestionariusza wynosi 3 dni. W wypadku gdy respondent wyraża chęć przeczytania zapisu i ewentualnie dokonania zmian, a nie dysponuje czasem w tym terminie — maksymalny okres nie powinien być dłuższy niż tydzień.

Wywiad poautoweryfikacyjny

Przy odbiorze kwestionariusza, ankieter powinien przeprowadzić z respondentem krótki wywiad na temat zmian, uzupełnień lub poprawek wprowadzonych przez respondenta. Podczas tej rozmowy należy przejrzeć dokładnie cały kwestionariusz, zwracając uwagę na to, czy respondent dokonał jakichś zmian w zapisanych przez ankietera odpowiedziach. Jeśli tak, należy ustalić, czy respondent dokonał autoweryfikacji sam, czy też uzgadniał nowe odpowiedzi z kimś (rodziną, znajomymi itp.). [...]

Można to zaaranżować w następujący sposób: „Widzę, że zrobił(a) Pan(i) tu pewne poprawki (zmiany, uzupełnienia). Czy robił(a) je Pan(i) sam(a), czy też wspólnie z kimś?" Jeśli odpowiedź respondenta jest twierdząca: „Czy to może była Pana(i) żona (mąż)?" [...] Jeśli nie, „A z kim Pan(i) dokonywał tych uzupełnień?"

Odpowiedzi na te pytania należy zanotować w raporcie z wywiadu przy opisie zmian dokonanych przez respondenta.

Dalej należy wrócić do tych pytań kwestionariusza, w których respondent dokonał jakichkolwiek zmian, uzupełnień, poprawek, próbując dowiedzieć się od respondenta, jakie były przyczyny zmian, czym respondent uzasadniał dokonaną zmianę, czy dokonał jej sam, czy przy pomocy innych osób, dokumentów itp.

2) Ankieta do ankietera (wywiad zasadniczy)

(Proszę podkreślić lub wpisać odpowiedź)

[...] 7. Jaki był stosunek respondenta do wywiadu?
1. zdecydowanie pozytywny
2. pozytywny
3. obojętny
4. negatywny
5. zdecydowanie negatywny
6. inne określenie .....
8. Proszę napisać, w czym ten stosunek przejawiał się? ..... [...]

3) Opis sytuacji aranżującej autoweryfikację

(Proszę podkreślić lub wpisać odpowiedź).

1. Czy respondent zgodził się na dokonanie autoweryfikacji?
   1. tak (pyt. 3)
   2. nie (pyt. 2)
2. Czym respondent motywował swoją odmowę? Proszę o dokładne wyliczenie podawanych przez respondenta uzasadnień. .....
3. Czy do uzyskania zgody respondenta na autoweryfikację wystarczył zaproponowany tekst aranżacyjny?
   1. tak (pyt. 5)
   2. nie (pyt. 4)
4. Proszę podać możliwie dokładnie zastosowany przez siebie sposób aranżacji, który doprowadził do uzyskania zgody respondenta na dokonanie autoweryfikacji. .....
5. Czy na uzyskanie zgody respondenta na autoweryfikację miały wpływ osoby trzecie (np. obecna przy wywiadzie żona, czy też zainteresowany kwestionariuszem lub jego tematyką syn)?
   1. tak (pyt. 6)
   2. nie (pyt. 8)
6. Kim była ta osoba (osoby)? .....
7. Czy ta osoba (osoby) była obecna podczas wywiadu zasadniczego?
   1. tak
   2. nie
8. Czy respondent chętnie, czy też niechętnie wyraził zgodę na autoweryfikację?

1. chętnie, bez zastrzeżeń (pyt. 10)
2. chętnie, ale z pewnymi zastrzeżeniami (pyt. 9)
3. niechętnie (pyt. 9)
4. inne określenia .....

9. Jakie to były zastrzeżenia lub czym respondent uzasadniał swoją niechęć do autoweryfikacji? .....
10. Na jaki termin ankieter umówił się z respondentem?
    1. na następny dzień
    2. w ciągu 2—3 dni od wywiadu zasadniczego
    3. więcej niż 3 dni (pyt. 11)
11. Z jakich przyczyn termin ten był dłuższy niż 3 dni? .....

Nazwisko ankietera

.....

Data

.....

4) Ankieta do ankietera (wywiad poautoweryfikacyjny)

(Proszę podkreślić lub wpisać odpowiedź)

1. Czy odbiór kwestionariusza odbył się w terminie wyznaczonym przez respondenta?
    1. tak (pyt. 3)
    2. nie (pyt. 2)
2. Jakie były przyczyny zmiany terminu odbioru kwestionariusza? .....
3. Czy respondent dokonał jakichś zmian, uzupełnień, poprawek?
    1. tak (pyt. 5)
    2. nie (pyt. 4)
4. W jaki sposób respondent uzasadnił fakt, że w kwestionariuszu nie dokonał żadnych zmian? .....
5. Jaki był stosunek respondenta do wywiadu poautoweryfikacyjnego?
    1. zdecydowanie pozytywny
    2. pozytywny
    3. obojętny
    4. negatywny
    5. zdecydowanie negatywny
    6. inne określenie .....
6. Proszę napisać, w czym ten stosunek przejawiał się? .....
7. Czy respondent robił jakieś uwagi na temat poszczególnych pytań — ich treści i formy?
    1. tak (pyt. 8)
    2. nie (pyt. 9)

8. Podać numer pytań kwestionariuszowych oraz treść uwag .....
9. Ewentualne uwagi respondenta na temat autoweryfikacji .....
10. Ewentualne uwagi dodatkowe ankietera .....

Nazwa ankietera — Data

Godzina rozpoczęcia — Godzina zakończenia

5) Schemat raportu ankietera po przeprowadzeniu wywiadu z autoweryfikacją

Pełny raport z przeprowadzonego wywiadu z autoweryfikacją, w czasie której respondent dokonał zmian lub poprawek w kwestionariuszu, powinien składać się z 4 elementów:

a. ankiety do ankietera, zawierającej pytania dotyczące uwag ankietera o przebiegu i reakcjach respondenta w wywiadzie zasadniczym
b. opis sytuacji aranżującej autoweryfikację
c. ankiety do ankietera, zawierające pytania dotyczące uwag ankietera o przebiegu i reakcjach respondenta w wywiadzie poautoweryfikacyjnym
d. opis zmian dokonanych przez respondenta oraz ich przyczyny.

W przypadku gdy respondent nie wyraził zgody na autoweryfikację — ankieter wypełnia jedynie ankietę do ankietera (wywiad zasadniczy — punkt a) oraz częściowo punkt b — opis sytuacji aranżującej autoweryfikację.

Jeśli respondent zgodził się na dokonanie autoweryfikacji, lecz nie wniósł poprawek do swoich odpowiedzi — ankieter wypełnia dodatkowo ankietę do ankietera dotyczącą wywiadu poautoweryfikacyjnego.

Ad punktu a i c:

Wypełniając obie ankiety (po wywiadzie zasadniczym i po autoweryfikacyjnym), ankieter powinnien starać się w miarę dokładnie i szczegółowo odpowiadać na zawarte w nich pytania. Pytanie 7 w ankiecie po wywiadzie zasadniczym i pytanie 5 w ankiecie po wywiadzie autoweryfikacyjnym: jeśli występują trudności z określeniem stosunku respondenta do wywiadu wg podanych 5 punktów — należy wpisać takie określenia, jakie wydają się ankieterowi najtrafniejsze, np. „pozytywny w stosunku do ankietera, a obojętny do wywiadu; pozytywny na początku wywiadu, a negatywny pod koniec rozmowy" itp.

Ad punktu b:

Prosimy o w miarę dokładne i szczegółowe odpowiedzi na pytania, szczególnie na pyt. 2 i 4.

Ad. punktu d:

Informacje o zmianach dokonanych przez respondentów podczas autoweryfikacji należy wpisywać w tabeli załączonej do każdego wywiadu. Kolejno dla wszystkich pytań, w których respondent dokonał zmian, uzupełnień:

1) Podać, czym respondent uzasadniał i jak wyjaśniał dokonaną zmianę
2) Podać numer pytania
3) Określić sposób dokonania zmiany. Uwzględnić, czy respondent dokonał jej:
   1. sam, po zastanowieniu się i przemyśleniu problemu
   2. przy pomocy innych osób lub dokumentów:
      a) po uzgodnieniu odpowiedzi z kimś (rodziną, znajomymi itp., z wzięciem pod uwagę, czy była to osoba obecna podczas wywiadu zasadniczego)
      b) sięgał do dokumentów, książek itp.
      c) inne sposoby — jakie?
4) Podać ewentualny własny komentarz (ankietera) wyjaśniający nowy zapis respondenta przy poszczególnych zmienianych odpowiedziach.

Na zakończenie należy umieścić informację, kiedy respondent dokonywał uzupełnień lub zmian w odpowiedziach.

6) Ankieta wysyłana do respondentów poddanych procedurze autoweryfikacji

Prosimy podkreślić lub wpisać odpowiedź:

1. Czy nasz współpracownik zwrócił się do Pana/Pani z prośbą o przejrzenie zapisanych przez niego odpowiedzi w celu dokonania przez Pana/Panią ewentualnych uzupełnień lub poprawek?
   1. tak (pyt. 2)
   2. nie (pyt. 5)
2. Czy zgodził się Pan/Pani na przeczytanie zapisu swoich odpowiedzi?
   1. tak (pyt. 3)
   2. nie (pyt. 5)
3. Kiedy przeczytał Pan/Pani zapis swoich odpowiedzi?
   1. zaraz po rozmowie — w obecności naszego współpracownika
   2. po odejściu naszego współpracownika — tego samego dnia
   3. w innym terminie — kiedy? .....
4. Czy dokonał Pan/Pani jakichś zmian lub uzupełnień w ankiecie po przeczytaniu zapisu swoich odpowiedzi?
   1. tak
   2. nie
5. Jakie jest Pana/Pani zdanie na temat takiego zabiegu — tj. umożliwienia odpowiadającemu na ankietę przejrzenia zapisu jego odpowiedzi? Czy uważa Pan/Pani to za:
   1. celowe
   2. bezcelowe
   3. inne .....

6. Dlaczego Pan/Pani tak uważa? .....
7. Ewentualne uwagi na temat wywiadu:

Uwaga: Gdyby nasz współpracownik jeszcze nie zgłosił się, prosimy również o odesłanie niniejszej ankiety z zaznaczeniem tego faktu.

Dziękujemy za współpracę