

MAŁGORZATA STEFANOWSKA

**WERYFIKACJA TECHNIK BADANIA CZĘSTOTLIWOŚCI
I INTENSYWNOŚCI OGLĄDANIA TELEWIZJI W OPARCIU
O DANE Z OBSERWACJI UCZESTNICZĄCEJ UKRYTEJ.**

Odpowiedzi na pytania o konsumpcję kulturalną można rozpatrywać z dwojakiego punktu widzenia. Po pierwsze, jako informacje o faktach ekstraspekcyjnych, przy czym respondent traktowany jest przez badacza jako informator, a jego wypowiedzi jako sposób dotarcia do owych faktów. Faktami tymi mogą być nie tylko pojedyncze akty, np. przeczytanie książki, obejrzenie filmu; tą drogą badacz również często pragnie osiągnąć bardziej abstrakcyjne miary zachodzenia faktów, jak np. średnią liczbę jednostkowych aktów konsumpcji w mniej lub bardziej wyraźnie zakreślonym wycinku czasowym. Tak więc samych wypowiedzi nie traktuje się jako wskaźników o faktach interesujących badacza, lecz jako bezpośrednią relację o faktach.

Drugi sposób traktowania wypowiedzi o własnej konsumpcji kulturalnej polegałby na przyjęciu założenia, że wypowiedzi te są wywoływane przez badacza faktami o odpowiednim stopniu skorelowania z ekstraspekcyjnymi faktami z zakresu konsumpcji kulturalnej. Mielibyśmy wtedy do czynienia z sytuacją, o której wspomina S. Nowak omawiając wskaźniki rzeczowe empiryczne, to jest takie, gdy „wskaźnik wskazuje zjawiska różne od wskaźnika i oznaczone przez całkiem inne pojęcia, a związek łączący wskaźnik ze zjawiskiem wskazywanym ma tutaj charakter statystycznej bądź bezwyjątkowej zależności empirycznej”¹. Rzecz

¹ S. Nowak, *Metodologia badań socjologicznych*, Warszawa 1970, s. 103 - 104.

interesująca, że takie spojrzenie na wypowiedzi o konsumpcji kulturalnej nie przyjęło się wśród badaczy tej dziedziny, którzy chcieliby je traktować jako bezpośrednie relacje o faktach, a więc pozostające w bezwyjątkowej zależności empirycznej z rzeczywistością. Ma to również często miejsce i wtedy, gdy zadawane pytania dostarczają w istocie badaczowi raczej subiektywne impresje, wrażenia respondentów odnoszące się do własnej konsumpcji kulturalnej. Zdarza się to przede wszystkim wtedy, gdy uzyskuje się odpowiedzi na temat nasilenia czy częstotliwości konsumpcji kulturalnej w rodzaju: „Czytam dorywczo/stale”, „Chodzę do kina przeciętnie raz w tygodniu”, „Chodzę do teatru regularnie/dorywczo”. Przy uzmysłowieniu sobie, że tego rodzaju wypowiedzi nie mogą być brane na serio jako obiektywne relacje o ekstraspekcyjnych faktach, lecz jedynie jako fakty zachowania werbalnego, będące wskaźnikiem faktów ekstraspekcyjnych — nasuwa się zupełnie inny problem interpretacji materiału z wywiadu. Przede wszystkim należałoby postawić pytanie, jaki jest stopień trafności owych wskaźników, mierzony siłą wspomnianej korelacji. Następnie powstaje problem, czy wskaźniki takie są jednakowo trafne dla różnych kategorii respondentów. Mówiąc inaczej, czy siła korelacji nie zależy od takich zmiennych, jak wykształcenie, aspiracje kulturalne, snobizm itp. respondentów.

Nasuwa się czysto empiryczny problem zbadania owej korelacji, co wymagałoby oczywiście dysponowania niezależnie dwoma rodzajami danych: wskaźnikowymi wypowiedziami (co jest naturalnie rzeczą najłatwiejszą) oraz danymi o rzeczywistych faktach zachowania (konsumpcji kulturalnej) respondenta (co w większości wypadków nastęrcza niemal nieprzezwyciężalne trudności).

A zatem najtrudniejszym problemem jest dotarcie do faktów konsumpcji kulturalnej niezależnie od zeznań respondentów. W wypadku gdy akty konsumpcji kulturalnej nie pozostawiają żadnych śladów w postaci dokumentów (np. liczby sprzedanych biletów, liczby egzemplarzy gazet, liczby wypożyczeń bibliotecznych itp.), jedyną metodą dostępną badaczowi jest obserwacja. Głównym mankamentem tej metody jest jednak ogromna czaso-

chłonność, wysokie koszty i niemożność objęcia nią masowych zbiorowości. Jednakże zgodnie z opinią wielu metodologów obserwacja uważana jest za technikę znacznie przewyższającą pod względem wiarygodności rezultatów technikę wywiadu kwestionariuszowego czy ankiety. Kluczowym wymogiem wiarygodności danych z obserwacji jest szczególna kompetencja obserwatora (sumienność, spostrzegawczość, umiejętność kierunkowej selekcji faktów, odpowiednia technika rejestrowania).

W niniejszym studium przedstawiono próbę zastosowania obserwacji uczestniczącej ukrytej w celu uzyskania maksymalnie wiarygodnych danych o tych formach recepcji treści kulturowych, przy których normalnie badacz zdany jest w masowych badaniach wyłącznie na zeznania samych respondentów. Wchodzi tu w grę: oglądanie i recepcja programów telewizyjnych, czytelnictwo książek wszelkiego rodzaju (a nie tylko wypożyczonych z biblioteki), czytelnictwo czasopism, uczęszczanie do kina i do teatru. Wydawałoby się, że ta ostatnia forma recepcji kultury może być udokumentowana za pośrednictwem sprzedanych biletów. Jednak w praktyce wykorzystanie tego źródła informacji nastęrcza trudności związane z dobozem próby widowni, czasokresem oraz koniecznością uchwycenia publiczności kinowej i teatralnej w określonej miejscowości. Podobnie ma się sprawa z dokumentacją o sprzedaży czasopism.

Punktem wyjścia projektu badawczego było oparcie się na wybranej grupie obserwatorów. Chodziło o wybór takich osób, które w swojej rodzinie mogłyby obserwować od 1 do 2 członków rodziny, rejestrując przewidziane akty ich konsumpcji kulturalnej, nieprzerwanie w okresie jednego miesiąca. Uważano, że tego typu obserwacja jest możliwa jedynie w ramach grupy rodzinnej, zapewniającej ciągłość, bliskość i naturalny charakter kontaktów społecznych z osobami obserwowanymi².

² Technikę obserwacji odbioru telewizji przez dzieci w sytuacji rodzinnej oraz w specjalnym zakładzie wychowawczym stosowała J. Komorowska. Jednakże z omówienia autorki nie można się zorientować co do bliższych szczegółów techniki obserwacji. Por. J. Komorowska, *Teledziwizja w życiu dzieci i młodzieży*, część I, Łódź, 1963, i te jż, *Recepcja*

1. Obserwacja

Obserwatorów wybrano spośród studentów socjologii UŁ, pracowników naukowych i pracowników naukowo-technicznych UŁ i IFiS PAN. Studentów wybrano kierując się głównie rekomendacją dwóch pracowników dydaktyczno-naukowych, którzy po wyjaśnieniu im celu badań proszeni byli o wskazanie najbardziej solidnych, znanych sobie studentów. Pozostałe osoby wybrano na podstawie osobistej z nimi znajomości autorki lub rekomendacji wspomnianych wyżej osób.

Początkowa liczba obserwatorów (24) i obserwacji (35) była większa niż oczekiwana efektywnie. Wybierając obserwatorów liczono się z tym, że część obserwacji w ciągu miesiąca się nie uda z takich przyczyn, jak np. dłuższe przerwy związane z wyjazdem bądź chorobą obserwowanego.

Obserwatorom dano specjalnie przygotowane zeszyty obserwacji, w których dla każdej z wymienionych form konsumpcji kulturalnej przewidziano maksymalnie konkretne kategorie zapisu:

- | | |
|------------|--|
| telewizja | — tytuł, nazwa oglądanej audycji i ewentualne określenie rodzaju, np. film fabularny, audycja popularnonaukowa itp., |
| książki | — tytuł i autor czytanej książki, |
| czasopisma | — tytuły czytanych czasopism, |
| teatr | — tytuł sztuki oglądanej w teatrze, |
| kino | — tytuł oglądanego w kinie filmu. |

Każda z tych informacji rejestrowana była w określonym dniu miesiąca.

W instrukcji udzielonej obserwatorom polecono im, aby w wypadku wystąpienia jakichkolwiek wątpliwości co do zaobserwowanego faktu notkę informacyjną zaopatrywali znakiem zapytania (przewidywano takie sytuacje, jak np. chwilowa nieobecność obserwatora, jego wątpliwość co do faktu rzeczywistej byt-

programu telewizyjnego w półwólnościowym zakładzie wychowawczym przy Stoczni szczytńskiej, [w:] Życie kulturalne robotników wielkiego przedsiębiorstwa przemysłowego, pod red. K. Żygulskiego, Wrocław 1971.

ności obserwowanego w kinie czy teatrze). Widać stąd, że nie wszystkie obserwacje mogły być obserwacjami bezpośrednimi. Głównie w wypadku oglądania filmów i sztuk teatralnych obserwatorzy mieli za zadanie (jeśli nie byli razem z obserwowanym na spektaklu) umiejętnie, w toku zaaranżowanej rozmowy, dowiedzieć się o fakt bytności i tytuł obejrzanego filmu lub sztuki. W podobny sposób musieli dowiadywać się i o inne formy konsumpcji kulturalnej jak np. o oglądanie programu telewizyjnego, czytelnictwo książek i czasopism, w sytuacji gdy przez dłuższy czas w ciągu dnia byli nieobecni w domu.

Jak widać więc, mimo zaprojektowanej metody obserwacji nie udało się uniknąć elementów wywiadu. Trzeba jednak podkreślić, że wchodzi tu w grę sytuacja naturalna, a badany nie orientował się, że jego wypowiedzi są rejestrowane dla celów naukowych.

To ostatnie może wzbudzać pewne wątpliwości mimo to, że obserwatorzy przyjęli rolę „ukrytych rejestrów” zachowań w stosunku do swoich bliskich. Związane z tym trudności zasygnalizowane były przez obserwatorów pod koniec okresu obserwacji w 6 wypadkach. Polegały one na wzbudzaniu u niektórych obserwowanych zdziwienia faktem zbyt częstego czy dokładnego zainteresowania ze strony członka rodziny, co czytali, oglądali w telewizji itp. Wedle relacji wspomnianych obserwatorów nie wywoływało to jednak zbyt głębokich perturbacji w zbieraniu danych i zachowaniach obserwowanych osób.

W celu zachowania kontroli nad przebiegiem obserwacji i pracą obserwatorów przewidziano, że obowiązkiem każdego z nich będzie cotygodniowe spotkanie z badaczem, aby pokazać dokonane notatki obserwacyjne i podzielić się wątpliwościami czy też zrelacjonować napotkane trudności. Spotkania te miały być zarazem sprawdzianem sumienności obserwatorów (punktualność przybycia na spotkanie, sposób notowania). Ta forma kontroli okazała się skutecznym sposobem wyeliminowania w trakcie badań części nie dość solidnych obserwatorów. Po pierwszym tygodniu wskutek niezgłoszenia się na rozmowę wyeliminowano dwóch obserwatorów, dalszych dwóch wyeliminowano również

po tygodniu, gdy okazało się, że notatki ich były dokonane w sposób nieporządkowy i sprzeczny z dyspozycją notowania w zeszytach obserwacji; wreszcie pozostałe dwie osoby wyeliminowano z powodu nieusprawiedliwionego spóźnionego zgłoszenia się na rozmowę po upływie pierwszego tygodnia. W sumie więc po wyeliminowaniu sześciu niesolidnych obserwatorów do końca badań pozostało 18 osób, które przeprowadziły 26 obserwacji.

W trakcie cotygodniowych rozmów z obserwatorami ustalono niektóre sposoby rozwiązywania nieprzewidzianych trudności. Najczęściej wystąpił problem sposobu rejestrowania recepcji programu telewizyjnego w wypadku, gdy oglądający nie dotrwał do końca. Przyjęto zasadę, że obserwator rejestrować ma tylko takie programy jako oglądane, które obserwowany oglądał mniej więcej w większej części.

Tą drogą uzyskano obserwacje recepcji kulturalnej 26 osób, w tym 15 kobiet i 11 mężczyzn.

2. Wywiady poobserwacyjne

Do przeprowadzenia wywiadów z osobami obserwowanymi na temat tych samych faktów, jakich dotyczyła obserwacja, zaangażowano trzech ankierów. Zadaniem ich było przeprowadzenie wywiadu w okresie jednego, dwóch, a w ostateczności trzech dni po zakończeniu obserwacji. Wywiady miały charakter typowych, zestandaryzowanych wywiadów z kwestionariuszem. Aranżację sytuacji wywiadu przeprowadzono w sposób maksymalnie zbliżony do typowych aranżacji wywiadów przeprowadzanych przez ankierów IFiS PAN.

Po upływie siedmiu do dziesięciu dni od pierwszego wywiadu przeprowadzono z tym samym respondentem drugi wywiad dokładnie wedle tego samego kwestionariusza. Ankier we wszystkich wypadkach był tą samą osobą, która przeprowadzała pierwszy wywiad. Swoją powtórna wizytę ankier zapowiadał w sposób ogólnikowy pod koniec pierwszego wywiadu i uzyskiwał na nią zgodę respondenta. Na początku drugiego wywiadu uprzedzając zdziwienie respondenta z powodu zadawania tych samych pytań, ankier mówił: „Będą to te same pytania, co poprzednio,

gdyż w pierwszej rozmowie mógł Pan o czymś zapomnieć, a w drugiej rozmowie czasami można lepiej sobie przypomnieć pewne rzeczy”. Oczywiście podkreślano, że chodzi o wypowiedzi dotyczące tego samego czasu, co w pierwszej rozmowie (a więc zgodnego z okresem obserwacji).

Respondenci zarówno w pierwszym, jak i drugim wywiadzie nie wiedzieli, że obydwa mają związek z faktem przeprowadzenia wcześniejszej obserwacji. Obserwatorów z naciskiem proszono, aby do momentu drugiego wywiadu nie ujawniali faktu obserwacji. Przypuszczać można, że warunek ten został spełniony — w jednym tylko wypadku ankier w pierwszym wywiadzie stwierdził, że respondent oczekiwał jego wizyty (przypuszczalnie obserwator wspominał coś o ewentualności wywiadu, niekoniecznie ujawniając fakt obserwacji).

Tylko w jednym wypadku po przeprowadzeniu pierwszego wywiadu nie udało się dotrzeć po raz drugi do respondenta. Zarówno obserwację tej osoby, jak i wywiad wyłączono z opracowania.

3. Charakterystyka zbiorowości 25 osób obserwowanych — respondentów

Tabela 1. Cechy społeczno-demograficzne osób obserwowanych

Wiek \ Płeć	Kobiety				Mężczyźni				Ogółem
	w	nw	ś	p	w	nw	ś	p	
20 - 24	—	2	—	—	—	1	—	—	3
25 - 29	2	—	—	—	2	—	—	—	4
30 - 34	1	—	—	—	—	—	—	1	2
35 - 39	—	—	—	—	—	—	—	—	—
40 - 44	—	—	1	1	—	—	—	—	2
45 - 49	—	—	1	1	—	—	2	—	4
50 - 54	—	—	—	3	—	—	1	—	4
55 - 59	—	—	1	—	—	—	—	1	2
60 - 64	1	—	—	—	1	—	2	—	4
Ogółem	4	2	3	5	3	1	5	2	25

w — wykształcenie wyższe

nw — wykształcenie niepełne wyższe (również szkoła pomaturalna)

ś — wykształcenie średnie

p — wykształcenie podstawowe

Tabela 2. Stosunek pokrewieństwa między osobą obserwowaną a obserwatorem

Stopień pokrewieństwa	Liczba
Współmałżonek	6
Rodzice	15
Rodzeństwo	2
Szwagier	1
Teściowa	1
Ogółem	25

Jednym z najczęściej występujących pytań zarówno w badaniach czasu wolnego, jak i konsumpcji kulturalnej, są pytania o zachowania periodyczne (np. czytanie prasy, robienie zakupów, odwiedzanie znajomych itp.). W pytaniach takich w różny sposób próbuje się mierzyć zmienną behawioralną w aspekcie czasowym.

Można wyróżnić dwa zasadnicze rodzaje tych pytań. Pierwszy z nich służy mierzeniu intensywności (czasochłonności) danej czynności (zachowania periodycznego). Na ogół oparty jest on na schemacie: „Ile godzin przeciętnie dziennie (tygodniowo, miesięcznie) poświęca Pan ... (określenie czynności)”. W kwestionariuszach badań równie często spotyka się ten rodzaj w formie pytań z kafeterią, jak i w formie pytań swobodnych (otwartych). Odpowiedzi na nie formułowane są w kategoriach „x godzin dziennie (miesięcznie, tygodniowo)”.

Drugi rodzaj pytań służy mierzeniu częstotliwości występowania danych zachowań (np. chodzenie do kina, wyjazdy za miasto itp.). W większości badań autorzy stosują następujący schemat: „Jak często przeciętnie (na ogół) Pan ... (określenie rodzaju czynności, np. słucha, czyta)?” Po zadaniu takiego pytania przedstawia się zazwyczaj respondentowi kafeterię z klasami częstotliwości. Kafeteria ta bywa czytana głośno przez ankietera lub pokazywana respondentowi. Niekiedy umieszcza się ją na specjalnej „karcie respondenta”, wręczanej do zapoznania się z nią rozmówcy³.

³ Przykłady pytań zarówno pierwszego, jak i drugiego rodzaju moż-

Podstawową wadą obu wymienionych wyżej pytań, niezależnie od cech kafeterii, o czym szczegółowiej powiedziane będzie dalej, jest brak sprecyzowania okresu, do którego odnosić się ma poszukiwana informacja — natężenie częstotliwości czy też czasochłonność czynności. Wada ta polega na niespełnianiu dwóch kryteriów. Z punktu widzenia respondenta nie jest jasne, do jakiego konkretnie okresu odnosić się ma pytanie o ową „średnią częstotliwość” czy też „średnią liczbę godzin”. Zazwyczaj badacze przyjmują, że będzie to jakiś (nie sprecyzowany bliżej) okres poprzedzający moment wywiadu. Można sobie jednak wyobrazić, że jakiś bardziej refleksyjny respondent nie będzie w stanie udzielić odpowiedzi, gdyż nie wie, jaki okres wziąć pod uwagę. Oczekiwać można wówczas z jego strony pytań pod adresem ankietera w rodzaju: „To zależy, np. podczas urlopu mam więcej czasu”, „Ostatnio mało czytam” itp. Z reguły instrukcja dla ankieterów nie jest w stanie przewidzieć zestandaryzowanego sposobu udzielania odpowiedzi na takie pytania. Chodzi więc tutaj o kryterium jednoznaczności czasowej ramy odniesienia dla poszukiwanej informacji (średniej częstotliwości, średniej intensywności).

W ścisłym związku z powyższym pozostaje drugie kryterium empirycznej weryfikowalności trafności uzyskiwanych od respondenta odpowiedzi. Odpowiedzi te, skoro mają być traktowane jako wskaźniki empiryczne zachowań, powinny dać się odnieść do konkretnej rzeczywistości, zewnętrznej w stosunku do wywiadu. Lekceważenie tego kryterium w praktyce badawczej wynika — jak się zdaje — stąd, że z reguły u badaczy nie spotyka się prób weryfikacji zewnętrznej. Weryfikacja taka bowiem, jak już wspomniano, bywa z przyczyn organizacyjnych, technicznych bądź finansowych niezmiernie trudna. W rezultacie badacze

na znaleźć między innymi w pracach: *Życie kulturalne robotników...*; H. Zalewska, J. Ort, *Telewizja a radio*, „Biuletyn Ośrodka Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych”, 1968, nr 82, Komitet do Spraw Radia i Telewizji „Polskie Radio i Telewizja”; W. Marczyk, *Zainteresowania kulturalne młodych robotników*, Warszawa 1974; J. Rudzki, *Zafascynowani telewizją. Socjologiczne studium o telewizji wśród młodzieży*, Wrocław 1967.

przyjmują „na wiarę” założenie, że wypowiedzi respondentów są wystarczająco trafnymi relacjami o rzeczywistości.

Niezależnie od powyższego problemu kafeterie częstotliwości czy też kafeterie intensywności często nie spełniają również kryteriów poprawności. Brak jest zresztą w literaturze wyraźnego sprecyzowania tych kryteriów. Zaproponować można następujące kryteria:

1. Kryterium zrozumiałości i naturalności kategorii częstotliwości dla respondenta. Chodzi o to, aby okresy i podokresy wymieniane w kafeterii były takimi właśnie, jakimi w praktyce życiowej respondenci się posługują. Są to więc czasokresy typu: „codziennie”, „x razy w tygodniu”, „x razy w miesiącu”, „x razy w roku”.

2. Kryterium rozłączności kategorii częstotliwości. Np. kryterium to spełniać będzie kafeteria:

- „od dwóch do trzech razy w tygodniu,
- jeden raz w tygodniu”

natomiast nie spełnia tego kryterium kafeteria typu:

- „raz w tygodniu,
- kilka razy w miesiącu”.

3. Kryterium możliwie jednakowych interwałów między kategoriami częstotliwości. Np. nie spełnia tego kryterium kafeteria:

- „tylko parę razy w roku,
- jeden do trzech razy w miesiącu,
- jeden raz na tydzień”.

Widać, że między „tylko parę razy w roku” a „jeden do trzech razy w miesiącu” różnica (interwał) jest znacznie większa niż pomiędzy „jeden do trzech razy w miesiącu” a „jeden raz na tydzień”. W wypadku takich sytuacji respondent nie może wybrać właściwej częstotliwości, np. „siedem razy w roku”, co w odczuciu językowym jest częściej niż „tylko parę razy w roku”.

4. Kryterium adekwatności kafeterii częstotliwości do typu zachowań, których ma dotyczyć. Np. w wypadku badań czytelnictwa prasy kategorią adekwatną będzie „codziennie”, „dwa, trzy razy w tygodniu”, „raz na tydzień”, natomiast w badaniach

np. frekwencji teatralnej częstotliwość „codziennie”, czy nawet „dwa, trzy razy w tygodniu” byłaby nieadekwatna. Wydaje się zresztą, że to kryterium jest najczęściej spełniane w konkretnych badaniach.

5. Kryterium optymalnej liczby kategorii częstotliwości. Chodzi w nim o to, aby respondent był w stanie objąć całościowo i pamięciowo wszystkie prezentowane mu kategorie. Wiadomo bowiem, że w sytuacji wywiadu zbyt długie kafeterie powodują u respondenta poczucie zagubienia i powodują odpowiedzi na „chybił trafił”.

4. Wyniki analizy weryfikacyjnej

W niniejszym artykule przedstawione zostaną wyniki weryfikacji scharakteryzowanych powyżej typów pytań tylko w odniesieniu do oglądania telewizji. Z jednej strony, badania recepcji programów telewizyjnych zajmują szczególnie eksponowane miejsce w badaniach uczestnictwa kulturalnego i konsumpcji kulturalnej, z drugiej strony — właśnie w badaniach odbioru telewizji pytania te są niezmiernie często stosowane.

Zmienną czasu oglądania telewizji wyraża się dwojako. Jeśli badaczowi wystarcza uchwycenie z grubsza natężenia ekspozycji telewidza na program TV, zadowoli go uzyskanie informacji na temat stopnia częstotliwości spędzania czasu przed telewizorem w ciągu tygodnia. Tak definiowaną zmienną określa się jako „oglądanie telewizji x razy w tygodniu” przy maksimum 7 razy, minimum 1 raz lub mniej. Oczywiście, że tak zdefiniowana zmienna nie chwyta stopnia intensywności odbioru programów, tj. ilości czasu poświęconego telewizji. Np. jeden respondent może oglądać telewizję codziennie i za każdym razem krótko (np. tylko *Dziennik TV*); inny respondent oglądający telewizję tylko np. dwa razy w tygodniu może w owe dwa dni (np. soboty, niedziele) odbierać prawie cały program, a więc poświęcać telewizji znacznie więcej czasu. Z zasady jednak przyjmuje się, że w większości wypadków wyższej częstotliwości oglądania towarzyszy większa ilość czasu łącznie poświęcanego telewizji. W sposób bardziej precyzyjny ujmuje intensywność oglądania telewizji zmien-

na wyrażana jako ilość czasu spędzonego przed telewizorem w ciągu tygodnia. Dla ułatwienia respondentowi udzielenia odpowiedzi na pytanie kwestionariusza ilość tę wyraża się jako „przeciętną dzienną” w ciągu wybranego okresu czy też „ostatnio”. Gdyby badaczowi chodziło o dwuaspektowe ujęcie zagadnienia, mógłby pytać zarówno o częstotliwość, jak i o przeciętną ilość czasu dziennie.

5. Rezultaty weryfikacji odpowiedzi na pytanie o częstotliwość oglądania telewizji

Okazało się, że wystąpiła całkowita zgodność między odpowiedziami na pytanie: „Czy ogląda Pan(i), czy też nie ogląda programów TV?” a rezultatami obserwacji. Można było zresztą tego oczekiwać, gdyż w pytaniu chodzi o ustalenie bardzo jednoznacznego i prostego faktu (wszyscy obserwowani mieli w domu telewizor).

Natomiast znacznie bardziej skomplikowane i liczne były rozbieżności w zakresie drugiego pytania z kafełką odnoszącego się do częstotliwości oglądania programów telewizyjnych. Pytanie to brzmiało: „Jak często oglądał(a) Pan(i) program telewizyjny w ciągu ostatniego miesiąca, tzn. mniej więcej od dnia 15 kwietnia?

- codziennie
- kilka razy w tygodniu (ile ...)
- raz lub dwa razy w tygodniu
- dwa lub trzy razy w miesiącu
- raz w miesiącu”.

W pierwszym etapie dokonano ogólnej analizy rodzajów i częstotliwości występowania rozbieżności między obserwacją, pierwszym wywiadem i drugim wywiadem. Do analizy tej skonstruowano maksymalnie szczegółowe kategorie częstotliwości, tzn. wykorzystano liczby podawane w punkcie „b” kafełki na pytanie „ile?”. Tak uzyskane kategorie częstotliwości przedstawiały się następująco: siedem razy w tygodniu (codziennie), sześć razy w tygodniu, pięć razy w tygodniu, cztery razy w tygodniu, trzy razy w tygodniu, dwa lub jeden raz w tygodniu. Nie wystąpił ani jeden wypadek bardzo rzadkiego oglądania telewizji, tj. jeden,

dwa, trzy razy w miesiącu lub rzadziej. Dlatego też wszystkie informacje uzyskane drogą obserwacji sprowadzono do okresu tygodniowego, przeciętnie na cały miesiąc obserwacji. Dokonano tego za pomocą następującego przeliczenia. Ogół dni, w których obserwowany cokolwiek oglądał w telewizji, podzielono przez liczbę dni konkretnej obserwacji (30 lub 31). Otrzymany ułamek (przeciętna dzienna oglądania na miesiąc) pomnożono przez siedem. Otrzymano w ten sposób przeciętną tygodniową. Zaokrąglono otrzymane dane ułamkowe w sposób konwencjonalny do całości, aby były porównywalne z danymi z wywiadów. Wyniki przedstawione są w poniższym zestawieniu.

Tabela 3. Rodzaje zgodności i niezgodności między obserwacją a dwoma wywiadami

Rodzaj zgodności i niezgodności	aaa	abb	abc	aab	Ogółem
Liczba wypadków	5	15	3	2	25

aaa — całkowita zgodność między obserwacją a dwoma wywiadami

abb — niezgodność z obserwacją obu wywiadów zgodnych ze sobą

abc — niezgodność obserwacji z dwoma wywiadami niezgodnymi ze sobą

aab — zgodność obserwacji z pierwszym wywiadem, niezgodność obserwacji i pierwszego wywiadu z drugim wywiadem

Niezmiernie interesujący wydaje się fakt, że zdecydowanie dominują wypadki typu *abb* (60%). Oznacza to, że konsekwencja odpowiedzi w wywiadach (odtwarzalność — *reliability*) występuje wbrew stanowi faktycznemu, do którego odnoszą się wypowiedzi. Mówiąc inaczej, rzeczywisty stan rzeczy nie wpływa na zdecydowanie na konsekwencję wypowiedzi w dwu kolejnych wywiadach, a źródła tej konsekwencji tkwią w sferze psychologicznej lub w czynnikach związanych z sytuacją wywiadu. Jak widać bowiem z zestawienia, wypadków, gdzie zgodności między wypowiedziami w dwu kolejnych wywiadach towarzyszy zgodność z rzeczywistością, jest trzykrotnie mniej.

Z tego punktu widzenia interesujące są pozostałe, najmniej liczne wypadki. Najmniej, bo tylko dwa, jest wypadków sprzecz-

nych ze wspomnianą tendencją, a więc takich, kiedy respondent udzielał w pierwszym wywiadzie odpowiedzi zgodnej z rzeczywistością, ale „odstąpił” od zasady „konsekwencji werbalnej” w drugim wywiadzie. Wreszcie trzy wypadki całkowitej niezgodności wskazują na sytuację badawczą, w której dominuje całkowita przypadkowość udzielania odpowiedzi.

Warto zwrócić uwagę na całkowity brak wystąpienia możliwej teoretycznie kategorii *aba*. Byłaby to sytuacja, kiedy po udzieleniu fałszywej odpowiedzi w pierwszym wywiadzie respondent jak gdyby przypomniał sobie prawdziwy stan rzeczy w drugim wywiadzie i naruszył zasadę „konsekwencji werbalnej”. Brak takiego przypadku zdaje się świadczyć o sile tendencji do takiej konsekwencji.

Na przedstawione tu wyniki można jeszcze spojrzeć z innego punktu widzenia. Zakładając, że w normalnych badaniach porzucenie się tylko na pierwszym wywiadzie — jakie są szanse uzyskania za pomocą omawianej tu techniki prawdziwych odpowiedzi? Jak widać z zestawienia, wypadków takich było tylko 7 (28%). A więc prawdopodobieństwo wyniosłoby 0,28. Trudno byłoby uznać takie prawdopodobieństwo za zadowalające badacza.

Dalsza część analizy zmierzać będzie więc do udzielenia odpowiedzi na pytanie, jakie zmiany należałoby wprowadzić w strukturze kafeterii, aby prawdopodobieństwo to zwiększyć.

Rzecz jasna, że prawdopodobieństwo odchyłeń jest tym większe, im szczegółowsze są stosowane kategorie częstotliwości. Mówiąc inaczej, większą ilość (prawdopodobieństwo) zgodności między obserwacją (stanem rzeczywistym) a deklarowanymi częstotliwościami można zwiększyć dokonując komasacji kategorii. Zadanie polega więc na optymalizacji: z jednej strony, kategorie częstotliwości powinny być tak dobrane, aby mimo komasacji zadowalały badacza, z drugiej strony — powinny dawać wyższy stopień zgodności.

Zagadnienie to można rozwiązać stosując metodę kolejnych przybliżeń w oparciu o analizę macierzową danych. Poniżej przedstawiono trzy kolejne rodzaje komasacji kategorii częstotliwości.

Komasacja I wedle kategorii użytych w kwestionariuszu.

a — codziennie

b — 6,5,4,3 razy w tygodniu

c — 1,2 razy w tygodniu

kategorie: *d* — dwa, trzy razy w miesiącu i *e* — raz w miesiącu — pominięto, ponieważ ani razu nie wystąpiły w badanej populacji

Wywiad pierwszy	Obserwacja			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	4	8	1	13
<i>b</i>	—	8	—	8
<i>c</i>	—	3	1	4
Razem	4	19	2	25

Wywiad drugi	Obserwacja			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	3	8	1	12
<i>b</i>	1	7	—	8
<i>c</i>	—	4	1	5
Razem	4	19	2	25

Wywiad drugi	Wywiad pierwszy			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	11	1	—	12
<i>b</i>	1	7	—	8
<i>c</i>	1	—	4	5
Razem	13	8	4	25

Jak widać, zgodności układają się na przekątnej. Uzyskano: dla wywiadu pierwszego i obserwacji 13 (52%) zgodności; dla obserwacji i wywiadu drugiego — 11 (44%) zgodności i aż 22 (68%) zgodności między wywiadem pierwszym i wywiadem drugim.

Komasacja II

a – 7, 6 razy w tygodniu (codziennie lub prawie codziennie)

b – 5, 4, 3 razy w tygodniu

c – 1, 2 razy w tygodniu

Wywiad pierwszy	Obserwacja			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	9	4	1	14
<i>b</i>	1	6	—	7
<i>c</i>	—	3	1	4
Razem	10	13	2	25

Wywiad drugi	Obserwacja			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	8	3	1	12
<i>b</i>	2	6	—	8
<i>c</i>	—	4	1	5
Razem	10	13	2	25

Wywiad drugi	Wywiad pierwszy			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	12	—	—	12
<i>b</i>	1	7	—	8
<i>c</i>	1	—	4	5
Razem	14	7	4	25

Tym razem liczba zgodności znacznie wzrosła. Dla obserwacji i wywiadu pierwszego uzyskano 16 (64%) zgodności, dla obserwacji i wywiadu drugiego 15 (60%) zgodności i dla obydwu wywiadów 23 (92%) zgodności.

Komasacja III

a – 7, 6, 5 razy w tygodniu

b – 3, 4 razy w tygodniu

c – 1, 2 razy w tygodniu

Wywiad pierwszy	Obserwacja			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	11	3	1	15
<i>b</i>	4	2	—	6
<i>c</i>	—	3	1	4
Razem	15	8	2	25

Wywiad drugi	Obserwacja			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	10	2	1	13
<i>b</i>	5	2	—	7
<i>c</i>	—	4	1	5
Razem	15	8	2	25

Wywiad drugi	Wywiad pierwszy			Razem
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	
<i>a</i>	13	—	—	13
<i>b</i>	1	6	—	7
<i>c</i>	1	—	4	5
Razem	15	6	4	25

Widać, że liczba zgodności znacznie spadła w wyniku połączenia kategorii „5 razy w tygodniu” z kategorią „7 lub 6 razy w tygodniu”. Dla wywiadu pierwszego i obserwacji uzyskano już tylko 14 (56%) zgodności, dla wywiadu drugiego i obserwacji 13 (52%), dla obu wywiadów utrzymała się nadal wysoka zgodność 23 (92%) wypadków⁴.

⁴ Znajdujemy więc w tej analizie potwierdzenie przedstawionego wcześniej zjawiska, że zgodność między wywiadami może być bardzo silna bez względu na zgodność z faktami, których dotyczy wypowiedzi.

Najbardziej istotna jest zgodność między wywiadami a obserwacją. Okazuje się, że wedle tego kryterium najlepszy układ kategorii częstotliwości uzyskano w komasacji II. Spróbujmy zinterpretować ten wynik, posługując się hipotezami psychologii odbioru kafeferii.

Kategoria „7, 6 razy w tygodniu”, która najbardziej zaważyła na tak dużej zgodności, da się wyrazić słownie jako „codziennie lub prawie codziennie”. Odpowiada to naturalnym sytuacjom życiowym. Ktoś, kto w swoim odczuciu ogląda telewizję codziennie, może w ciągu miesiąca opuścić z przyczyn epizodycznych oglądanie telewizji, ale ponieważ są to odstępstwa od reguły, łatwo o tym zapomina. W wypowiedzi swojej abstrahuje więc od tych kilku wyjątkowych sytuacji, inaczej mówiąc, „podciąga” rzeczywisty stan rzeczy do reguły („codziennie”). Prawdopodobnie sprzyja temu fakt, że istnieje do dyspozycji potoczny i łatwy termin „codziennie”, zawarty w kafeferii, który nasuwa się jako odpowiedź.

Druga skrajna kategoria „1, 2 razy w tygodniu” brzmi również „naturalnie” dla respondentów. Nie wymaga od respondenta decydowania się na bardzo dokładne określenie „1 raz w tygodniu” i przewiduje możliwość pewnego odchylenia od takiej reguły, podobnie jak kategoria „7, 6 razy w tygodniu”.

Ponieważ obydwie kategorie krańcowe dobrze funkcjonują jako mierniki częstotliwości, kategoria „5, 4, 3 razy w tygodniu” jest również dobrze określana przez eliminację.

W świetle przedstawionych wyników jak i ich interpretacji wydaje się uzasadnione zaproponowanie do badań częstotliwości oglądania telewizji omówionych kategorii częstotliwości uzyskanych w komasacji drugiej. Kafeferia pytania powinna wyglądać następująco:

- a) codziennie lub prawie codziennie,
- b) kilka razy w tygodniu (5, 4, 3),
- c) jeden, dwa razy w tygodniu.

Wśród badanych osób nie było nikogo oglądającego telewizję rzadziej niż jeden, dwa razy w tygodniu. Osoby takie jednak w szerszych badaniach mogą wystąpić i aby nie przesądzać z góry

sprawy, do uprzednio proponowanych kategorii można dodać kategorie „dwa, trzy razy w miesiącu”, „jeden raz w miesiącu lub rzadziej”. Oczywiście, aby kategorie te dopracować w sposób zademonstrowany wyżej, należałoby przeprowadzić analogiczne badania obejmujące respondentów bardzo rzadko oglądających telewizję.

Przedstawione wyżej wyniki i propozycja kafeferii odnosić się mogą do „normalnych” widzów, tj. osób posiadających telewizory w domu, nie wyjeżdżających na dłuższy czas. Stanowiło to zresztą kryterium doboru wyjściowej grupy obserwatorów i obserwowanych.

Częstokroć w badaniach częstotliwości recepcji badacz zdaje sobie sprawę z możliwości odchylen (błędu) występujących w odpowiedziach respondentów w stosunku do rzeczywistości. Jednakże przyjmuje założenie, że odchylenia te mają charakter losowy, tzn. występują z jednakową częstotliwością zarówno w kierunku mniejszej, jak i większej częstotliwości. Mówi się wtedy, że błędy wyrównują się w masie odpowiedzi i w rezultacie uzyskane miary częstotliwości na szczeblu danych zagregowanych (procenty) zgodne są z rzeczywistością⁵.

Jakkolwiek 25 osób nie może stanowić wystarczającej masy statystycznej, rzeczą interesującą będzie zobaczyć, jak kształtują się wspomniane odchylenia (oczywiście rezultaty nie mogą być decydujące w sensie wniosków statystycznych).

Stopień wyrównywania się różnokierunkowych rozbieżności zależy również od doboru kategorii częstotliwości prezentowanych kafeferii. Tak więc i ze względu na to kryterium można by optymalizować wersję kafeferii. Spójrzmy z tego punktu widzenia na podane wyżej macierze dla trzech sposobów komasacji kategorii częstotliwości, pamiętając, że suma wypadków powyżej przekątnej odnosi się do zawyżania częstotliwości w wywiadzie, a suma wypadków poniżej przekątnej — do zaniżania częstotliwości oglądania telewizji w wywiadzie. Weźmy pod uwagę tylko

⁵ K. Zygułski, *Film w środowisku robotniczym*, Warszawa 1962, s. 55.

pierwsze dwie macierze odnoszące się do relacji wywiad-obserwacja.

Widać od razu, że kategorie uzyskane w komasacji drugiej, dającej najwyższą zgodność obserwacji z wywiadem — dają równocześnie prawie idealny stan równowagi odchyień. Jeśli wziąć relację pomiędzy obserwacją a pierwszym wywiadem — wystąpiło 5 wypadków zawyżania i 4 wypadki zaniżania. W relacji z drugim wywiadem liczby wynoszą odpowiednio — 4 i 6.

Wynik ten jaskrawo kontrastuje z mechanizmem wyrównywania rozbieżności w pozostałych dwóch komasacjach. W komasacji pierwszej występuje aż 9 wypadków zawyżania w pierwszym wywiadzie, a tylko 3 wypadki zaniżania (w takim samym kierunku układają się liczebności w drugim wywiadzie — 9 i 6). Tendencję do silniejszego zawyżania w tym wypadku wyjaśnić można brakiem kategorii „7, 6 razy w tygodniu”. Potwierdza to podaną poprzednio interpretację znaczenia i roli terminu „codziennie” jako odrębnego punktu kafeterii.

W wypadku komasacji trzeciej obserwujemy tendencję odwrotną, tj. do zaniżania w wywiadzie zaobserwowanej rzeczywistości. W relacji obserwacja—pierwszy wywiad występują cztery wypadki zawyżenia i 7 wypadków zaniżenia, przy czym analogicznie układają się liczby w relacji obserwacja—drugi wywiad. W tym wypadku trudniej jest przytoczyć interpretację bardziej przekonującą; być może termin „kilka” sugeruje rzadszą częstotliwość oglądania, niż ma to miejsce w rzeczywistości.

6. Rezultaty weryfikacji odpowiedzi na pytanie o intensywność oglądania telewizji

Jak już wspomniano, obserwatorzy mieli za zadanie notować codziennie konkretne nazwy audycji telewizyjnych oglądanych przez osoby obserwowane. Sformułowano wymóg intensywności oglądania; obserwatorzy nie mieli notować wypadków, gdy uwaga obserwowanego w większym stopniu była zajęta np. rozmową czy innymi czynnościami, choćby nawet równocześnie znajdował

się on przed telewizorem i pobieżnie oglądał program. W wypadkach gdy obserwowany nie oglądał danej audycji w całości, przyjęto zasadę, że jako oglądnięcie programu traktuje się odebranie jego większej części. Dyrektywy te, jakkolwiek z konieczności niezbyt precyzyjne, musiały być sformułowane, aby rozstrzygnąć sygnalizowane przez obserwatorów trudności zgłaszane w trakcie konsultacji z badaczem.

W oparciu o nazwy audycji zanotowane w dziennikach obserwacji i wykorzystując publikowane w prasie codziennej oficjalne, codzienne programy audycji telewizyjnych dokonano obliczenia ogółu godzin spędzonych przez osobę obserwowaną na oglądaniu telewizji w ciągu miesiąca. Po podzieleniu przez liczbę dni obserwacji uzyskano przeciętną ilość czasu poświęconego na oglądanie programów telewizyjnych, porównywalną z informacją z wywiadu (pytanie w kwestionariuszu brzmiało: „Ile czasu (godzin) spędzał Pan(i) przed telewizorem dziennie w ciągu ostatniego miesiąca?”).

Przed przystąpieniem do analizy porównawczej wedle obserwacji i wywiadu dokonać musiano niezbędnych zaokrągleń. W wywiadzie często padały określenia typu: „Jedną lub dwie godziny”, „Od jednej do dwóch godzin”, „Do jednej godziny”, „Okolo jednej godziny”. W wypadkach zilustrowanych pierwszymi dwoma rodzajami wypowiedzi przyjmowano środkowy punkt podanego zakresu. W wypadkach zilustrowanych pozostałymi wypowiedziami przyjmowano całą wspomnianą jednostkę czasu (np. godzinę). Padały również odpowiedzi: „Do pół godziny”, „Dwie i pół godziny”. Wypowiedzi te wskazują, że jako najmniejszą niepodzielną jednostką czasu występowało pół godziny.

Rzecz jasna, że miara, jaką operowano w obserwacji, była znacznie precyzyjniejsza, gdyż przeciętną ilość czasu dziennie spędzonego na oglądaniu telewizji wyliczono z dokładnością do jednej minuty. Aby umożliwić porównywalność obserwacji z wywiadem, musiano więc miarę czasu obserwacji sprowadzić do tej samej niepodzielnej jednostki, tzn. do pół godziny. Narzuciło to konieczność zaokrągleń: 14 minut nie brano w ogóle pod uwagę, a już 16 minut zaokrąglono do pół godziny.

Tabela 4. Porównanie zaobserwowanego czasu oglądania telewizji z czasem deklarowanym w dwóch kolejnych wywiadach (jednostkę stanowi 1/2 godz.; $N=24$)

Nr resp.	Przeciętna ilość czasu oglądania TV dziennie wedle		Przeciętna ilość czasu spędzonego przed TV dziennie wedle:		Różnice pomiędzy			
	obserwacji w ciągu m-ca	obserwacji w ciągu ostatniego ty- godnia	deklaracji w pierwszym wywiadzie	deklaracji w drugim wywiadzie	2-4	2-5	3-4	4-5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	3	5	5	5	-2	-2	0	0
2	2	2	2	2	0	0	0	0
3	3	2	6	7	-3	-4	-4	-1
4	6	5	4	5	+2	+1	+1	-1
5	2	3	3	4	-1	-2	0	-1
6	1	0	1	2	0	-1	-1	-1
7	3	2	4	2	-1	+1	-2	+2
8	2	1	2	4	0	-2	-1	-2
9	3	4	1	1	+2	+2	+3	0
10	4	5	3	3	+1	+1	+2	0
11	4	4	7	7	-3	-3	-3	0
12	2	3	9	11	-7	-9	-6	-2
14	3	4	6	6	-3	-3	-2	0
15	4	5	8	6	-4	-2	-3	+2
17	3	3	4	4	-1	-1	-1	0
18	4	5	5	5	-1	-1	0	0
19	1	1	1	2	0	-1	0	-1
20	2	3	4	2	-2	0	-1	+2
21	2	2	4	3	-2	-1	-2	+1
22	4	3	4	4	0	0	-1	0
23	4	8	4	4	0	0	-4	0
24	3	1	4	5	-1	-2	-3	-1
25	2	1	3	4	-1	-2	-2	-1
26	5	5	5	5	0	0	0	0
$\bar{X}$	3,0	3,28	4,13	4,29	1,50	1,71	1,75	0,75

Uwaga: W tabeli 4 i 5 nie uwzględniono jednego respondenta, od którego nie udało się uzyskać w drugim wywiadzie bliższego sprecyzowania ilości czasu, oraz drugiego, z którym nie przeprowadzono powtórnego wywiadu.

Jak widać, nieścisłości związane z koniecznością zaokrąglenia do pół godziny sprawiają, że analiza ma sens wobec osób, które oglądają telewizję w dość znacznym wymiarze czasowym, a więc co najmniej jedną godzinę dziennie. Gdybyśmy mieli do czynienia z telewidzami poświęcającymi mniej czasu na oglądanie, analiza byłaby bezprzedmiotowa, gdyż wspomniane nieścisłości stanowiłyby bardzo wysoki procent (a nawet 100%) całego czasu oglądania telewizji w wymiarze przeciętnym dziennie.

Pełne rezultaty, jakie uzyskano z zestawienia wyników obserwacji z wynikami dwóch kolejnych wywiadów, przedstawione są w tabeli 4.

W powyższej tabeli rzucają się w oczy w pierwszym rzędzie dwa zjawiska.

1. Ogólna tendencja do zawyżania deklarowanego czasu spędzonego przed telewizorem w porównaniu z zaobserwowanym czasem oglądania telewizji. W pierwszym wywiadzie wypadków takiego zawyżania było aż 14. Wypadków odwrotnych natomiast było tylko 3; odpowiednie liczby dla drugiego wywiadu wynoszą: 15 i 4.

Rozmiary zawyżania są bardzo znaczne. Najsilniejsze zawyżenie wynosi w pierwszym wywiadzie trzy i pół godziny, w drugim cztery i pół (resp. nr 12). Kolejnym wysokim zawyżeniem jest zawyżenie rzędu od jednej do półtorej godziny (6 wypadków w pierwszym wywiadzie i 8 wypadków w drugim wywiadzie). Zawyżenia najmniejsze, bo tylko półgodzinne, wystąpiły 6 razy w pierwszym wywiadzie i 5 razy w drugim.

Interpretując dominację zawyżeń nad nielicznymi wypadkami zaniżania czasu w wywiadach, zwrócić trzeba uwagę na możliwość oddziaływania dwóch czynników. W wywiadzie użyto określenia „spędzać czas przed telewizorem”, gdyż sądzono, że respondenci nie byliby w stanie różnicować między efektywnym oglądaniem programów a po prostu zwykłym spędzaniem czasu przed włączonym odbiornikiem telewizyjnym. Natomiast zgodnie z dyrektywami obserwacji notowano efektywne oglądanie programów (por. s. 208 - 209). Tak więc kategoria, którą posługiwali się respondenci w wywiadzie, mogła być szersza od kategorii ob-

serwacyjnej. Po drugie, nie wykluczone jest, że istnieje tendencja do podawania większej ilości czasu poświęcanego telewizji, niż ma to miejsce w rzeczywistości — co byłoby swoistym złudzeniem pamięci. W przyszłych badaniach podobnego rodzaju należałoby zatem bądź rozszerzyć kategorię obserwacji, by była zgodna z kategorią wypowiedzi „spędzanie czasu przed telewizorem”, bądź też mimo wątpliwości spróbować pytać respondentów o efektywne oglądanie programów telewizyjnych. W wypadku takim jednak pytanie musiałoby być rozszerzone, tj. zaopatrzone wyjaśnieniem: „Chodzi nam tylko o czas, w którym Pan(i) naprawdę uważnie ogląda programy”. Czy tym sposobem uzyskano by adekwatne odpowiedzi, jest jednak sprawą, jak się wydaje, dość wątpliwą⁶.

2. Występuje zjawisko znacznie większej zbieżności wypowiedzi między dwoma wywiadami niż między którymkolwiek z nich a obserwacją. Największe rozbieżności między wywiadami nie przekraczały jednej godziny (5 wypadków). Wszystkie pozostałe rozbieżności zawierały się w granicach pół godziny. Liczba całkowitych zbieżności między wywiadami wynosiła 11 wypadków, podczas gdy zbieżności między obserwacją a pierwszym wywiadem było tylko 7, a między obserwacją a drugim wywiadem — 5. Ponadto warto zauważyć, że w wypowiedziach drugiego wywiadu deklarowano więcej czasu poświęconego telewizji niż w pierwszym wywiadzie, a więc wystąpiło zawyżenie w stosunku do pierwszego wywiadu (9 wypadków zawyżeń, 4 wypadki zaniżeń).

⁶ Z drugiej jednak strony, rozróżnienie między „spędzaniem czasu” przed telewizją a jej „oglądaniem” nie ma być może aż tak dużego znaczenia. Recepta telewizji odznacza się szczególnie wysokim stopniem przyciągania uwagi. Przekazywane treści wymagają zarówno zaangażowania wzroku, jak i słuchu, co wyklucza możliwość oddania się w trakcie odbioru programu innym czynnościom, jak np. czytanie, prace domowe, żywsza rozmowa. Dlatego też określenie „spędzać czas przed telewizorem”, jak i „oglądać telewizję” można uważać jako równorzędnie odnoszące się do odbioru programu telewizyjnego. Oczywiście bywają sytuacje, kiedy w czasie zbiorowego posiłku itp. telewizor jest włączony i odbiera się program mniej intensywnie. Są to jednak momenty raczej rzadsze i krótkotrwałe.

Zdawałoby się to potwierdzać wysuniętą wcześniej hipotezę o specyficznym złudzeniu pamięci w kierunku zawyżania w miarę upływu czasu.

Widać więc, że również w wypadku badania deklarowanej ilości czasu wystąpiło zjawisko omówione w poprzedniej części poświęconej częstotliwości oglądania telewizji. Znaczny stopień zbieżności między wywiadami (*reliability*) idzie w parze z dużym stopniem rozbieżności tych deklaracji w stosunku do rzeczywistości (obserwacji). Zdać się to potwierdzać wysuniętą wcześniej tezę, że zbieżność między wywiadami wyznaczają specyficzne czynniki psychologiczne (dążenie do konsekwencji) w dużym stopniu niezależnie od rzeczywistości, której dotyczą te wypowiedzi.

Zjawisko to przedstawiono tu jeszcze posługując się średnimi różnicami jako wskaźnikami wspomnianej konsekwencji.

Jak widać z tabeli 4, średnia różnica między pierwszym a drugim wywiadem jest znacznie mniejsza niż każda z dwu pozostałych różnic, tj. średnia różnica między obserwacją a pierwszym wywiadem i między obserwacją a drugim wywiadem.

Przy okazji niniejszej analizy postarano się również zweryfikować empirycznie przypuszczenie, jakie nasuwać się może przy badaniu „zachowań periodycznych”, mierzonych deklarowaną „przeciętną”. W przedstawionym badaniu można było przypuścić, że na deklarowany czas dziennego oglądania telewizji mógł mieć większy wpływ rzeczywisty czas oglądania w ostatnim tygodniu przed zadaniem pytania niż czas oglądania w ciągu całego miesiąca. Przypuszczać bowiem można, że ostatni tydzień lepiej jest zapamiętany od całego miesiąca. Gdyby wspomniane przypuszczenie było trafne, to średnia rozbieżność między zaobserwowanym czasem oglądania telewizji w ostatnim tygodniu a czasem deklarowanym w pierwszym wywiadzie powinna być mniejsza od takiej samej różnicy dla całego miesiąca obserwacji. Jak widać z tabeli, relacja pomiędzy średnimi układu się odwrotnie, co wskazuje, iż przypuszczenie to nie znalazło potwierdzenia. Oczywiście wniosek taki opiera się na założeniu, że cztery tygodnie miesiąca nie różniły się przeciętnie rzeczywistą ilością czasu oglądania telewizji. Wydaje się więc, że respondenci myśleli rzeczy-

wiście o całym miesiącu, nie sugerując się specyfiką ostatniego tygodnia.

Dotychczasowa analiza różnic między obserwacją a wywiadem była znacznie uproszczona, gdyż koncentrowała się na liczeniu tylko wypadków zbieżności i rozbieżności. W poniższej analizie postarano się potraktować rozbieżności jako błędy różniące się stopniem zawartego w nich zafałszowania. Jest oczywiste, że np. rozbieżność jednej godziny może być błędem większym lub mniejszym w zależności od tego, jaki procent godzina ta stanowi w stosunku do rzeczywistego stanu rzeczy, tj. do zaobserwowanego czasu oglądania telewizji. Przedstawione w ten sposób procentowo odchylenia (błędy), występujące w deklaracjach respondentów, przedstawia tabela 5. Zachowano w niej pierwotne, precyzyjniejsze miary zaobserwowanego czasu oglądania telewizji, wyrażonego w minutach. Czas deklarowany występuje w większości wypadków w przedziałach trzydziestominutowych; w paru wypadkach, gdy padały wypowiedzi typu: „Od 1 do 1,5 godz.” wyrażono je również w minutach, przyjmując jako miarę środek takiego przedziału.

1. Prawidłowości kształtowania się odchylen (błędów) wyrażonych procentowo od stanu zaobserwowanego, zawartych w wypowiedziach z wywiadów, uwiadamiają się znacznie wyraźniej niż w ujęciu poprzednim.

Liczba zawyżeń ilości czasu oglądania telewizji w pierwszym wywiadzie wynosi aż 16 wypadków, a liczba zaniżeń jedynie 7 wypadków; tylko w jednym wypadku wystąpiła zgodność co do minuty. Wśród zaniżeń i zawyżeń liczba wypadków, które przy tolerancji 10% można by potraktować jako zgodność, wynosi tylko 4.

Zawyżenia są nie tylko liczniejsze, ale o wiele silniejsze (przeciętne zawyżenie 66,1%) niż zaniżenia (przeciętne zaniżenie wynosiło 25,3%). Oznacza to, że na szczeblu przeciętnych nie występuje znoszenie się zaniżeń i zawyżeń, lecz przeciwnie, mamy do czynienia z bardzo dużym błędem systematycznym w kierunku zawyżania.

Warto też zwrócić uwagę, że za przytoczonymi miarami pro-

Tabela 5. Zestawienie wyrażonych procentowo różnic między zaobserwowanym czasem oglądania telewizji a czasem deklarowanym w wywiadach (N=24)

Nr resp.	Przeciętna ilość czasu oglądania TV dziennie wedle obserwacji (100%)		Przeciętna ilość czasu spędzanego przed TV dziennie wedle deklaracji:		Różnice wyrażone procentowo obliczone od:			
	w ciągu mie- siąca	w ciągu os- tatniego ty- godnia	w pierwszym wywiadzie	w drugim wywiadzie	obserwacji miesięcznej		obser- wacji ostat- niego tygod- nia	pierw- szego wywia- du
					2-4	2-5	3-4	4-5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	102	150	150	150	-47	-47	0	0
2	74	73	60	60	+19	+19	+18	0
3	79	59	180	210	-128	-166	-205	-17
4	167	149	120	135	+30	+18	+20	+12
5	50	80	90	120	-8	-140	-13	-33
6	41	9	30	60	+27	-46	-233	-10
7	90	49	120	60	-33	-33	-145	+50
8	60	26	60	120	0	-67	-131	-100
9	90	131	30	35	+67	+61	+77	-11
10	113	155	90	75	+20	+34	+42	+17
11	108	124	210	210	-94	-94	-69	0
12	72	79	270	330	-278	-358	-242	-22
14	101	115	165	165	-63	-63	-44	0
15	114	156	240	180	-111	-58	-54	+25
17	77	78	120	120	-56	-58	-53	0
18	123	138	135	135	-10	-10	+2	0
19	19	19	30	45	-58	-137	-58	-50
20	61	78	120	60	-97	+2	-53	+50
21	74	56	120	75	-16	-1	-114	+38
22	123	99	120	120	+2	+2	-21	0
23	114	249	120	120	-5	-5	+52	0
24	92	35	120	135	-30	-46	-243	-13
25	61	36	75	105	-23	-89	-108	-52
26	154	141	135	135	+12	+12	+4	0
$\bar{X}$	89,9	95,2	121,3	123,3	51,4	65,3	83,1	20,8

centowymi kryją się duże przeciętne odchylenia bezwzględne; przeciętnemu odchyleniu zawyżającemu o 66,1⁰/₀ odpowiada przeciętne zawyżenie o 58 minut, a procentowemu przeciętnemu zaniżeniu o 25,3⁰/₀ — przeciętne absolutne zaniżenie o 25,3 minuty.

Rzecz interesująca, że omówione przed chwilą dysproporcje między zawyżeniami i zaniżeniami zastrzegają się jeszcze w drugim wywiadzie. Przeciętne procentowe zawyżenie wynosi aż 86,5⁰/₀, a przeciętne zaniżenie jest mniejsze, gdyż wynosi 22,6⁰/₀, przy czym liczba wypadków zaniżeń i zawyżeń kształtuje się podobnie (16 i 8).

Uderza również wyraźna konsekwencja wypowiedzi w drugim wywiadzie w stosunku do pierwszego. Na 16 zawyżeń w drugim wywiadzie aż 15 pochodzi od osób, które dokonały zawyżeń również w pierwszym wywiadzie. Analogicznie rzecz ma się z zaniżeniami. Na 8 zaniżeń — 6 to zaniżenia w pierwszym i drugim wywiadzie. A więc z zasady zaniżają i zawyżają w pierwszym i drugim wywiadzie te same osoby. Wskazuje to na fakt, iż źródłem tego typu zachowań są czynniki tkwiące w mechanizmach psychologicznych, związanych z osobowością respondentów.

Na koniec warto zauważyć, że przytoczonym wielkościom procentowym odpowiadają odpowiednio większe odchylenia przeciętne w minutach. I tak przeciętne odchylenie zawyżające między obserwacją a drugim wywiadem wynosi aż 62,6 min., a zaniżające — 23,8 min.

Wspomniano poprzednio, iż przewaga zawyżeń w wywiadzie mogła wynikać z szerszej kategorii pojęciowej zastosowanej w wywiadzie — „spędzanie czasu przed telewizorem”. Jednak w świetle przytoczonych tu tak wielkich różnic, zarówno procentowych jak i absolutnych, nie wydaje się prawdopodobne, aby tylko ten czynnik mógł spowodować tak duży błąd systematyczny.

2. Podobnie jak w ujęciu wedle tabeli 4, ale również z większą ostrością, zarysowało się zjawisko stosunkowo znacznej zbieżności między dwoma wywiadami. Tak więc przeciętne procentowe odchylenie bezwzględne między nimi wynosi tylko 20,8⁰/₀

(odpowiednie odchylenia dla relacji obserwacja — pierwszy wywiad wynosiło 51,4⁰/₀, dla relacji obserwacja — drugi wywiad 65,3⁰/₀).

Jest rzeczą interesującą, że w relacji między wywiadami nie zarysował się wyraźnie systematyczny błąd odchylen między nimi. Przeciętne procentowe zawyżenie wynosiło 34,2⁰/₀ (9 wypadków), a zaniżenie — 32,0⁰/₀ (6 wypadków). Odpowiadające tym procentom wielkości absolutne w minutach wynoszą odpowiednio: 31,7 min. i 12,1 min. Wystąpił więc jak gdyby ślad stwierdzonej poprzednio tak ostrej tendencji do większego zawyżania w drugim wywiadzie niż w pierwszym, co zdaje się potwierdzać sformułowaną poprzednio hipotezę, że łączy się to ze „zwiększającym efektem pamięci”.

Warto jeszcze zwrócić uwagę, iż wystąpiło aż 9 wypadków całkowitej procentowej zbieżności między dwoma wywiadami. Jest to zrozumiałe, jeśli brać pod uwagę fakt, że w wypowiedziach operowano interwałami półgodzinnymi, a więc za zbieżnościami tymi mogą ukrywać się wahania w obrębie 30 minut.

3. Również i w ujęciu procentowym wystąpił brak rzutowania oglądania telewizji w ostatnim tygodniu obserwacji na wypowiedzi z pierwszego wywiadu odnoszące się do całego miesiąca. Odpowiednie średnie bezwzględnych różnic wynoszą dla obserwacji ostatniego tygodnia i pierwszego wywiadu 83,1⁰/₀, a dla obserwacji w ciągu całego miesiąca tylko 51,4⁰/₀.

Na koniec warto odpowiedzieć na pytanie, jaka jest moc wskaźnikowa odpowiedzi na pytanie o ilość czasu oglądania telewizji w stosunku do czasu rzeczywiście zaobserwowanego. Obliczone wskaźniki korelacji są następujące: dla czasu zaobserwowanego w ciągu miesiąca i wypowiedzi w pierwszym wywiadzie = +0,31; dla obydwu wywiadów korelacja wynosiła +0,87.

7. Wnioski i propozycje dla dalszych badań

Próba 25 osób, jaką dysponowano, nie może być podstawą do uogólnień w sensie statystycznym. Wydaje się jednak, że uzyskane wyniki analizy weryfikacyjnej są tak jednoznacznie uderzające, że można dokonać kilku istotnych stwierdzeń.

Mierzony kilkoma sposobami stopień wiarygodności informacji uzyskiwanych od respondentów stanowczo nie może być uznany za zadowalający badacza. W szczególności niebezpieczne jest występowanie dużego błędu systematycznego. Należy poszukiwać więc innych technik interrogacyjnych, które przyniosłyby bardziej wiarygodne informacje.

Jak się wydaje, najsłabszą stroną badanego sposobu pytania o ilość czasu poświęcanego telewizji jak i o częstotliwość oglądania telewizji jest poleganie na bardzo zawodnej pamięci respondentów. Aby minimalizować negatywny wpływ tego czynnika, należałoby pytać o maksymalnie krótki okres licząc od daty wywiadu. Nasuwają się tu następujące możliwości:

1. Pytanie o oglądanie telewizji w dniu poprzedzającym wywiad, a więc „wczoraj”. Tak szczegółowo zlokalizowane czasowo odniesienie pytania nasuwałoby jednak problem epizodyczności dnia, o który by pytano. Wiadomo, że nasilenie oglądania telewizji w poszczególnych dniach tygodnia kształtuje się rozmaicie w zależności od specyficznych sytuacji życiowych respondenta jak i od cykliczności nasilenia czasu wolnego w obrębie tygodnia. Aby maksymalnie konkretnie uwzględnić te okoliczności, można by np. zaprojektować siedem porównywalnych prób telewizorów, odpowiadających siedmiu dniom tygodnia. Po skomasywaniu tych prób można by rozpatrywać całą próbę jako reprezentację mogącą dostarczyć informacji o przeciętnej ilości czasu dziennie poświęcanego telewizji w badanym konkretnie tygodniu. Oczywiście nasuwa się zaraz problem specyfiki badanego tygodnia, związany np. ze szczególnym charakterem programu telewizyjnego (np. atrakcyjne programy sportowe, jak transmisje z Wyścigu Pokoju itp.). Zatem wybór określonego tygodnia do badań musiałby być podyktowany szczególnymi zainteresowaniami badacza. Gdyby chodziło o uzyskanie jakiejś przeciętnej za dłuższy okres (miesięczny, roczny), „badania tygodniowe” należałoby powtórzyć odpowiednią ilość razy w wybranych miesiącach czy porach roku. Trzeba byłoby więc uwzględnić cykliczność oglądania telewizji zarówno od strony atrakcyjności programu, jak i od strony cykliczności zajęć widzów w ciągu

roku (np. okresy urlopowe, sezon jesienno-zimowy itp.). Takie zaplanowanie badań natrafiłoby na przeszkody w postaci trudności organizacyjnych i finansowych. Finansowe aspekty trudności można by złagodzić dobierając mniej liczne „próbyienne” i skracając długość wywiadu.

2. Gdyby badacz chciał jednak oprzeć się na deklarowanej przez respondenta przeciętnej ilości czasu oglądania telewizji dziennie czy też przeciętnej częstotliwości w tygodniu (np. w ciągu ostatniego miesiąca czy tygodnia), to powinien w pytaniu odrębnie potraktować oglądanie telewizji w „zwykłe dni powszednie” (od poniedziałku do piątku), a odrębnie w soboty i niedziele, kiedy na ogół dysponuje się większą ilością wolnego czasu⁷. Rzecz jasna, że trafne zadeklarowanie przeciętnej, za którą ukrywa się duża dyspersja, będzie dla respondenta trudniejsze niż mówienie o okresie, w którym czas oglądania telewizji jest bardziej wyrównany. Aby sprawdzić empirycznie wysunięte tu przypuszczenie, należałoby uzyskiwane wypowiedzi respondentów zweryfikować w oparciu o dane z obserwacji.

3. Nasuwa się jeszcze jedna możliwość wypróbowania technik badawczych. Przypuścić można, że źródłem nietrafnych odpowiedzi respondentów (np. zawyżanie ilości czasu poświęconego oglądaniu telewizji) jest specyficzna sytuacja wywiadu. Respondent musi udzielić odpowiedzi natychmiast oczekującemu na nią ankieterowi. Może również dążyć do zawyżania lub zaniżania czasu poświęcanego telewizji w zależności od tego, jak stara się „wypaść” w oczach ankietera.

Być może czynniki tego rodzaju mogłyby ulec złagodzeniu przy zastosowaniu anonimowej ankiety wypełnianej, wysyłanej pocztą. Wypełniający ankietę respondent mógłby bez szkody dla wiarygodności informacji poradzić się domowników i dłużej zastanowić się nad odpowiedzią. Aby zmaksymalizować procent

⁷ Takie podejście do zagadnienia czasu oglądania telewizji znaleźć można w badaniach K. Zygulskiego i J. Rudzkiego (K. Zygulski, *Budżet czasu i czas wolny robotników*, [w:] *Życie kulturalne robotników...*, i J. Rudzki, *op. cit.*).

zwrotów, można by po upływie wskazanego czasu na odpowiedź wysyłać listy monitujące o odpowiedniej treści.

Dla pogodzenia zachowania anonimowości z koniecznością monitorowania pewnych osób, które nie zwróciły ankiety, treść takiego listu powinna zawierać następujące sformułowania: „W dniu x rozesłana została do wybranej losowo próby widzów anonimowa ankieta pocztowa. Do chwili obecnej otrzymaliśmy już odpowiedzi od większości adresatów. Ponieważ ankieta była anonimowa, nie wiemy, czy był(a) Pan(i) uprzejmy(a) odesłać wypełniony kwestionariusz. Jeżeli już go Pan(i) odesłał(a), bardzo dziękujemy i przepraszamy za niepokojenie Pana(i) tym listem. Jeżeli nie miał(a) Pan(i) czasu dotąd wypełnić i odesłać ankiety — uprzejmie przypominamy, że dodatkowy termin nadsyłania ankiety upływa w dniu x. Na wszelki wypadek, przewidując ewentualność zagubienia, przesyłamy jeszcze raz dodatkowy kwestionariusz z prośbą o wypełnienie”.

Przypuszczać można, że tym sposobem uzyska się liczbę zwrotów w granicach 80%.

Na koniec należy przypomnieć, że przedstawione tu wyniki i wypływające z nich wnioski odnoszą się do osób posiadających telewizory w domu.

Badanie oglądania telewizji przez osoby korzystające z telewizorów wyłącznie poza domem (u znajomych, w świetlicy itp.) wymagałoby odrębnej techniki badawczej. W pierwszym rzędzie drogą pytań filtrujących należałoby ustalić sytuacyjne okoliczności kontaktu z telewizją i w zależności od tych ustaleń dobierać odpowiednie pytania kwestionariuszowe o ilość czasu, częstotliwość oglądania czy recepcję poszczególnych programów.

**MARIA DANUTA PEŁKA-SŁUGOCKA
LESZEK SŁUGOCKI**

ANALIZA ZGODNOŚCI MIĘDZY WYPOWIEDZIAMI O FAKTACH UZYSKANymi W WYWIADZIE KWESTIONARIUSZOWYM A DOKUMENTAMI

Wypowiedzi respondentów zebrane w wywiadach kwestionariuszowych nie mogą z reguły podlegać weryfikacji za pomocą innych metod badawczych. Zakres więc zgodności wypowiedzi respondentów z rzeczywistością najczęściej nie jest znany badaczowi. Jedną z metod weryfikacji wypowiedzi może być sprawdzenie zgodności wypowiedzi o faktach z dokumentami stwierdzającymi te fakty. Badania tego typu są jeszcze nieliczne¹. W prowadzonych przez nas badaniach dysponowaliśmy dokumentami stwierdzającymi określone fakty dotyczące życia respondentów. W kwestionariuszu wywiadu celowo wprowadziliśmy jedno pytanie o fakty — zależnie bowiem od ich zgodności lub niezgodności z rzeczywistością zamierzaliśmy określić wiarygodność wszystkich wypowiedzi danego respondenta. Okazało się jednak, że ustalenie stopnia wiarygodności wszystkich wypowiedzi określonego respondenta nie zależy tylko od czynników podmiotowych — osoby samego respondenta, lecz również od czynników przedmiotowych — treści pytania, i to o zróżnicowanym stopniu oddziaływania.

¹ Omawiają je K. Lutyńska i N. Szeszenia w pracy: *Wstępne wyniki zewnętrznej weryfikacji odpowiedzi w wywiadzie na temat zachowań zdrowotnych*, [w:] *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, red. Z. Gostkowski i J. Lutyński, t. IV, Wrocław 1972. Praca autorem poświęcona jest weryfikacji odpowiedzi respondentów na podstawie dokumentów.