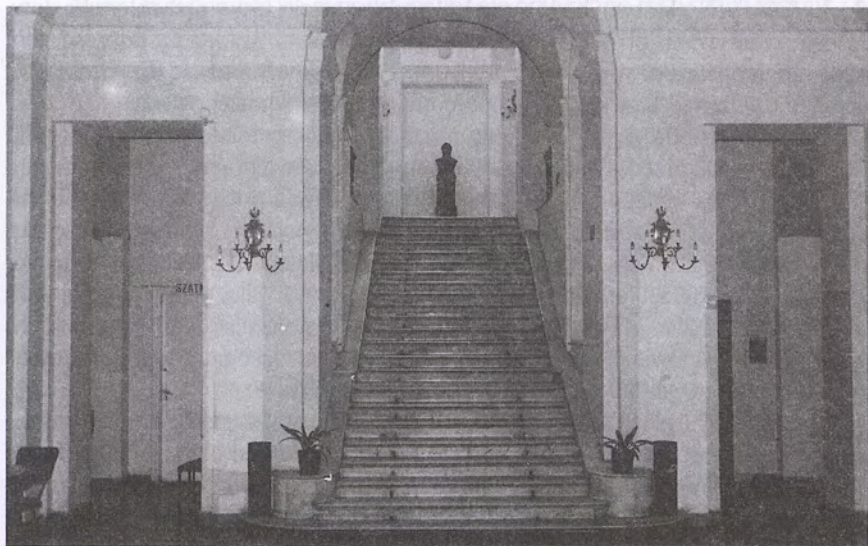




*Paweł B. Sztabiński
Zbigniew Sawiński*

WPROWADZENIE



W ciągu ostatnich dziesięciu lat w naszym kraju nastąpił dynamiczny rozwój badań sondażowych. Wynikał on z pojawienia się badań rynku, z poszerzenia zakresu badań opinii publicznej, a także z reorientacji tradycyjnych badań akademickich. Wzrostowi liczby badań towarzyszyło pojawienie się nowych technik gromadzenia danych, stwarzających nowe, nieznane wcześniej problemy. Jednocześnie systematycznym zmianom ulegała wiedza społeczeństwa o badaniach i stosunek do badań. Pojawiły się również regulacje prawne, mające istotne znaczenie dla społecznego odbioru badań i możliwości ich prowadzenia.

Prezentowany podręcznik jest próbą podjęcia przynajmniej niektórych spośród powstających problemów. Sprawy te rozpatrujemy z punktu widzenia ankietera: jego roli we współcześnie prowadzonych badaniach, rodzajów zadań, z jakimi styka się w swojej pracy, niezbędnej wiedzy, jaką musi posiadać, norm etycznych, których musi przestrzegać.

Formuła podręcznika jest szeroka, dostosowana do zadań, jakie instytuty badawcze stawiają przed ankieterami. Przy czym największy nacisk położono na omówienie zagadnień związanych z technikami najczęściej stosowanymi w praktyce. Formułując zalecenia dla ankieterów staramy się nawiązać do naukowych założeń omawianych metod, tak aby wyjaśnić powody i ukazać sens proponowanych dyrektyw postępowania. Współczesny ankieter powinien nie tylko dobrze rozumieć istotę technik, którymi się posługuje, lecz także umieć



wykorzystywać tę wiedzę do rozwiązywania problemów napotykanych w terenie.

Podręcznik jest adresowany zarówno do ankieterów rozpoczynających pracę, jak i mających doświadczenie terenowe. Nowi ankieterzy znajdą w nim przegląd procedur badawczych, z którymi będą się stykać podczas swojej pracy oraz zalecenia dotyczące rozwiązywania pojawiających się w niej problemów. Ankieterzy doświadczeni będą mogli poszerzyć swoją wiedzę, a jednocześnie skonfrontować dotychczasowe umiejętności z przedstawionymi w podręczniku wzorami postępowania.

Zawarte w podręczniku ustalenia mogą być też pomocne przy planowaniu i organizowaniu przedsięwzięć badawczych. Zdają bowiem sprawę z aktualnego stanu wiedzy na temat wywiadu kwestionariuszowego i pochodnych technik badawczych. Wiedza ta została zweryfikowana zarówno w eksperymentalnych badaniach metodologicznych, jak i praktyce badawczej. Dlatego też przedstawione rozwiązania z dużym zaufaniem możemy zarekomendować jako standard badawczy. Może się on okazać przydatny badaczom oraz klientom instytutów badawczych w takim zaprojektowaniu badania, które przy świadomości ograniczeń poszczególnych technik pozwoli uzyskać rzetelne i wartościowe dane.

Podręcznik został podzielony na trzy części. Pierwsza część stanowi ogólne wprowadzenie do zagadnień związanych z pracą ankietera. Jest ona adresowana przede wszystkim do osób, które rozpoczynają lub pragną rozpocząć pracę w charakterze ankietera. Część ta zawiera podstawowe informacje o rodzajach badań, jak wygląda jego realizacja, na czym polega praca ankietera, jakie wymogi trzeba spełniać oraz jakie predyspozycje posiadać, aby móc pracować jako ankieter itp.

Pozostałe części podręcznika adresowane są do wszystkich ankieterów - zarówno nowych, jak i doświadczonych. Ponieważ poszczególne zagadnienia są w nich omawiane w sposób wieloaspektowy, mogą się okazać interesujące również dla innych kategorii odbiorców.

Część druga - najbardziej obszerna - poświęcona jest metodzie wywiadu kwestionariuszowego. Metoda ta stanowi podstawę wszelkich technik gromadzenia danych opartych na interakcji badacza z badanym. Jednocześnie jest ona techniką najczęściej stosowaną w badaniach. Rozpoczynamy od przedstawienia założeń wywiadu kwestionariuszowego, które stanowią o istocie tej techniki. Dalej omawiamy narzędzie badawcze i jego elementy, przygotowanie ankieterów do realizacji badania, sposoby aranżowania kontaktów z badanymi, zasady prowadzenia wywiadu, sposoby zadawania pytań, notowania odpowiedzi, motywowania respondentów i kontrolowania ich reakcji. Obszerny rozdział tej części poświęcony został zasadom rekrutowania osób do badań przy stosowaniu różnych technik doboru próby.

W ostatniej części podręcznika omawiane są 3 grupy zagadnień. Pierwsza dotyczy specyficznych zagadnień związanych z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego: badania panelowe i trackingowe, wywiady w miejscach publicznych, wywiady ze specjalnymi kategoriami respondentów oraz wywiady realizowane w instytucjach. Następną grupą zagadnień dotyczy pracy ankietera w badaniach z zastosowaniem innych technik zbierania materiałów: wywiadu telefonicznego ze wspo-



maganiem komputerowym, testowania produktów w siedzibie instytutu oraz ankiety audytoryjnych. W tej części podręcznika omawiamy również sprawy związane z kontrolą pracy ankietera, etyką prowadzenia badań i konsekwencjami, jakie dla ankietera wynikają z ustawy o ochronie danych osobowych.

Mamy świadomość, że w podręczniku nie omówiono wszystkich technik i procedur, z jakimi ankieter może zetknąć się w swojej pracy. Jednakże część z nich jest modyfikacją procedur omówionych tutaj, inne zaś są specyficzne dla poszczególnych instytutów badawczych. Natomiast brak rozdziału dotyczącego wywiadów osobistych ze wspomaganiami komputerowymi (CAPI) wynika z niedostatecznie sprecyzowanych w literaturze założeń metodologicznych tej techniki.

Szeroki zakres zagadnień objętych podręcznikiem spowodował, że jego objętość jest znaczna. Dlatego staraliśmy się tak przygotować rozdziały, aby stanowiły one odrębne całości, zawierające kompendium wiedzy na temat omawianego zagadnienia. Spowodowało to niekiedy konieczność przywołania pewnych treści, które są bardziej szczegółowo omawiane w innych miejscach. Zaletą przyjętego rozwiązania jest jednak to, że układ podręcznika jest lepiej dopasowany do pracy z ankieterem, a także do celów dydaktycznych. Pozwala bowiem na łatwe odszukanie tych fragmentów, które są przydatne w przygotowaniu do realizacji badania określonego typu lub w szkoleniu w zakresie konkretnego zagadnienia.

Obecny podręcznik nie jest pierwszym tego rodzaju wydawnictwem na polskim rynku. Część jego autorów uczestniczyła w przygotowaniu wydanego w roku 1992 *Podręcznika socjologicznych badań ankietowych* (Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa). Mimo że w ciągu ostatnich ośmiu lat sytuacja badań w Polsce uległa radykalnym zmianom, nie ukazała się w międzyczasie żadna ogólnie dostępna publikacja, która odpowiadałaby potrzebom przygotowania ankieterów do wymagań obecnie stosowanych technik badawczych.

Na poprzedni podręcznik było duże zapotrzebowanie głównie ze strony nowo powstających instytutów badawczych. Mamy również świadomość, że wśród ankieterów funkcjonował on w formie prywatnie sporządzonych kopii. Mimo propozycji ze strony Wydawnictwa nie zdecydowaliśmy się na jego kolejne wydania, mając świadomość, że znaczna część jego zawartości uległa zdezaktualizowaniu, a jednocześnie nie uwzględniał on szeregu procedur badawczych, stosowanych głównie w badaniach konsumenckich.

Szätzmy, że obecny podręcznik pozwoli wypełnić istniejące luki w wiedzy na temat aktualnych problemów prowadzenia różnego rodzaju badań. Jednocześnie chcielibyśmy, aby spełnił on potrzeby instytutów badawczych w zakresie szkolenia oraz doskonalenia pracy ankieterów. Aby ułatwić dostęp do propagowanych w podręczniku standardów, obok wersji książkowej jego treść będzie również udostępniona poprzez Internet.

Podręcznik powstał z inicjatywy i we współpracy dwóch instytutów odmiennie ułożonych na rynku badań. Z jednej strony jest to Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, który od ponad trzydziestu lat przez własny ośrodek prowadzi socjologiczne badania empiryczne. Jednocześnie w instytucie tym prowadzi



się systematyczne studia o charakterze eksperymentalnym, których przedmiotem jest metodologia badań ilościowych. Ich efekty są wdrażane w praktyce badawczej, a także udostępniane w postaci licznych publikacji. Drugim partnerem w przygotowaniu podręcznika było SMG/KRC Poland Media SA. Jest to największy w Polsce instytut prowadzący badania konsumenckie, zróżnicowane pod względem tematyki oraz stosowanych metod, rozwijający zarówno własne rozwiązania, jak i zajmujący się wdrażaniem metod badawczych stosowanych na wiodących rynkach badań konsumenckich na świecie.

Autorzy chcieliby w tym miejscu podziękować obu instytutom za stworzenie warunków do przygotowania podręcznika, udostępnienie wyników badań dla prowadzenia studiów i eksperymentów nad technikami i procedurami badawczymi, a także za pomoc przy wydaniu podręcznika. Nasza wiedza prezentowana w nim pochodzi w dużym stopniu z pracy w tych właśnie instytutach. Chcielibyśmy również podziękować naszym Koleżankom i Kolegom z obu instytutów za sugestie i szereg cennych uwag dotyczących rozwiązań, które przedstawiamy w tym podręczniku.