

KAZIMIERZ M. SŁOMCZYŃSKI

Polska metodologia socjologicznych badań empirycznych na tle międzynarodowym

Uwagi wstępne

Tło historyczne współczesnych badań empirycznych polskiej socjologii jest niezmiernie ważne, aby zrozumieć nowe zadania, przed którymi stoi obecnie metodologia warsztatu badawczego. Tę metodologię traktować bowiem należy jako reakcję na trudności, jakie pojawiają się w prowadzonych badaniach. Jan Lutyński potrafił bardzo trafnie scharakteryzować rozwój badań empirycznych w Polsce, gdy napisał: „metodologia badań i warsztat badawczy socjologów od końca lat pięćdziesiątych oraz w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych uległy zasadniczym zmianom w porównaniu z okresem bezpośrednio powojennym. W socjologii polskiej zdecydowanie zaczęły dominować badania typu surveyowego czy sondażowego, z wywiadem kwestionariuszowym, statystyczną próbą respondentów i opracowaniem statystycznym wyników. Dokonało się to w dużej mierze pod wpływem socjologii amerykańskiej i ożywionych kontaktów międzynarodowych” (1993: 18).

Podkreślmy dwie istotne cechy rozwoju badań empirycznych w Polsce. Pierwsza dotyczy dominacji badań wykorzystujących kwestionariusz i ankietę w kontaktach z „reprezentatywnymi” respondentami. Faktycznie, od początku połowy lat pięćdziesiątych socjologia polska jest zdominowana przez badania typu surveyowego. Niektórzy – jak Antoni Sułek (1985) – w odniesieniu do lat osiemdziesiątych pisali o „hipertrofii” wywiadu mając na myśli oficjalną socjologię; wszakże wtedy prowadzono nawet podziemne badania

ankietowe (Tabin 1990). Inni badacze – jak Franciszek Sztabiński (1997) – w odniesieniu do lat dziewięćdziesiątych pisali nawet o „superhipertrofii”. Prawda jest taka, że w dzisiejszej polskiej socjologii badania surveyowe zdecydowanie dominują. Aby się o tym przekonać, wystarczy przejrzeć „Studia Socjologiczne”, „Przegląd Socjologiczny” i „Kulturę i Społeczeństwo”; wśród artykułów empirycznych – które stanowią mniej niż połowę wszystkich artykułów publikowanych – około trzech czwartych, to prace oparte na wynikach badań surveyowych.

Drugą istotną cechą stanu socjologicznych badań empirycznych w Polsce jest to, że badania surveyowe – jako technika badawcza – są produktem importowanym. Rozwój tej techniki dokonywał się nie w Polsce, a gdzie indziej, przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych. Kontakty międzynarodowe sprawiały, że socjologowie polscy „pożyczali” pytania z kwestionariuszy zagranicznych i adaptowali je do warunków polskich. Socjologowie, tu w kraju, dokonali również akulturacji wyglądu kwestionariuszy, sposobu doboru ankietów i przeprowadzania wywiadu, kodowania i dokumentacji, a także analiz statystycznych. Wszystko jest „niby” takie same, ale – jeżeli zbadać szczerze, to inne. Folklor badań surveyowych w Polsce odbiega od folkloru badań surveyowych w innych krajach, przede wszystkim w USA.

Te dwie cechy wyznaczają ramy problemowe tego rozdziału. Przede wszystkim chcę wyraźnie zaznaczyć, że będę wypowiadał się głównie o badaniach surveyowych – właśnie jako o technice dominującej. Wszakże nie należy przypisywać mi poglądu, iż socjologia ogranicza się do tej techniki badawczej. Wręcz przeciwnie, będę argumentował, że repertuar technik badawczych w warunkach polskich należy rozszerzać.

Specyfika folkloru badań surveyowych w Polsce może być określana tylko przez skrupulatne analizy międzykrajowe. Moje doświadczenie porównawcze jest największe w odniesieniu do dwóch krajów: Polski i Stanów Zjednoczonych. Będę odwoływał się do wiedzy praktycznej jako czynnego badacza mającego kontakty z różnymi ośrodkami realizującymi sondaże oraz do wiedzy skodyfikowanej – zawartej w artykułach i książkach¹.

Intelektualny trzon tego rozdziału opiera się na dwóch przesłankach. Wędląg przesłanki pierwszej w Polsce w ostatnim trzdziestoleciu nagromadzono bardzo dużo cennego materiału na temat sytuacji wywiadu i wiarygodności wypowiedzi w wywiadzie, ale materiał ten ma małe znaczenie dla praktyki

¹ Znam z praktyki kilka ośrodków, które realizują badania sondażowe w Polsce (Ośrodek Realizacji Badań IFiS PAN, CBOS, Zespół Realizacji Badań PTS) i w Stanach Zjednoczonych (NORC, Survey Research Center OSU). Od wielu lat śledzę literaturę na temat badań sondażowych i innych badań z użyciem wywiadu kwestionariuszowego. To pozwala mi na porównanie metodologii krajowej i zagranicznej – przynajmniej w zawężonym rozumieniu, kontrastując sytuacje w Polsce i Stanach Zjednoczonych.

opracowywania merytorycznych wyników badawczych. Z kolei druga przesłanka głosi, że w Stanach Zjednoczonych, w ostatnim trzydziestoleciu, opracowano różne metody i podejścia pozwalające na korekcję materiału socjologicznego uzyskiwanego w wywiadach – korekcję dokonywaną w opracowaniu statystycznym. Po zastosowaniu pewnej wizji rozwoju badań naukowych, stawiam tezę, według której socjologia polska stoi przed zadaniem wchłonięcia własnego dorobku metodologii empirycznej i użycia zdobytej i zdobywanej w ten sposób wiedzy zgodnie z postulatami metodologii zagranicznej – tzn. w statystycznym opracowywaniu danych socjologicznych.

Główne metodologiczne problemy badań surveyowych i ich opracowywania

Polska socjologia może się poszczycić wieloma pracami dotyczącymi źródeł błędów w badaniach surveyowych. Prace te były systematycznie podejmowane od połowy lat sześćdziesiątych. W moim przekonaniu, do najważniejszych osiągnięć w tym zakresie należą: (a) zapoczątkowany przez Zygmunta Gostkowskiego, a kontynuowany potem we współpracy z Janem Lutyńskim, a ostatnio z Pawłem Daniłowiczem, wielotomowy cykl publikacji *Analizy i próby technik badawczych w socjologii* (Gostkowski 1966; 1989; 1990; 1992; Gostkowski i Lutyński 1968; 1970; 1972; 1975; Gostkowski i Daniłowicz 2001)²; (b) ogólniejsze metodologiczne studia Stefana Nowaka (1965; 1985), a także jego próby przyswojenia metodologii zagranicznej (Nowak 1965); (c) dorobek szkoły łódzkiej, głównie inspirowany przez prace Jana Lutyńskiego i kontynuowany przez jego współpracowników i uczniów – Pawła Daniłowicza, Annę Kubiak, Ilonę Przybyłowską, Włodzimierza Andrzeja Rostockiego, Franciszka Szabińskiego, Pawła Sztabińskiego oraz Andrzeja P. Wejlanda³; (d) syntetyzujący tom na temat wywiadu kwestionariuszowego pod redakcją Krystyny Lutyńskiej i Andrzeja Wejlanda (1983) i późniejsza praca Krystyny Lutyńskiej (1993) na temat socjologiczno-antropologicznych aspektów badań surveyowych; (e) prace metodologiczne Antoniego Sułka (1990

² Jeden z tomów tej serii ukazał się pod redakcją Krystyny Lutyńskiej i Jana Lutyńskiego (1986). W sumie, seria *Analizy i próby technik badawczych w socjologii* liczy dziesięć tomów. Warto tu także wspomnieć o wydawanych w latach 1972–1989 zeszytach *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych* pod redakcją Zygmunta Gostkowskiego, a niekiedy Krystyny Lutyńskiej. W sumie ukazało się dziewięć zeszytów w tej serii, z których większość była w całości poświęcona badaniom surveyowym.

³ Wymieniłem tu alfabetycznie tych badaczy, którzy w szkole łódzkiej są autorami lub redaktorami książek lub też opublikowali znaczną liczbę artykułów na temat metodologii badań surveyowych i zajmują lub zajmowali się tą problematyką przez dłuższy czas.

i 2001), a także (f) prowadzone przez Henryka Domańskiego nowe czasopiśmismo metodologiczne „ASK”⁴. Bibliografia prac metodologicznych opracowana przez Krystynę Lutyńską (2000 i 2002) w dziale poświęconym metodom badań sondażowych zawiera 75 pozycji książkowych i ponad 300 pozycji artykułowych⁵.

W polskich pracach metodologicznych głównych źródeł błędów w badaniach surveyowych upatrywano we wszystkich etapach procesu badawczego. W szczególności analizowano:

1. Wady doboru i realizacji prób reprezentacyjnych.
2. Czynniki zakłócające wiarygodność wypowiedzi w wywiadzie, związane z (a) samym narzędziem badawczym (kwestionariuszem), (b) prowadzącym wywiad (ankieterem), a także (c) sytuacją rozmowy (interrogacją).
3. Czynniki zakłócające właściwe wykorzystanie wypowiedzi udzielonych w wywiadzie, związane z (a) interpretacją (rozumieniem) wypowiedzi respondenta oraz (b) transkrypcją (kodowaniem).

Jednocześnie w polskich pracach metodologicznych stosunkowo mało miejsca poświęcono refleksji, jak błędy wprowadzone na różnych etapach procesu badawczego można wykorzystać w analizie merytorycznych wyników. Niekiedy wiemy, jak liczba prekategoryzowanych odpowiedzi wpływa na rezultaty sondażu, ale w praktyce nie uwzględniamy żadnej poprawki w prezentacji wyników tegoż sondażu. Mamy bogatą ewidencję, że obecność osób trzecich w czasie wywiadu wpływa na odpowiedzi na pytanie o główne konflikty społeczne, ale nie wiemy, jak tę informację wykorzystać w celu korekcji wypowiedzi respondentów, aby działanie owego czynnika zakłócającego – obecności osób trzecich w czasie wywiadu – zminimalizować. To oczywiście są przykłady. Ogólnie, istnieje rozdzźwięk między nagromadzoną w Polsce wiedzą empiryczną o badaniach kwestionariuszowych a jej praktycznym wykorzystaniem. Nasi koledzy w wielu krajach są w innej sytuacji: ze znacznie

⁴ Pismo „ASK – Społeczeństwo, Badania, Metody” zaczęło wychodzić w 1995 roku, początkowo jako półrocznik. Jednakże w latach 1997–2002 ukazywało się nieregularnie. Jest nadzieja, że w przyszłości pismo to będzie ukazywać się jako kwartalnik.

⁵ Z ważniejszych książek na temat badań surveyowych, poza już wymienionymi, warto przywołać pracę Andrzeja P. Wejlanda (1977) zawierającą analizę logiczną interrogacji, Krzysztofa Kistelskiego (1985) o roli ankietera, Małgorzaty Stefanowskiej (1988) o rozmiarach i kierunkach błędów w wywiadzie, Katarzyny M. Staszynskiej (1989) o wiarygodności respondentów, Włodzimierza Andrzeja Rostockiego (1992) o trudności pytań w wywiadzie kwestionariuszowym, Pawła B. Sztabińskiego (1997) o „błędzie ankietera” i „błędzie respondenta”. Warto także wskazać na następujące zbiory artykułów: Jan Lutyński (1984), Grażyna Gęsicka, Lena Kolarska-Bobińska i Jerzy Wertenstein-Zuławski (1987), Ilona Przybyłowska (1990) i Henryk Domański, Krystyna Lutyńska i Andrzej Rostocki (1999). W latach dziewięćdziesiątych niektóre numery „Przeglądu Socjologicznego” (XL/2 z 1993 roku, XLV/1 z 1996 roku i XLVIII/1 z 1999 roku), „Studiów Socjologicznych” (nr 3/4 z 1995 roku), oraz „Kultury i Społeczeństwa” (XXXVIII/3 z 1994 roku, XLIII/4 z 1999 roku) zostały w całości lub dużej części poświęcone metodom badań surveyowych.

skromniejszą wiedzą starają się skorygować pomiar uzyskiwany w badaniach sondażowych, aby – o ile to możliwe – zniwelować wpływ „błędów”. Aby pokazać, jak tę nagromadzoną wiedzę na temat sposobów podniesienia wiarygodności i rzetelności pomiaru w badaniach surveyowych wykorzystać, niezbędne jest zrozumienie, iż istnieją dwa odmienne typy analizy wypowiedzi udzielonych w wywiadzie.

Dwa typy analizy wypowiedzi respondentów w badaniach surveyowych

Socjologowie mogą używać informacji, jakiej dostarcza wywiad kwestionariuszowy, w dwóch różnych celach⁶. Pierwszy cel dotyczy tego, aby przedstawić myśli, oczekiwania, opinie i nastawienia badanych osób i dokonać uogólnienia tego werbalnego materiału na pewną zbiorowość. Zgodzić się trzeba, iż wypowiedzi powinny być zrelatywizowane do kontekstu społecznego, w którym zostały wyrażone. Jak wskazują już dawno przeprowadzone badania, ludzie „szczerze” mówią różne rzeczy w różnych kontekstach społecznych – np. w sytuacji „oficjalnej” i „prywatnej”. Dla socjologa nie jest to wszakże zaskoczeniem, gdyż wypowiedź – w tym jej treść – jest funkcją roli społecznej, w jakiej wypowiadający jej udzielił.

Wiedząc o tym, poznawczą humanizację badań surveyowych można rozumieć jako postulat empatycznej analizy sytuacji wywiadu. Jest to postulat rozważenia, w jakim stopniu uzyskane podczas tej sytuacji wypowiedzi należy „przypasować” do innych, naturalnych sytuacji życiowych.

Chociaż wywiad jest sytuacją sztuczną, to nie sądzę, aby wiele naturalnych sytuacji życiowych od niej odbiegało w swoich zasadniczych zarysach. W szczególności:

- wielu z nas w urzędach i w pracy często rozmawia z obcymi;
- prawie każdemu znajomi i nieznajomi zadają jakieś nieoczekiwane pytania;
- nie zawsze mamy jasność co do celów rozmów, jakie prowadzimy;
- kontrola, jak nasze wypowiedzi będą wykorzystane, jest ograniczona nawet wśród kolegów z pracy.

To są istotne podobieństwa między sytuacją wywiadu i sytuacjami konwersacyjnymi, w jakich się czasami znajdujemy. Oficjalność, a nawet „sztuczność” sytuacji wywiadu nie jest czymś złym. Myślę, że dzięki tej oficjalno-

⁶ Część tekstu w tej części rozdziału była publikowana w innej formie – jako głos dyskusyjny – w pracy zbiorowej (Słomczyński 1992).

ści, w wielu krajach – w tym w Polsce – ośrodki badania opinii publicznej dokonują dobrej predykcji takich zachowań oficjalnych, jak zachowania wyborcze.

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

Drugim typem analizy danych z wywiadów jest taki, w którym chodzi o uzyskanie wskaźników dla pewnych zmiennych zdefiniowanych na poziomie teoretycznym, które mogą mieć różne operacjonalizacje. Najpierw rozpatrzmy najprostszą sytuację, w której mamy jedną zmienną i jeden wskaźnik. W tym przykładzie i w dalszych będę się opierał na tym, co w socjologii amerykańskiej jest szczególnie dobrze rozwinięte i stosowane, tj. na psychometrycznej i ekonometrycznej teorii pomiaru. Ta teoria pomiaru przeniknęła już do socjologii.

Teoria pomiaru zakłada, że dana zmienna obserwowana (y) dla każdej jednostki obserwacji (i) zawiera dwa elementy: zmienną ukrytą (Y), którą faktycznie chcemy mierzyć oraz błąd (e), który chcemy minimalizować:

$$y_i = Y_i + e_i$$

Najważniejszą rzeczą w statystycznym zastosowaniu modeli równań strukturalnych jest ustalenie relacji między konstruktem (Y) i jego reprezentacją wskaźnikową (y). Załóżmy, że zmienna teoretyczna Y – np. autorytaryzm – ma niekwestionowaną operacjonalizację y^* uzyskaną poprzez pomiar poza sytuacją wywiadu; y^* zwane jest kryterium dobroci pomiaru. Załóżmy też, że tę samą zmienną chcemy operacjonalizować poprzez baterię pytań w kwestionariuszu y_1, \dots, y_n , będącą testem pozwalającym na konstrukcję zmiennej y . Wówczas ocena pytań kwestionariusza dotyczących zmiennej y jest dokonywana ze względu na to, w jakim stopniu y koreluje się z y^* . Powiemy, że test jest dobry, gdy korelacja y i y^* jest dostatecznie bliska jedności.

W testowej teorii pomiaru, adekwatność pytań kwestionariusza – ich treści i formy, a także cech ankietera oraz adekwatność sytuacji, w jakiej pytania te są zadawane – tzn. warunki wywiadu – podlegają zupełnie innym kryteriom niż te, które występują w pierwszym typie analizy. Kwestia, która zgodnie z tą teorią jest najważniejsza, może być sformułowana następująco: czy pytania kwestionariusza mierzą to, co mierzyć mają – tzn. czy dostarczają do-

brych wskaźników do pomiaru danej postawy. W ramach tej teorii odpowiedzi respondentów mogą mierzyć daną postawę niezależnie od tego, jak dane pytania respondenci rozumieją, a nawet czy ich odpowiedzi odzwierciedlają to, co oni rzeczywiście w związku z nimi myślą. Pytania mają być tylko bodźcami do ujawnienia pewnych reakcji, które traktowane są jako empiryczne wskaźniki danej postawy.

Oczywiście w większości badań socjologicznych nie mamy dwóch pomiarów y^* i y . Nie znaczy to wcale, że wskaźniki y_1, \dots, y_n nie mogą być każdorazowo oceniane ze względu na y^* lub jego analog y' . Metodologia konstrukcji testów dostarcza szeregu warunków na pojedyncze wskaźniki $y_n = f(y')$ oraz kryteriów wewnętrznych dotyczących ich wzajemnej relacji $y = f(y_1, \dots, y_n)$. Przykładowo, tak nagromadzona wiedza empiryczna na temat autorytaryzmu wskazuje, że pozytywna reakcja – tj. zgoda w wywiadzie na zdanie „żaden przyzwoity mężczyzna nie może szanować kobiety, która przed małżeństwem nawiązywała stosunki seksualne” – jest dobrym wskaźnikiem tej postawy ze względu na kryteria zewnętrzne i wewnętrzne. Wiemy o tym, choć badania pilotażowe wskazują, że respondenci pytanie to: (a) rozumieją w sposób zróżnicowany (w szczególności słowo „nawiązywała” przypisywany jest różny stopień woli lub inicjatywy); (b) traktują z różną dozą powagi (niektórzy uważają je za pytanie serio, a niektórzy za humorystyczne); (c) uznają za mniej lub bardziej stosowne (i w związku z tym w różnym stopniu ujawniają to, co rzeczywiście myślą). Siła tego pytania – w sensie teorii testów – polega jednak na tym, że dostarcza ono istotnego bodźca do ujawnienia pewnego nastawienia wobec tradycyjnych norm społecznych. Pytanie to jest dobrym wskaźnikiem postawy autorytaryzmu, mimo że – według niektórych respondentów – jest to pytanie niejasne, mało poważne, a nawet niezbyt stosowne.

Analiza odpowiedzi na pytania w wywiadzie, przeprowadzona zgodnie z testową teorią pomiaru, dostarcza interesujących wyników merytorycznych. Najważniejsze jest to, iż umożliwia ona wzięcie pod uwagę różnych czynników, które zakłócają proces komunikacyjny respondent–badacz i ograniczają rzetelność i wiarygodność pomiaru. W ostatnich latach zastosowanie aparatu statystycznego do poprawy dwóch podstawowych własności pomiaru – wiarygodności i rzetelności (Traub 1994; Camilli i Shepard 1994) – zostało ugruntowane poprzez zastosowanie modeli równań strukturalnych (Berne 1998, Bollen 1989; Bollen i Long 1994; Fleishman i Benson 1987; Hoyle 1995; Kaplan 2000; Kelloway 1998; Maruyama 1997). Stwarza to nową szansę twórczego wykorzystania polskiego dorobku teoretycznego i empirycznego, aby usprawnić warsztat badawczy.

Ogólnie rzecz biorąc, w specyfikacji konstruktów, które inferowane są z danych empirycznych należy wprowadzać zmienne wpływające na jakość pomiaru. Można to robić albo poprzez modelowanie błędów poszczególnych

wskaźników (zakładając, że są one warunkowane nie tylko zmienną ukrytą, ale i czynnikiem zakłócającym), albo poprzez wprowadzanie zmiennych kontrolnych (które wpływają na zakres niewyjaśnionej wariancji mierzonego konstruktów). Wybór podejścia do poprawy pomiaru zależy od merytorycznej specyfikacji modelu.

Nowe tendencje w uzyskiwaniu i opracowywaniu danych surveyowych

Badania opinii publicznej są kategorią zakresowo przecinającą się z badaniami *par excellence* socjologicznymi. Badania opinii publicznej należą do socjologii tylko wtedy, gdy są to badania akademickie, gdyż socjologia jest dziedziną nauk społecznych⁷. Często o tym fakcie zapominamy.

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

Dla rozwoju badań sondażowych niezmiernie ważne wydaje się wyjście poza utarte schematy badań. Wskażę tu trzy obszary, w których socjologia polska mogłaby wnieść istotny wkład:

1. Nowe formy komunikowania się i techniki kombinowane. Telefony komórkowe i Internet dostarczają nowych możliwości kontaktów z respondentami. Najlepsze opracowania z tego zakresu wskazują drogę, w jaki sposób wkomponować te nowe formy komunikowania się w proces zbierania materiału empirycznego (Lavrakas 1993; Bourque i Fielder 2002; Dillman 1999; Nesbary 1999). Ponieważ zarówno telefony komórkowe, jak i Internet stają się w Polsce coraz bardziej popularnymi środkami przekazu, metodologowie stoją przed możliwościami wykorzystania ich do zbierania nowego materiału o respondentach. Należałoby zastanowić się nad możliwościami wykorzystania tych środków do uzyskiwania danych uzupełniających materiały ze standardowych wywiadów sondażowych.
2. Łączenie danych surveyowych z danymi pozasurveyowymi. Jedną z mocniejszych kart polskiej socjologii są doświadczenia w uzyskiwaniu mate-

⁷ Na ten temat kompetentnie wypowiadał się Antoni Sulek (2001); por. też Słomczyński 1992.

riałów autobiograficznych (Szczepański 1972; Jakubczak 1995). Jakościowe i ilościowe analizy materiałów autobiograficznych – w szczególności pamiętników – mogą uzupełniać dane z typowych wywiadów sondażowych.

3. Badania panelowe i kumulacja informacji o indywidualach i rodzinach. Badania panelowe – a więc takie, w których respondenci udzielają wywiadu co najmniej dwukrotnie w merytorycznie uzasadnionym odstepie czasu – są szczególnie cenne ze względów merytorycznych i metodologicznych. Merytorycznie – systematycznie prowadzone badania panelowe pozwalają na śledzenie biografii życiowych. Metodologicznie – nasuwa się możliwość połączenia ilościowej analizy biografii z analizą jakościową, która w Polsce jest dobrze ugruntowana i ciągle budzi żywe zainteresowanie (Latoszek 1987; Włodarek i Ziółkowski 1990; Leoński i Rzepa 1993).

Zakończenie

W Polsce nagromadzono i stale gromadzi się olbrzymią wiedzę na temat czynników wpływających na wypowiedzi respondentów. Analizie podlegały wpływy wynikające z doboru respondentów (konstrukcji próby reprezentatywnej), samego narzędzia badawczego (tj. budowy kwestionariusza i sformułowania pytań), osoby prowadzącej wywiad (tj. cech ankietera) i warunków prowadzenia rozmowy (tj. modelu wywiadu, wpływu osób obecnych w trakcie wywiadu i innych cech wywiadu). Do tej pory wiedza ta jest prawie w ogóle nieużywana w praktyce opracowywania materiału. W Stanach Zjednoczonych, a także w innych krajach poświęcono sporo uwagi technikom statystycznego opracowywania materiału z sondaży, które pozwalają na wykorzystanie tej wiedzy, aby skutecznie poprawić dobroć pomiaru w badaniach socjologicznych. Sądzę, że socjologia polska stoi przed wyzwaniem wykorzystania tego, co w metodologii badań empirycznych uczyniono przez wykorzystanie wiedzy i doświadczeń w metodologii zagranicznej. Krótko mówiąc, należy stosować nowoczesne narzędzia opracowania statystycznego, które umożliwiają poprawność pomiaru. Staralem się zarysować, w jaki sposób można to uczynić odwołując się do metodologii pomiaru, przede wszystkim do konfirmacyjnej analizy czynnikowej będącej częścią statystycznego aparatu równań strukturalnych.

Na zakończenie wypowiem się też w innej kwestii. W związku z regulacjami prawnymi dotyczącymi ochrony prywatności, socjologowie i inni badacze posługujący się techniką wywiadu kwestionariuszowego, odświeżyli stare problemy dotyczące moralnej odpowiedzialności badacza przed badanymi. Istotnie, trzeba pamiętać, że to, jakie techniki badacz wybiera i jak je stosuje,

podlega ocenie moralnej nie tylko jego środowiska, ale i szerszych kręgów społecznych. Pisałem na ten temat w jednym ze swoich wczesnych artykułów (Słomczyński 1966).

Chcę wszakże zwrócić uwagę na inny aspekt moralnego kontekstu badań socjologicznych. To nie tylko badacze, ale również potencjalni badani podlegają – i powinni podlegać – ocenom moralnym. Jest jasne, że w zdrowym społeczeństwie wiedza o reprezentatywnym rozkładzie opinii na temat ważnych spraw społecznych jest – i powinna być – dobrem publicznym. Jeżeli ktoś przez swoje wygodnictwo czy jakieś błahe powody utrudnia tworzenie tego ważnego dobra, zasługuje na moralne potępienie. Jeżeli odmowa uczestniczenia w badaniach zakłóca otrzymanie reprezentatywnego rozkładu opinii, to potencjalny respondent za owe niepożądane skutki ponosi moralną odpowiedzialność – czy chce, czy nie. Taka odpowiedzialność moralna dotyczy zresztą nie tylko odmowy uczestniczenia w badaniu, ale i zachowania się w czasie wywiadu, w tym podawania fałszywych informacji czy prezentacji nie swoich opinii.

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

Tak więc, w konkluzji dotyczącej moralnych aspektów badań surveyowych wyrażam pewną myśl lapidarnie: członek społeczeństwa ma moralne powinności jako potencjalny lub faktyczny respondent, gdyż tworzona przy jego udziale wiedza jest dobrem publicznym. Należy to uświadomić nie tylko socjologom, ale i ich badanym – respondentom⁸. Socjologowie w krajach o dobrze ugruntowanej demokracji zdają sobie z tego sprawę i odwołują się do powinności obywatelskiej respondentów. Z tych doświadczeń zagranicznych też warto korzystać.

⁸ Trzeba przy tym zwrócić uwagę, że w Polsce istnieją specjalne prace poświęcone stosunkowi respondentów do badań – por. Przybyłowska i Kistelski (1985) oraz Sztabiński i Sztabiński (1994). O niektórych problemach badań surveyowych związanych z niedostępnością wylosowanych „respondentów”, patrz Domański, Sztabiński i Sztabiński (1993).