

Magdalena Żelazo

Kwestionariusz wywiadu jako narzędzie badawcze

Obronność - Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej nr 2(6), 222-238

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

AUTOR
Magdalena Żelazo
m.zelazo@poczta.aon.edu.pl

KWESTIONARIUSZ WYWIADU JAKO NARZĘDZIE BADAWCZE

Wstęp

Janusz Sztumski w książce *Wstęp do metod i badań społecznych* porusza kwestię filozoficznych podstaw badań społecznych. *To, co chcemy badać – podobnie też to – jak chcemy realizować nasze zamierzenia badawcze, wiąże się z potrzebą świadomego lub milczącego przyjęcia określonych podstaw filozoficznych, dotyczących tego czym jest dla nas wybrany przedmiot badań oraz jakie są uwarunkowania jego poznania*¹.

Czym więc jest dla nas przedmiot badań? Przedmiotem badań w naukach społecznych jest społeczeństwo, zachodzące w nim procesy społeczne, grupy społeczne, ich wytwory itp., lecz przede wszystkim w podejściu ontologicznym, czyli odnoszącym się do natury badanego przedmiotu, tzn. jego charakteru, rodzaju i istoty².

Co do zgodności z powyższą tezą wśród badaczy zjawisk społecznych zdania są podzielone, lecz czy prawidłowością nie jest fakt, iż metodę, technikę oraz narzędzie badawcze dostosowuje się do przedmiotu i problemu badawczego a nie odwrotnie. W badaniach społecznych wyodrębnione i scharakteryzowane zostały, wspomniane metody, techniki oraz narzędzia badawcze, ale nie po to, aby do nich dostosowywać dany przedmiot i problem badawczy.

Tematem niniejszego artykułu jest kwestionariusz wywiadu jako narzędzie badawcze.

Mając wyznaczony przedmiot, problem oraz cel badań, musimy zastanowić się, jaka metoda, technika a następnie narzędzie badawcze, będzie w stanie najefektywniej odpowiedzieć na stawiane przez nas pytania względem przedmiotu badań.

Według T. Pilcha oraz T. Wujka narzędzie badawcze to *przedmiot służący do realizacji wybranej techniki badań. O ile technika badawcza oznacza czynności, na przykład obserwowanie, prowadzenie wywiadu, o tyle narzędzie badawcze to instrument służący do technicznego gromadzenia*

¹ J. Sztumski, *Wstęp do metod i badań społecznych*, Wyd. „Śląsk”, Katowice 1995, s. 21.

² Tamże, s. 22.

danych z badań. W tym rozumieniu narzędziem badawczym będzie kwestionariusz wywiadu, arkusz obserwacyjny, a nawet ołówek³.

Dobrze skonstruowany kwestionariusz wywiadu, arkusz obserwacyjny czy ostro zatemperowany ołówek to podstawa osiągnięcia celu badawczego oraz wysunięcia rzetelnych wniosków.

W niniejszym artykule przeanalizowano jedno z narzędzi badawczych stosowanych w naukach społecznych – kwestionariusz wywiadu.

Kwestionariusz wywiadu w naukach społecznych

Nauki społeczne dysponują szeregiem metod oraz technik zdobywania materiałów empirycznych służących do realizacji nałożonych zadań. Gwoli przypomnienia, metoda to nic innego jak pewna procedura postępowania, np. obserwacja, eksperyment czy wywiad, a technika to uszczegółowiona procedura tego postępowania.

Metodą badawczą, która posługuje się kwestionariuszem wywiadu, jest *wywiad*. *Wywiad* najogólniej definiuje się jako rozmowę kierowaną, w której udział biorą co najmniej dwie osoby – ankieter (badacz) oraz respondent⁴. Wywiad nie jest tylko rozmową, lecz jest to forma dialogu umożliwiająca badającemu uzyskanie od respondenta takich informacji, które pomogą osiągnąć badaczowi postawiony cel badań. Wywiad w naukach społecznych ujmowany jest jako proces, podczas którego osoba prowadząca wywiad stara się oddziaływać na badanego za pomocą stawianych pytań i skłania go tym samym do rozwiązania problemu badawczego. Warto również zwrócić uwagę, iż wywiad jest jedną z metod badawczych, jaka umożliwia jednoczesne stosowanie innej metody, a mianowicie obserwacji⁵.

W naukach społecznych wyróżniamy szereg klasyfikacji wywiadu jako metody badawczej. Począwszy od charakteru wywiadu, standaryzacji, struktury, poprzez swobodę zadawania pytań i udzielania odpowiedzi czy chociażby miejsca jego przeprowadzania. Jedną z bardziej znanych klasyfikacji wywiadu przedstawia T. Pilch, który dzieli je następująco:

- wywiad skategoryzowany – jest metodą odpowiednio zestandaryzowaną. Polega na posługiwaniu się podczas badań dokładnie opracowanym kwestionariuszem wywiadu. Kwestionariusz pytań tworzony jest według ściśle określonych zasad (od pytań prostych do bardziej złożonych, od pytań ogólnych do osobistych itp.), co zapewnia większą jednorodność i porównywalność danych;

³ T. Pilch, T. Wujek, *Metody i techniki badań w pedagogice*, [w:] M. Godlewski, S. Krawcewicz, T. Wujek (red.), *Pedagogika – podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 1974, s. 101.

⁴ J. Sztumski, *Wstęp...*, wyd. cyt., s. 120.

⁵ Tamże, s. 121.

- wywiad nieskategoryzowany – jest to wywiad, który prowadzi się tylko według pewnego ogólnego planu w postaci dyspozycji do rozmowy. W tym przypadku nie jest wymagana kolejność ani ścisłość w zadawaniu poszczególnych pytań. Ten rodzaj wywiadu daje możliwość swobody w formułowaniu pytań oraz zmieniania ich kolejności, a także można tu zadać dodatkowe pytania w celu pogłębienia zagadnień;

- wywiad jawny – polega na poinformowaniu badanych o celu prowadzonych rozmów słownych. Może on być formalny i nieformalny;

- wywiad ukryty – tu badany nie jest poinformowany o roli ankietera, o celach i przedmiocie rozmowy. W trakcie luźnej rozmowy badający usiłuje przez stosowne jej ukierunkowanie uzyskać interesujące go dane. Wywiad ten stosuje się, gdy zagadnienia wywiadu są drażliwe bądź, jeśli rola społeczna badanego w danej zbiorowości określa ściśle jego opinie lub postawy, które niekiedy mogą być różne od osobistych;

- wywiad indywidualny – badacz prowadzi wywiad tylko z jednym respondentem. Rozmowie tej towarzyszy intymna oraz skłaniająca do zwierzeń atmosfera. Ten rodzaj wywiadu pozwala na poruszanie bardziej osobistych kwestii;

- wywiad zbiorowy – w wywiadzie tym uczestniczy jednorazowo kilka osób. Wywiad ten stosuje się wówczas, gdy przedmiotem badań są opinie lub fakty jednorodnej grupy. Uzyskujemy wtedy informacje obszernie i dość obiektywne. Wywiadam zbiorowym towarzyszą emocje, mogące mieć znaczenie dla wiarygodności badań (np. skrępowanie obecnością innych, czy chęć pokazania się z jak najlepszej strony)⁶.

Aby umiejscowić kwestionariusz wywiadu wśród technik badawczych, posłużono się klasyfikacją J. Lutyńskiego, który w wyniku zastosowania dwóch podstawowych i dość jednoznacznych kryteriów klasyfikacyjnych, otrzymał zestawienie, w bardzo klarowny sposób ukazujące jego miejsce (tabela 1.).

Pierwsze kryterium zastosowane przez J. Lutyńskiego to występowanie bądź niewystępowanie procesu wzajemnego komunikowania się między badaczem a respondentem, przy czym proces komunikowania ma charakter obustronny. Istota wzajemnego komunikowania się polega na tym, że osoba badająca kieruje do badanego pewną wypowiedź ustną lub pisemną, zawierającą żądanie udzielenia pewnej informacji. Przekaz ten, docierając do odbiorcy, wywołuje u niego oczekiwaną przez nas reakcję w postaci informacji. Proces wzajemnego komunikowania rozumiany w ten właśnie sposób, nie występuje podczas wykorzystywania, np. technik obserwacyjnych. Co prawda badacz ma często bezpośredni kontakt z badanym, lecz

⁶ T. Pilch, *Zasady badań pedagogicznych*, Wyd. Żak, Warszawa 1995, s. 58.

polega on przede wszystkim na rejestrowaniu jego zachowań, bez kierowania do niego jakichkolwiek żądań udzielania informacji⁷.

Drugie kryterium uwzględnione przez autora przytoczonej klasyfikacji, to tzw. standaryzacja, czyli *ujednoczenie według z góry przyjętego wzorca czy wzorców-standardów*⁸. Pojęcie standaryzacji odnosi się niemal do wszystkich dziedzin aktywności człowieka, a w naukach społecznych ma nader istotne znaczenie. Jak słusznie zauważył S. Ossowski, *ograniczenie się w badaniach socjologicznych do ścisłych standaryzowanych metod wedle wzoru nauk przyrodniczych nie tylko eliminuje materiały z przeszłości, ale – pociąga za sobą inne jeszcze skutki nieznanne naukom przyrodniczym*⁹. W naukach społecznych możliwości standaryzacji są nader ograniczone specyfiką tych nauk, o której wcześniej była mowa. W socjologii standaryzacja wiąże się, np. z dążeniem do tego, aby w badaniach empirycznych osiągnąć reprezentatywność próbki badanej populacji i taką normalizację danych, aby nadawały się one do opracowań statystycznych oraz do maksymalnej depersonifikacji procesu badawczego, redukującego do minimum wpływ osoby badacza na osiągnięte wyniki¹⁰.

Tabela 1. Klasyfikacja technik badawczych wg J. Lutyńskiego

	Techniki obserwacyjne (obserwacja właściwa)	Techniki oparte na wzajemnym komunikowaniu się	
		bezpośrednim	pośrednim
Techniki niestandardyzowane	I. Techniki obserwacji niekontrolowanej	II. Techniki wywiadu swobodnego (wolnego)	III. Techniki otrzymywania wypowiedzi pisemnych niestandardyzowanych
Techniki standaryzowane	IV. Techniki obserwacji kontrolowanej	V. Techniki wywiadu kwestionariuszowego	VI. Techniki ankiety

Źródło: J. Lutyński, *Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów*, [w:] Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. II, Wrocław 1968, s. 29.

⁷ L. A. Gruszczyński, *Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2001, s. 8.

⁸ J. Lutyński, *Ankieta...*, wyd. cyt., s. 31.

⁹ J. Sztumski, *Wstęp...*, wyd. cyt., s. 15.

¹⁰ Zob., H. Becker i H. E. Barnes, *Rozwój myśli społecznej od wiedzy ludowej do socjologii*, Warszawa 1964, s. 121-123.

W praktyce badawczej standaryzacja sprowadza się przede wszystkim do sposobów zdobywania pożądaných informacji od dużych i bardzo dużych prób badawczych. Sposoby te muszą charakteryzować się ujednoliceniem żądań w odniesieniu do wszystkich respondentów. Oznacza to, iż formułowane przez badacza dyspozycje, dotyczące pozyskiwania poszukiwanych informacji, muszą być w każdym przypadku identyczne. Jedynym sposobem umożliwiającym spełnienie tego warunku jest wcześniejsze opracowanie tychże dyspozycji, a następnie zarejestrowanie ich w formie pisemnej. Pisemny spis tychże dyspozycji w naukach społecznych nazywany jest kwestionariuszem badawczym¹¹.

I w ten oto sposób doszliśmy do definicji kwestionariusza. Etymologię słowa *kwestionariusz* odnajdziemy w łacinie: *questo* – pytanie oraz z francuskiego *enquete* – ankieta. W *Słowniku socjologii i nauk społecznych kwestionariusz*, to druk zawierający wszystkie pytania (zamknięte i otwarte) w sondażu¹². Wspomniane wcześniej wytyczne formułowane przez badacza, przyjmują więc w kwestionariuszu charakter przekazów sformułowanych w postaci pytań, zawierających żądanie udzielenia poszukiwanych informacji.

W technikach standaryzowanych wyróżniamy *kwestionariusz wywiadu* oraz *kwestionariusz ankiety*. Podstawowa różnica między tymi narzędziami badawczymi jest taka, że *kwestionariusz wywiadu* przyporządkowany jest technice wywiadu kwestionariuszowego, natomiast *kwestionariusz ankiety* stosowany jest w technice ankiety.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest *kwestionariusz wywiadu*, lecz wiele kwestii dla obu narzędzi jest spójnych.

Techniki badawcze, w których do zbierania informacji wykorzystywane są kwestionariusze, służą w naukach społecznych między innymi do realizowania tzw. badań surveyowych. Ta, wywodząca się z tzw. surveyu pittsburskiego zrealizowanego w pierwszej dekadzie XX wieku, specyficzna procedura badawcza charakteryzuje się przede wszystkim tym, że:

- między dwiema stronami procesu badawczego (czyli badaczem lub jego przedstawicielem oraz respondentem, badanym) zostaje nawiązany kontakt (pośredni lub bezpośredni) o stosunkowo krótkim czasie trwania;
- w czasie tego kontaktu wykorzystuje się kwestionariusz zapewniający daleko idącą standaryzację (a więc i porównywalność) pozyskiwanych od respondenta informacji;
- przekazywane przez respondenta informacje o jego postawach, opiniach, zachowaniach utożsamiane są z jego rzeczywistymi postawami, opiniami, zachowaniami;

¹¹ L. A. Gruszczyński, *Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2001, s. 10.

¹² *Słownik Socjologii i Nauk Społecznych*, Wyd. PWN.

- badane osoby oraz pozyskiwane od nich informacje traktuje się statystycznie, bez rozpatrywania ich położeniowego kontekstu¹³.

Uzupełniając charakterystykę badań surveyowych dokonaną przez Z. Gostkowskiego, można dodać dwie uwagi odnoszące się do ostatniego punktu. Otóż po pierwsze, ze statystycznym traktowaniem respondentów i uzyskiwanych od nich informacji związana jest na ogół ilościowa analiza materiału empirycznego pozyskanego w trakcie badań. Surveyowa procedura badawcza zalicza się do ilościowych metod badawczych, a więc w odniesieniu do zebranych danych stosuje się narzędzia statystyki. Po drugie, badania surveyowe zaliczają się do tzw. badań na poziomie jednostek, co oznacza, że formułowane wnioski dotyczą jednostek lub ich zbiorów, a nie np. mechanizmów funkcjonowania całych zbiorowości¹⁴.

Kwestionariusz wywiadu – charakterystyka narzędzia badawczego

Wiemy już, że kwestionariusz to spis pytań, opracowanych i ułożonych celowo. Wywiad kwestionariuszowy przeprowadzany według ustalonego planu pytań, czyli kwestionariusza, zapewnia nam powtarzalność wyników w prowadzonych badaniach.

Wartość dobrze skonstruowanego kwestionariusza jako narzędzia pomiaru oceniana jest zazwyczaj poprzez trafność i rzetelność poszczególnych pytań lub zespołów pytań. Trafność w znaczeniu oceny kwestionariusza, oznacza jego zdolność do mierzenia danej cechy w taki sposób, aby wartość uzyskana za pomocą pomiaru była jak najbardziej zgodna z rzeczywistością. Natomiast rzetelność pomiaru, oznacza dokładność oraz stałość, czy powtarzalność pytań w kwestionariuszu.

Prawidłowo przygotowany kwestionariusz powinien zawierać dokładnie wyselekcjonowane pytania zarówno pod względem liczby, treści, jak i formy oraz kolejności. Przed rozpoczęciem konstruowania naszego kwestionariusza musimy pamiętać, że pytania muszą stricte odnosić się do wyznaczonych celów szczegółowych prowadzonych badań.

Liczba pytań w kwestionariuszu nie może być zbyt duża, gdyż może to poskutkować zmęczeniem oraz znudzeniem respondenta. Opracowanie kwestionariusza złożonego z kolei ze zbyt małej liczby pytań, może nie wyczerpać zakresu informacji niezbędnych do zrealizowania celu badania. Dlatego też, na każdym etapie konstruowania kwestionariusza musimy trzymać się wyznaczonego planu, czyli celów szczegółowych.

¹³ Z. Gostkowski, *O poprawę jakości badań surveyowych*, *Studia Socjologiczne* nr 3, 1976, s. 258.

¹⁴ Tamże, s. 259.

Ogólne zasady formułowania pytań w kwestionariuszu¹⁵:

1) *Treść pytań*. Pytania zawarte w kwestionariuszu:

- powinny być trafne, tzn. powinien on mierzyć te zmienne, które autor badania zamierza uwzględnić w badaniu;
- powinny być dostosowane do stopnia poinformowania respondenta oraz poziomu jego wiedzy;
- pytania nie powinny dotyczyć zdarzeń zbyt odległych w czasie;
- treść pytań powinna być tak sformułowana, aby udzielane odpowiedzi były społecznie (zwyczajowo, obyczajowo) akceptowane.

2) *Formy pytań*. Słownictwo oraz stosowane w kwestionariuszu zwroty powinny zapewnić dokładne porozumiewanie osoby prowadzącej wywiad (ankietera) z badanym (respondentem). Aby osiągnąć zamierzony cel, czyli możliwość porozumienia i zebrania wiarygodnych danych, język kwestionariusza musi być zbliżony do języka osób badanych. Pytania kwestionariusza powinny być jasne, pozbawione dwuznaczności. Błędem jest również zadawanie pytań sugerujących odpowiedź badanego, np. *Czy z pewnością jest Pani zadowolona z nowego proszku?* lub *Czy to prawda, że lubi Pan słodycze?*

3) *Kolejność i liczba pytań*. Pytania powinny być tak uporządkowane, aby stanowiły dla badanego stosowną całość. Każde pytanie powinno dotyczyć jednego zagadnienia. Błędem jest poruszanie w jednym pytaniu kilku problemów, np. *Czy posiada Pani kota albo psa?*

Ważną zasadą w konstruowaniu kwestionariusza jest stopniowe przechodzenie od pytań ogólnych do pytań szczegółowych, tzn. coraz bardziej zawężających zakres problemu. Jest to tzw. *technika lejka*. Niekiedy stosuje się odwrotnie ułożoną kolejność pytań, czyli *technikę lejka odwróconego*. W takim przypadku kolejność pytań – od szczególnych do ogólnych – również przynosi pozytywne efekty, gdyż powoduje zainteresowanie badanego konkretnym problemem. Pytania wstępne powinny być łatwe i przyjemne. Pytania, tak zwane kłopotliwe, jeżeli są niezbędne w naszym kwestionariuszu, lepiej jest umieścić na końcu kwestionariusza, aby uniknąć rozdrażnienia i zniechęcenia respondenta¹⁶.

Kwestionariusz z zasady składa się z:

- informacji o instytucji prowadzącej badania;
- instrukcji dotyczącej sposobu odpowiedzi na pytania;
- pytań właściwych;
- krótkiej charakterystyki (danych personalnych) osób badanych;
- wzmianki o zapewnieniu anonimowości i podziękowaniu respondentom za włożony trud i czas przeznaczony na odpowiedzi¹⁷.

¹⁵ Ch. Frankfort-Nochnias, D. Nochnias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Wyd. Zysk i Ska, s. 267.

¹⁶ Tamże, s. 270.

¹⁷ J. Apanowicz, *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej*, Wyd. Difin, s. 59.

W wywiadach nawet jeśli są anonimowe, dla pełnej charakterystyki okoliczności lub sytuacji, przeważnie zawsze są potrzebne informacje o charakterystyce socjologicznej osób badanych. Pytania dotyczące tych informacji, tak zwane *pytania metryczkowe*, mogą być na początku lub na końcu kwestionariusza i odnoszą się zwykle do:

- wieku,
- wykształcenia,
- stażu pracy zawodowej,
- płci,
- danych o rodzinie,
- miejscu zamieszkania,
- innych danych¹⁸.

Pytania w kwestionariuszu

Podstawą wszystkich kwestionariuszy są pytania. Kwestionariusz wywiadu, czyli zestaw szczegółowo opracowanych pytań, których treść, słownictwo oraz kolejność są ściśle z góry określone to narzędzie pomiaru w badaniach kwestionariuszowych. Pytania zawarte w kwestionariuszu są stałe i w ten sam sposób zadawane każdej osobie badanej.

1. Treść pytań.

Pytania wykorzystywane w badaniach surveyowych mogą dotyczyć opinii, faktów, postaw czy motywacji i stopnia znajomości określonego zagadnienia. Według treści pytań wyróżniamy:

- *pytania dotyczące faktów* (inaczej zwane pytaniami metryczkowymi) – pytania, których celem jest uzyskanie informacji dotyczących kwestii demograficznych tj.: płeć, wiek, stan cywilny, dochody. Pytania o dane demograficzne, zadawane są przede wszystkim po to, aby możliwe było później dokonanie klasyfikacji respondentów. Następnie uzyskane klasyfikacje mogą być wykorzystywane do wyjaśnienia zaobserwowanych zjawisk, różnic w zachowaniach i postawach badanych;

- *pytania dotyczące subiektywnych doświadczeń* – są to pytania dotyczące postaw, uczuć, wierzeń i opinii respondenta. Pytania, które dotyczą subiektywnego podejścia do jakiegokolwiek sprawy, odnoszą się zazwyczaj do pytań problemowych postawionych przed naszym przedmiotem badań.

2. Rodzaje pytań.

Treść pytań jest bardzo ważnym elementem konstruowania pytań do kwestionariuszy. Jednak ankieter musi wziąć pod uwagę również strukturę

¹⁸ Tamże, s. 59.

pytań i format kategorii odpowiedzi, w jakie pytania te zostały wyposażone. Według tej kategorii podziału wymieniamy:

- *pytania zamknięte* – pytania, w których respondentowi przedkłada się zbiór odpowiedzi, spośród których wybierana jest najbardziej odzwierciedlająca jego poglądy. Pytania zamknięte zadaje się łatwo i równie szybko udziela się odpowiedzi. Nie wymagają one od ankietera dodatkowej pracy w trakcie przeprowadzania badań, a ich analiza jest stosunkowo prosta. Ich wadą jest jednak możliwość uzyskania mniej rzetelnych opinii, biorąc pod uwagę wybór pomiędzy ustalonymi już wariantami odpowiedzi;

- *pytania otwarte* – pytania, które zostawiają respondentowi całkowitą swobodę wypowiedzi na poruszany temat. Pytania otwarte nie mają przygotowanej żadnej konkretnej odpowiedzi, więc to co mówi respondent jest w całości zapisywane. Na pytania otwarte jednak zarówno odpowiada się trudniej, jak i więcej pracy wymaga ich dogłębna analiza. Badacz musi utworzyć specjalny system kodowania, aby możliwa była klasyfikacja uzyskanych odpowiedzi;

- *pytania alternatywne* – to specjalny rodzaj pytań zamkniętych, dotyczących tylko wybranych grup respondentów. Często bywa tak, iż pytania, które chcemy zadać, nie dotyczą wszystkich respondentów. Pewne pytania mogą dotyczyć tylko kobiet bądź tylko mężczyzn albo praktykujących pewien styl życia lub na odwrót. W tym celu wyodrębniana jest grupa respondentów za pomocą pytań filtrujących¹⁹.

Relacja ankieter – respondent

Standaryzacja wywiadu to nie tylko opracowanie kwestionariusza, lecz także identyczne w każdym badaniu warunki pomiaru (wywiadu). W związku z powyższym, ogromną rolę w standaryzacji warunków wywiadu odgrywają zachowania ankieterów i respondentów. Zadaniem ankietera jest dotarcie do respondenta, nawiązanie z nim kontaktu, poprawne zebranie informacji oraz prawidłowe wpisanie ich do kwestionariusza. W wywiadzie przeprowadzonym przez ankietera istotną rolę odgrywa interakcja pomiędzy uczestnikami wywiadu, tzw. ankieterem i respondentem. Jak już wcześniej wspomniano, przed rozpoczęciem wywiadu ankieter powinien przedstawić się respondentowi oraz poinformować go, jaką instytucję reprezentuje. Następnym obowiązkiem ankietera jest sprecyzowanie celu badań oraz zapewnienie o ich anonimowości. Wywiad należy przeprowadzić bez obecności osób trzecich.

Na wiarygodność uzyskanych danych ma wpływ sposób zachowania się ankietera, jego powierzchowność, osobowość oraz znajomość zasad

¹⁹ Ch. Frankfort-Nochnias, D. Nochnias, *Metody...*, wyd. cyt., s. 272.

przewodzenia wywiadu standaryzowanego (kwestionariuszowego). Wywiad prawidłowo zebrany przez ankietera powinien przebiegać zgodnie z ustalonym kwestionariuszem. Ankieter nie może zmieniać kolejności pytań ani ich treści. Przy wyjaśnieniach uzupełniających ankieter powinien używać terminologii dostosowanej do poziomu wykształcenia respondentów. Wypowiedzi ankietera powinny być ograniczone do koniecznego minimum i nie mogą zawierać sugestii. Na rzetelność pomiaru w wywiadzie standaryzowanym prowadzonym przy pomocy ankietera mają wpływ następujące czynniki zależne od ankietera: schludny wygląd, opanowana mimika, ogólna kultura i umiejętność nawiązywania kontaktów międzyludzkich, dostosowany do sytuacji sposób bycia (niezbyt wyniosły i nie poufaly) oraz ograniczenie wypowiedzi do koniecznego minimum. Ankieter powinien również odnosić się do respondenta życzliwie oraz zachęcać go do wypowiedzi²⁰.

Kwestionariusz wywiadu na podstawie badań własnych

Autorka niniejszego artykułu nie bez przyczyny pochyliła się nad analizą kwestionariusza wywiadu jako narzędzia badawczego. Sama miała sposobność użycia owego narzędzia w swoich badaniach nad opiniami środowiska wojska na temat obecności kobiet w armii.

Kwestionariusz wywiadu pt. *Kobieta – żołnierz jako nowa jakość w wojsku polskim* (Załącznik. 1), został skonstruowany według zasad tworzenia kwestionariuszy. Uwzględniono również charakter prowadzonych badań, aby respondentki czuły się naturalnie w trakcie przeprowadzania wywiadu.

Kwestionariusz wywiadu zawiera stronę tytułową, wstęp przedstawiający cel, zastosowanie oraz informację o anonimowości. Zastosowane narzędzie badawcze składa się z dwóch części: pierwszą stanowi szereg 31 pytań otwartych, których celem było uchwycenie możliwie wszystkich interesujących badaczkę kwestii (biorąc pod uwagę małą próbę badawczą – 17 kobiet-żołnierzy) oraz zebranie danych służących do porównania z wypowiedziami kolejnych badanych; drugą część stanowi metryczka składająca się z 4 pytań.

Do własnego wglądu oraz uporządkowania pytań według celów szczegółowych, badaczka wyodrębniła następujące bloki tematyczne:

- 1) charakterystyka badanej populacji kobiet;
- 2) percepcja zawodu wojskowego;
 - a) motywy wyboru zawodu wojskowego,
 - b) wzorcowe cechy żołnierza-kobiety,
 - c) społeczna percepcja kobiety-żołnierza.

²⁰ J. Lutyński, *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź 2000, s. 55.

- 3) proces adaptacji do służby w wojsku,
- 4) relacje społeczne w środowisku wojska,
- 5) sukces w służbie zawodowej a obowiązki rodzinne,
- 6) satysfakcja zawodowa.

Podstawowe wnioski z zastosowania kwestionariusza wywiadu to możliwość interakcji z kobietami-żołnierzami oraz efektywne obserwacje, które przedłożyły się również na wyniki badań. Z perspektywy doświadczeń, ilość pytań mogłaby zostać zmniejszona o ok. 10, gdyż niektóre dotyczyły podobnej tematyki, utrudniając analizę danych.

Zakończenie

Wywiad kwestionariuszowy należy do najpopularniejszych metod badań społecznych. Szczególnie często wykorzystywany jest przez ośrodki badań opinii publicznej w badaniach marketingowych. Cechą szczególną tej techniki jest wykorzystanie komunikacji bezpośredniej między badaczem (lub jego pośrednikiem – ankieterem) a respondentem.

Pytania zawarte w kwestionariuszu mogą mieć formę otwartą lub zamkniętą. Bez względu na wybór formy pytania i poziomu standaryzacji, wnioski z badań nigdy nie są pozbawione subiektywizmu. W naukach społecznych, w przeciwieństwie do nauk przyrodniczych, wpływ doświadczenia wewnętrznego badacza jest nie tylko trudny do wyeliminowania, ale co więcej, wpływ ten nie zawsze jest negatywny. Trudno wyobrazić sobie, aby człowiek badający zjawiska społeczne jako istota społeczna, mógł je badać z takim samym obiektywizmem, z jakim bada np. zjawiska przyrody.

Socjolog, historyk czy ekonomista wczuwa się po prostu *volens nolens* w sytuację i stosunki społeczne, które bada, ponieważ to właśnie wczuwanie się pozwala mu o wiele lepiej czy głębiej zrozumieć dane zjawisko. Wczuwanie się, np. socjologa, w sytuacje społeczne badanych ludzi pozwala zrozumieć ich sposób myślenia, istniejące opinie i odpowiadające im postawy, a tym samym daje mu lepsze szanse na poznanie badanych zjawisk.

Ankieter, badacz w całym swoim profesjonalizmie musi być świadom nauki, jaką uprawia. Metody, techniki oraz narzędzia badawcze stosowane w naukach społecznych mimo swej względnej doskonałości, nigdy nie dadzą nam 100% trafności. I to właśnie stanowi piękno tej nauki.

Bibliografia

1. Apanowicz J., *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej*, Wyd. Difin, Warszawa 2005.

2. Frankfort-Nochnias C., Nochnias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Wyd. Zysk i Ska, Warszawa 2000.
3. Gostkowski Z., *O poprawę jakości badań surveyowych*, Studia Socjologiczne 1976.
4. Gruszczyński L. A., *Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2001.
5. Lutyński J., *Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów*, [w:] Gostowski Z., Lutyński J. (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Wrocław 1968.
6. Lutyński J., *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź 2000.
7. Pilch T., Wujek T., *Metody i techniki badań w pedagogice*, [w:] Godlewski M., Krawcewicz S., Wujek T. (red.), *Pedagogika – podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 1974.
8. Silverman D., *Prowadzenie badań jakościowych*, Wyd. PWN, Warszawa 2010.
9. Słownik Socjologii i Nauk Społecznych, Wyd. PWN.
10. Sztumski J., *Wstęp do metod i badań społecznych*, Wyd. „Śląsk”, Katowice 1995.

INTERVIEW QUESTIONNAIRE AS A RESEARCH TOOL

The interview questionnaire as a research tool belongs to a group of standardized techniques. While choosing a tool to collect data about the subject of the research, one must have carefully developed problems and specific objectives. A skilful selection and construction of a research tool translates into reliable conclusions, and hence credible theories, which are then due to be proved. Therefore, social sciences require a major commitment, patience and insight, resulting in the development of these sciences.

KWESTIONARIUSZ WYWIADU

Temat:

**„Kobieta – żołnierz jako nowa jakość
w wojsku polskim”**

Magdalena Żelazo

Szanowna Pani!

Nazywam się Magdalena Żelazo i przeprowadzam badania na temat kariery kobiet w wojsku. W związku z powyższym, zwracam się do Pani z prośbą o rozmowę w formie wywiadu na powyższy temat. Wywiad jest anonimowy, a jego wyniki posłużą mi wyłącznie do badań naukowych. Proszę o szczerze odpowiedzi, gdyż każda Pani wypowiedź będzie dla mnie bardzo cenna.

Pytania

1. Co skłoniło Panią do wyboru tak specyficznego zawodu, jakim jest zawód żołnierza (powołanie, rodzina, znajomi, totalny przypadek)?

.....

2. Czy myśli Pani, że kobiety zaczynają się coraz bardziej interesować zawodem żołnierza?

.....

3. Jak Pani sądzi, co jest powodem tak dużego zainteresowania kobiet służbą w armii?

.....

4. Jakie były Pani oczekiwania związane z podjęciem służby w wojsku, a jak mają się one do rzeczywistości?

.....

5. Jaki Pani zdaniem, funkcjonuje wizerunek żołnierza-kobiety w polskim społeczeństwie? Bardziej pozytywny czy negatywny?

.....

6. Jak ocenia Pani obowiązujący system powoływania kobiet do służby w wojsku? Co Pani by w nim zmieniła?

.....

7. Jakiego rodzaju obawy towarzyszyły Pani przy objęciu pierwszego stanowiska służbowego?

.....

8. Czy było coś takiego, co sprawiło Pani największe trudności w pierwszych tygodniach służby w jednostce?

.....

9. Czy uważa Pani, że w obecnej chwili wojsko jest przygotowane pod względem logistycznym (szatnie, łaźnie, umundurowanie) na przyjęcie kobiet?

.....

10. A co teraz sprawia Pani największe trudności w tym typowo męskim zawodzie?

.....

11. Czy uważa Pani, że kwalifikacje i umiejętności posiadane przez kobiety są w pełni doceniane?

.....

12. Jakimi cechami szczególnie powinna charakteryzować się kobieta-żołnierz? Proszę podać 3 najważniejsze Pani zdaniem.

.....

13. Czy Pani posiada te cechy?

.....

14. Czy uważa Pani, że możliwość podnoszenia kwalifikacji jest w takim samym stopniu dostępna zarówno dla mężczyzn, jak i dla kobiet?

.....

15. Co Pani zdaniem decyduje o sukcesie w służbie zawodowej?

.....

16. Czy Pani zdaniem, fakt posiadania rodziny, dzieci wpływa na jakość wykonywania przez kobiety obowiązków służbowych wynikających z roli żołnierza?

.....

17. Czy godzenie obowiązków rodzinnych i służbowych sprawia Pani trudność?

.....

18. A jak zareagowała rodzina (mąż, chłopak, dzieci, rodzice) oraz otoczenie na Pani decyzję wstąpienia do wojska?

.....

19. Jak ocenia Pani swój pierwszy kontakt po przybyciu do jednostki z kadraj/ bezpośrednim przełożonym?

.....

20. Jak Pani zdaniem postrzegane są kobiety w mundurach przez innych żołnierzy mężczyzn?

.....

21. Czy uważa Pani, iż stosunki międzyludzkie w jednostce wpływają na stan dyscypliny lub na postawę żołnierską kadry?

.....

22. Jak układają się pani relacje z bezpośrednim przełożonym?

.....

23. Czy wolałaby Pani mieć jako bezpośredniego przełożonego kobietę czy mężczyznę?

.....

24. Jak ocenia Pani swoje kontakty z innymi kobietami w pracy?

.....

25. Czy, ogólnie rzecz biorąc, jest Pani zadowolona z faktu pełnienia służby w wojsku? (Dlaczego?)

.....

26. Jaki procent Pani zdaniem, powinny stanowić kobiety w naszej armii (w stosunku do ogółu żołnierzy zawodowych)?

.....

27. Czy zgadza się Pani z opinią, że gdyby kobiety zajmowały kluczowe miejsca w polityce i wojskowości, to mniej byłoby wojen i konfliktów zbrojnych?

.....

28. Jaką mogłaby Pani wygłosić opinię na temat wykonywanego zawodu?

.....

29. Patrząc wstecz na swoją karierę zawodową, co zmieniłaby Pani by dziś być w pełni (bardziej) usatysfakcjonowana?

.....

30. Jakie są Pani plany na przyszłość, jeśli chodzi o karierę zawodową?

.....

31. Czy z perspektywy czasu podjęłaby Pani jeszcze raz taką samą decyzję w związku z wyborem zawodu?

.....

Metryczka

- 32. Stan cywilny:
- 33. Wiek:
- 34. Wykształcenie
- 35. Stopień zawodowy: