

# Joanna Krak

---

## "Conversations at Random : Survey Research as Interviewers See It", Jean M. Converse, Howard Schuman, New York - London - Sydney - Toronto 1974 : [recenzja]

---

Przegląd Socjologiczny Sociological Review 30, 400-402

---

1978

Artykuł został zdigitalizowany i 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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

technik testowych w psychologii, chociaż są one omówione odrębnie od tych ostatnich, dodajmy zresztą, że w sposób interesujący i kompetentny.

Z tym stanowiskiem autorzy łączą nadzieje na takie udoskonalenie sposobów otrzymywania informacji w socjologii, dzięki któremu informacje te odznaczać się będą wysokim stopniem wiarygodności. Udoskonalenie to, jak się wydaje, ma polegać na ustaleniu dla każdego sposobu — a więc i pytania — stopnia rzetelności i trafności. Otóż nasuwają się wątpliwości, czy oszacowanie stopnia wiarygodności, słusznie postawione jako cel przed metodologią badań i badaniami, można osiągnąć na tej drodze. Nie ulega wątpliwości, że socjologowie stosując techniki interrogacyjne mogą wiele nauczyć się od psychologów w zakresie ich doświadczeń i ustaleń odnoszących się do testów i skal. W kwestionariuszach badań socjologicznych stosuje się przecież także pytania i skale typu testowego. Jednak identyfikacja interrogacyjnych technik otrzymywania danych w socjologii z technikami testowymi psychologicznymi nie jest słuszna, gdyż techniki te różnią się pod wieloma względami<sup>1</sup>. Wyłączne posługiwanie się w analizie kwestionariuszy socjologicznych i ich rezultatów aparaturą pojęciową odnoszącą się do pomiaru w psychologii i niektórych innych naukach może nawet prowadzić do nieporozumień. Jaki sens poza czysto teoretycznym może mieć, na przykład, pojęcie rzetelności w stosunku do pytania „Czy był Pan w ciągu ostatniego tygodnia w kinie?”, zmierzającego do uzyskania informacji zgodnej z jego treścią, jeśli dla osiągnięcia tego celu można w praktyce zadać tylko jedno pytanie i to tylko raz jednemu respondentowi? Wydaje się, że w takich przypadkach wartość rezultatów i metody należy starać się ustalić na innej drodze niż ta, którą przyjęto w psychologii, mianowicie na drodze weryfikacji. Jest to zresztą kwestia nadająca się do owocnej dyskusji, której rezultat powinno stanowić przybliżenie do realizacji wspomnianego wyżej celu.

Jan Lutyński

Jean M. Converse, Howard Schuman, *CONVERSATIONS AT RANDOM: SURVEY RESEARCH AS INTERVIEWERS SEE IT*, New York—London—Sydney—Toronto 1974 John Wiley und Sons, ss. 111, bibl., indeks rzeczowy, indeks autorów, dodatek.

Książka jest rezultatem refleksji ok. 150 ankietów, szkolonych w badaniach prowadzonych przez University of Michigan. Ankietami byli studenci, którzy przeszli wszystkie fazy zbierania i opracowania materiałów w badaniach. Końcowym etapem ich nauki i pracy w charakterze ankietów było napisanie „wypracowań” na temat tego, czego nauczyli się w trakcie przeprowadzania wywiadów. Uzyskano bardzo duży materiał, bardzo różnorodnie opracowania — od satyrycznych, żartobliwych do niemal literackich. Książka nie omawia systematycznie poszczególnych zagadnień związanych z techniką wywiadu kwestio-

<sup>1</sup> Pod. moje uwagi w tym zakresie w *Analizy weryfikacyjne w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego, ich rodzaje i możliwości*, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, red. Z. Gótskowskiej, J. Lutyńskiego, *Koncepcje pytania kwestionariuszowego, ich zastosowanie w badaniach, konsekwencje i możliwości*, w niniejszym tomie „Przeglądu”.

\* Recenzja ta i następne mają charakter sprawozdawczy i dotyczą głównie wywiadu kwestionariuszowego, nawet jeśli praca omawiała szerszy krąg problemów (Redakcja).

nariuszowego, lecz przedstawia punkt widzenia ankierów, ich odczucia, wyobrażenia o sukcesach i błędach popełnianych w trakcie rozmów. Autorzy nie unikają jednak dawania pewnych wskazówek (tam, gdzie jest to usprawiedliwione zdobywym w toku badań doświadczeniem lub ich wynikami) co do postępowania ankierów. Przede wszystkim jednak książka zawiera ocenę badań surveyowych, tak jak je widzą prowadzący wywiady. Jest przeznaczona dla szerokich rzesz czytelników, także dla badaczy prowadzących badania socjologiczne. Omówione są w niej — z podaniem barwnych, często dowcipnych przykładów — trzy zagadnienia: 1) respondenci i miejsca przeprowadzania wywiadów, 2) rola ankierów, 3) brak zaufania do uzyskiwanych danych.

W rozdziale I autorzy piszą o różnych typach respondentów — łatwo i z trudnością zgadzających się na rozmowę, mówiących chętnie lub nie o sprawach, których dotyczą pytania. Są tu wskazane różne sposoby nawiązywania przez ankiera kontaktu z respondentem. Mówi się też o osobach trzecich i różnych miejscach przeprowadzania wywiadów — od biura, w którym pracuje respondent, aż po garaż czy dom respondenta, w którym panuje „totalny chaos”. Konkluzja wypływająca z tej części rozważań jest następująca: najlepsi ankierzy to ci, którzy interesują się osobowością ludzi, różnymi przejawami ich życia.

Rozdział II poświęcony jest uczeniu się roli ankiera, postępowania podczas wywiadu i takiego jego prowadzenia, które by nie powodowało wypaczeń w zebranych materiałach. Wskazuje się, kiedy należy rezygnować z wywiadu, jak powinno się zachowywać w stosunku do respondenta i jakich zachowań wobec niego unikać. Autorzy piszą o tym, jak szkolić ankierów, aby zmniejszyć efekt ankierski. Podkreślają wagę uświadomienia ankierom, w jaki sposób mogą wywierać wpływ na odpowiedzi respondentów. Autorzy wskazują na potrzebę uczulania ankierów na różnorodność spotykanych ludzi i ich opinii oraz nauczania prowadzących wywiad „oczekiwania rzeczy nieoczekiwanych”, mającego im pozwolić na umiejętne zachowanie się w różnych sytuacjach powstających w trakcie przeprowadzania wywiadów. Wszystkie te umiejętności powinny być nabywane podczas szkolenia i praktyki terenowej. Postępowanie prowadzących wywiady powinno być możliwie zestandaryzowane, jest tu jednak konieczna pewna elastyczność, pozwalająca w odmienny sposób podchodzić do respondentów o niejednakowym stopniu wykształcenia, o różnych umiejętnościach wysłowienia się, pewności siebie itp. W rozdziale tym podane są także wskazówki, w jaki sposób należy sondować, dopytywać respondentów w celu zmniejszenia ilości odpowiedzi typu „nie wiem” oraz odpowiedzi mętnych, niejasnych.

W rozdziale III autorzy zwracają uwagę na fakt, iż ankierzy mają tendencję do krytykowania kwestionariusza z punktu widzenia przewidywanej reakcji respondenta, jego zainteresowań i satysfakcji w odpowiadaniu na pytania. W związku z tym należy zwracać dużą uwagę na budowę kwestionariusza, urozmaicenie stosowanego w nim języka, umieszczanie pytań otwartych (dających możliwości szerszego wypowiedzenia się badanemu), używanie różnorodnych pytań zamkniętych. Jest to ważne również dla ankierów — zmniejsza monotonię zadawania pytań, znużenie wywiadami. W rozdziale tym zawarta jest także koncepcja „wypaczenia racjonalności” (*bias of rationality*). Podkreśla się tu, że pytania kwestionariuszowe ujawniają bardziej opinie „intelektualne” respondentów niż reakcje emocjonalne. Bierze się to stąd, iż respondent jest w wywiadzie izolowany od tych osób i grup, które zwykle wpływają na jego postawy i zachowania.

Książka zawiera bibliografię, indeks rzeczowy, alfabetyczny indeks autorów oraz dodatek, w którym zebrane są najważniejsze myśli i sugestie ankietatorów (w formie wskazówek), dotyczące organizacji badań i zastosowanej techniki.

*Joanna Krak*

Joan Macfarlane Smith, *INTERVIEWING IN MARKET AND SOCIAL RESEARCH*, London—Boston 1972 Routledge and Kegan Paul, ss. 169, bibl., indeks rzeczowy.

Książka poświęcona jest głównie zastosowaniom wywiadu kwestionariuszowego w badaniach rynku i badaniach społecznych. Oprócz tej techniki omówione są też w niej inne sposoby zbierania danych (ankieta, wywiad wolny). Zawiera praktyczne wskazówki szkolenia ankietatorów i przeprowadzania przez nich wywiadów i przeznaczona jest przede wszystkim dla studentów oraz osób prowadzących badania społeczne i badania rynku. Większość podawanych przykładów pochodzi z badań rynku; omawiane procedury mogą być jednak stosowane również w badaniach socjologicznych.

Książka składa się z dwunastu rozdziałów.

W pierwszej części (rozd. I—VII) omówione są badania prowadzone przy użyciu zestandaryzowanego wywiadu kwestionariuszowego. Druga część (rozd. VIII—XII) poświęcona jest innym technikom — wywiadowi wolnemu, dyskusji grupowej itp.

W rozdziale I omówiona jest aranżacja wywiadu, podane są wskazówki co do wyglądu ankietera i przebiegu rozmowy. Określa się prawidłowe oraz błędne sposoby nawiązywania przez ankietera kontaktu i prowadzenia wywiadu. Rozdział II charakteryzuje najbardziej typowe błędy i wypaczenia ankietarskie oraz źródła ich powstawania. Podniesiona jest kwestia trafności i rzetelności wywiadu jako techniki badawczej.

Następne trzy rozdziały (III—V) są poświęcone doborowi, szkoleniu i kontroli ankietatorów. Wskazuje się, jakie cechy i uzdolnienia są pożądane u ankietatorów (powołując się m.in. na Mosera, Hymana, Cannella). Omawia się zasady doboru ankietatorów do wywiadów standaryzowanych i swobodnych. W rozdziale dotyczącym szkolenia ankietatorów autorka przedstawia 3-stopniowy program szkolenia ankietatorów. Polega on w pierwszym etapie na zapoznaniu szkolonych z podręcznikowymi zasadami przeprowadzania wywiadów, instrukcją i kwestionariuszem. Następnie ankietery otrzymują wskazówki co do doboru próby, przeprowadzane są próbne wywiady z odgrywaniem ról, dyskusje i testy. Końcowy etap szkolenia to trening terenowy, podczas którego ankietery robią wywiady najpierw pod kontrolą przeszkolonych instruktorów, a później już samodzielnie. Omawiając szkolenie autorka mówi także o szkoleniu instruktorów odpowiedzialnych za pracę ankietatorów. Za zasadniczy warunek zrozumienia wagi badanych problemów i poprawnego wykonywania zadań przez ankietatorów uważa autorka dokładne zapoznanie ich ze sposobem doboru próby (rozd. IV). Ankieterom podaje się wskazówki, co powinni, a czego nie wolno im czynić przy określonym typie próby. Omówione są różnego rodzaju procedury losowania i doboru respondentów do badań. Głównie mówi się tu o doborze losowym (według różnych kryteriów demograficzno-społecznych, geograficznych itp.), a także o doborze kwotowym. Wskazuje się również na konieczność redukcji błędów ankietatorów osią-