

NATALIA HIPSZ*
Centrum Badania Opinii Społecznej

STANDARYZOWANE TECHNIKI BADAWCZE JAKO SZCZEGÓLNY SPOSÓB KOMUNIKOWANIA SIĘ

Streszczenie

Badania ilościowe w Polsce i na świecie realizowane są z wykorzystaniem technik badawczych zróżnicowanych w aspekcie warunków technologicznych i komunikacyjnych realizacji. Wysiłki naukowe podejmowane przez socjologów pozwalają przypuszczać, że zróżnicowane uwarunkowanie komunikacyjne pomiarów może przesądzać o braku ekwiwalentności, mniejszej bądź większej wiarygodności zgromadzonych danych. W niniejszym opracowaniu analizie poddano trzy standaryzowane techniki badawcze: osobisty wywiad kwestionariuszowy, telefoniczny wywiad kwestionariuszowy oraz ankietę audytoryjną. Artykuł, częściowo w drodze syntezy wyników prac empirycznych, dokonuje deskrypcji ilościowych podejść badawczych w kategoriach teorii komunikacji.

Słowa kluczowe: sytuacja komunikacyjna, pytania drażliwe, aprobata społeczna, wysiłek umysłowy, osobisty wywiad kwestionariuszowy, telefoniczny wywiad kwestionariuszowy, ankietę audytoryjną.

WPROWADZENIE]

Pojęcie technik badawczych odnosi się do procedury gromadzenia materiału empirycznego poddawanego analizie w toku badania socjologicznego. J. Lutyński pisze, iż „wszystkie techniki stanowią bardziej lub mniej rozbudowane kompleksy czynności i środków ujęte w reguły” [Lutyński 1983]. Sformułowanie to obejmuje swym zakresem zarówno wykorzystywane narzędzia badawcze, rolę badacza i jego współpracowników, jak i szerszy kontekst – również komunikacyjny – realizacji badania. Owe reguły determinują w myśl tego sposób zbiera-

* n.hipsz@cbos.pl

nia danych, umożliwiając intersubiektywną komunikowalność i sprawdzalność wysiłków naukowych.

Zainteresowania badawcze artykułu koncentrują się na technikach standaryzowanych. Standaryzacja rozumiana jest tu jako ujednoczenie zdobytych informacji poprzez zastosowanie ściśle określonych wzorców w odniesieniu do czynności oraz środków badawczych. Standardy te to dyrektywy postępowania, identyczne we wszystkich sytuacjach badawczych – np. taki sam sposób formułowania pytań czy stosunek do respondenta. Jako kryterium podziału technik badawczych na standaryzowane i niestandaryzowane służy często fakt posługiwania się, bądź nie, pisemnymi formularzami, które w istotnym stopniu ograniczają swobodę, narzucają schematyzm i ukierunkowują akt pomiaru [por. Lutyński 1983]¹. Wdrożenie pozornie nieskomplikowanej idei standaryzacji nastęrcza trudności w przypadku technik opartych na komunikowaniu się, w których może niekiedy dochodzić do przekłamań – ukrywania faktycznego stanu rzeczy – lub do niezrozumienia sformułowań zastosowanych w pytaniach narzędzia badawczego, szczególnie prawdopodobnego w badaniach zbiorowości niejednorodnych pod względem istotnych cech społeczno-demograficznych, np. wykształcenia [por. Fowler i in. 1990; Oppenheim 2004].

Jak zauważa P.B. Sztabiński, „realizacja badania jest prawie zawsze związana z tworzeniem pewnych sztucznych warunków, które umożliwiają jego przeprowadzenie, ale jednocześnie mogą mieć wpływ na uzyskane wyniki” [Sztabiński B. P. 1999b]. Wysiłki badawcze podejmowane przez socjologów niejednokrotnie dowodzą, iż nawet tak, mogło by się zdawać, subtelny, a nade wszystko bagatelizowany w codziennej praktyce badawczej czynnik, jak uwarunkowanie komunikacyjne pomiarów, może przesądzać o braku ekwiwalentności, mniejszej bądź większej wiarygodności zgromadzonych danych, uświadamiając tym samym, że sygnalizowany m.in. przez S. Nowaka problem „alienacji» metod badawczych” [por. Nowak 2006] nie kończy się na wyborze między ilościowym, a jakościowym podejściem do problematyki badawczej, wykazując jego aktualność w odniesieniu do procedur, których odmienność wydaje się zdecydowanie mniej intuicyjna, jak chociażby do całej gamy – cieszących się w dzisiejszych czasach niekwestionowaną popularnością – ilościowych technik badawczych o znacznym stopniu standaryzacji.

Niniejsze opracowanie analizuje trzy standaryzowane techniki badawcze – osobisty wywiad kwestionariuszowy, telefoniczny wywiad kwestionariuszowy

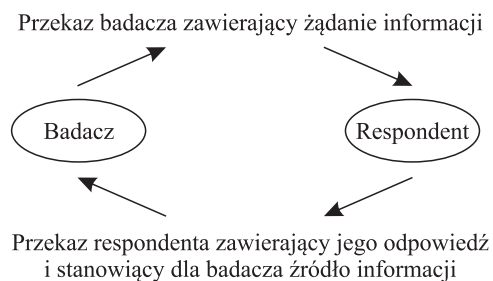
¹ Pojęcie „pomiaru” używane jest tu w znaczeniu wąskim i oznacza jednostkowy akt terenowej realizacji badania, tożsamy z przeprowadzaniem pojedynczego wywiadu czy ankiety.

oraz ankietę audytoryjną – tworzące jeden z filarów, na których wspiera się proces gromadzenia wiedzy o współczesnym społeczeństwie [Lutyńska i in. 1983; Lutyński 1994; Słomczyński 2004], a przy tym zróżnicowane w aspektach kluczowych dla dywersyfikacji uwarunkowań komunikacyjnych pomiaru. W artykule, częściowo w drodze syntezy wyników prac empirycznych, dokonano deskrypcji ilościowych podejść badawczych w kategoriach teorii komunikacji społecznej.

ISTOTA PROCESU WZAJEMNEGO KIEROWANEGO KOMUNIKOWANIA

Stosunek, w jakim pozostaje badacz i respondent w toku wywiadu kwestionariuszowego czy ankiety to wzajemnie kierowane komunikowanie. Istotę tego procesu stanowi zamknięty obieg informacji, w którym jedno ogniwo – badacz – emituje komunikat stanowiący żądanie informacji, natomiast drugie – respondent – skierowaną do badacza odpowiedź na to żądanie (patrz rysunek 1). Ten niezmienny w ramach sytuacji badawczej układ ról odróżnia sytuację standaryzowanych technik badawczych od zwykłej rozmowy, czyniąc ją szczególnym rodzajem komunikowania się [Lutyński 1983; zob. także Tourangeau 1988).

RYSUNEK 1. Schemat procesu wzajemnego kierowanego komunikowania w technikach otrzymywania materiałów



Źródło: [Lutyński 1983: 23].

Należy przy tym zaznaczyć, iż omawiany sposób komunikowania wymaga od uczestniczących w nim partnerów możliwie homogenicznego rozumienia kodów języka, w jakim generowany jest komunikat. Ponadto proces ten nie musi zachodzić w jednym czasie i miejscu oraz obejmuje zarówno przekazy ustne – angażujące zwykle także osobę ankietera – jak i pisemne [Lutyńska 1983; Lutyński 1983]. Z ostatnimi kwestiami wiąże się jeden z problemów wzajemnego kierowanego komunikowania – problem bezpośredniości i pośredniości pomiaru.

Zdekodowane żądanie informacji wywołuje u respondenta szereg procesów psychicznych, które określają jego reakcję w tym – co szczególnie istotne – treść udzielonej odpowiedzi. Z perspektywy badacza, w zależności od jej szczerości², prawdziwości³, czy nawet faktu udzielenia, mogą to być zarówno procesy pożądane, jak i niepożądane [por. Lutyńska 1983; Lutyński 1983; Tourangeau i in. 2008]. Wśród czynników warunkujących przebieg procesów psychicznych towarzyszących definiowaniu sytuacji badania winno się wyróżnić szeroko pojęty kontekst sytuacyjny oraz wzory i modele społeczne, obyczajowe, czy kulturowe osoby badanej, w tym ukształtowane wcześniej postawy i wyobrażenia – patrz rysunek 2 [Bielawska, Słomczyński 1968; Lutyńska 1972, 1983; Lutyński 1983; Słomczyński 1983; Sołoma 1970].

Przez kontekst sytuacyjny należy rozumieć liczbę jednorazowo badanych osób, rodzaj dominujących w przekazie komunikatów werbalnych, zapośredniczenie (bądź jego brak) relacji badawczej przez medium komunikacyjne, jak również miejsce przeprowadzania pomiaru wpływające na to, z jaką rolą społeczną w danym momencie identyfikuje się respondent. Wymienione elementy w połączeniu z obecnością (bądź absencją) osób trzecich determinują stopień odczuwanej anonimowości i poufności badania [zob. także Gostkowski 1965; Hyman 1954], a nawet – szczególnie w odniesieniu do kwestii wspieranych przez instytucjonalny system kar i nagród – wpływają na pojawienie się odpowiedzi odzwierciedlających opinie publiczne: oficjalne, bądź prywatne [Lutyńska 1983; Lutyński 1983; Słomczyński 1966; Sułek 2002; zob. także Gostkowski 1966]. Duże znaczenie wydaje się tu także odgrywać pora dnia⁴, ogólne samopoczucie i nastroj respondent.

Kolejny czynnik obejmuje wzory i uwewnętrznione modele społeczne, obyczajowe i kulturowe, w tym wcześniej ukształtowane postawy i wyobrażenia. Pośród postaw największe znaczenie odgrywiają te odnoszące się bezpośrednio do instytucji reprezentowanej przez ankietera bądź sytuacji badania socjologicznego,

² Pod pojęciem „szczerości” rozumiana jest tu odpowiedź wrażliwa faktyczną postawę, wiedzę oraz gotowość do określonego zachowania się badanego będąca odpowiedzią subiektywnie prawdziwą – niezawierającą rezultatów świadomego wprowadzania w błąd badacza, czy ankietera; o szczerości odpowiedzi bliżej: [Nowak 1965: 61–64].

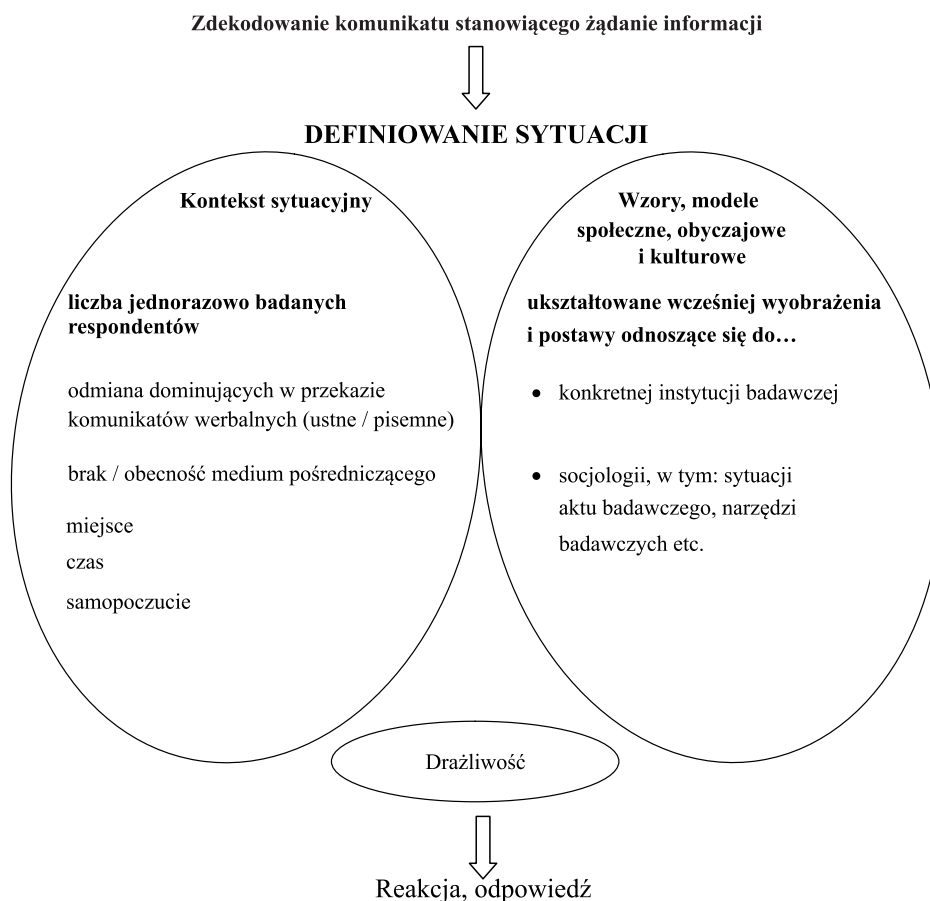
³ Pod pojęciem „prawdziwości” rozumiana jest tu odpowiedź niebędąca rezultatem – nie-uświadomionego respondentowi – stwarzania fikcji o sobie. Owe fikcje – generowane w wyniku „osłuchania się” z często głoszonymi w danej zbiorowości postulatami – sprawiają, iż odpowiedź na postawiane pytanie nie odzwierciedla rzeczywistej postawy respondenta; o stwarzaniu fikcji o sobie bliżej: [Ossowski 1967: 23].

⁴ Często spotykana w praktyce badawczej późna pora aranżacji wywiadów telefonicznych bywa odbierana jako zachowanie niegrzeczne.

ewentualnie – zwykle w przypadku braku odpowiednich doświadczeń – innych kontekstów silnie je imitujących. Reakcja na kontakt z ankierem albo badaczem nie jest prostą wypadkową uwarunkowań sytuacyjnych. Respondenci mogą mieć pewne wyobrażenia o celu badań, obawy lub oczekiwania wynikające z podzielanym wartości oraz wykształconego dotąd stosunku do narzędzi badawczych czy do socjologii jako takiej. Ogólne nastawienie do badań socjologicznych determinowane jest często stopniem akulturacji technik badawczych oraz internalizacji elementów roli respondenta w grupach, do których należą ankietowani [Gostkowski 1983; Lutyński 1983].

Niejako na pograniczu obydwu tych czynników wyróżnić można niezmiernie istotny, jeśli nie najważniejszy, bodziec – drażliwość. W odniesieniu do ilościowych technik badawczych pod owym pojęciem kryje się szereg negatywnych odczuć (wstydu, lęku, gniewu, zażenowania czy złości), za których wystąpienie odpowiadać może zarówno problematyka poszczególnych pytań – przykładowo stosujących niezrozumiałe terminy, dotyczących kwestii intymnych, sformułowanych w sposób osobisty (nie zaś projekcyjnie), poruszających zagadnienia regulowane przez opinię publiczną bądź demaskujących niewiedzę respondenta – jak i ogólny charakter poszczególnych faz lub całego aktu badawczego – brak jasności celów projektu, nienaturalne zmienianie tematu, niedostatek poczucia konfidențialności procesu albo ogólna trudność z akceptacją konwencji wzajemnego kierowanego komunikowania. Definiowana w ten sposób drażliwość ma charakter subiektywny: percepcja drażliwości pytania lub całego badania zależy zarówno od czynników sytuacyjnych (np. stopnia bezpośredniości przekazu w danej technice badawczej), jak i od norm zachowań, wiedzy oraz reakcji ugruntowanych w kapitale kulturowym, obyczajowości jednostki czy szerszej zbiorowości [Bielawska, Słomczyński 1968; Kubiak i in. 1992; Sułek 2002; zob. także Lutyńska 2000].

RYSUNEK 2. Czynniki determinujące procesy psychiczne w toku definiowania sytuacji badania przez respondenta



Źródło: opracowanie własne.

Charakter procesów zachodzących w psychice respondenta – determinowany zmiennymi uwarunkowaniami sytuacyjnymi oraz bardziej utrwalonymi (znajdującymi wyraz w konkretnych postawach i wyobrażeniach) wzorami i modelami – odciska swoje piętno na całym akcie badawczym. Różne konfiguracje tych elementów decydują o efektach nieustannej definicji sytuacji, która nie jest dla badanego łatwa [Rostocki 1999]. Jak trafnie zauważają A. Kubiak, I. Przybyłowska oraz W. A. Rostocki, „neutralność stosowanego w socjologii terminu respondent

sprawia, że nie wszyscy socjologowie pamiętają, że respondent to przede wszystkim osoba badana. Co więcej, osoba badana w warunkach i na zasadach, które nie ona ustala i których do końca wywiadu nie zawsze jest świadoma” [Kubiak i in. 1992]. W konsekwencji, z punktu widzenia ankietowanego, realizacja wywiadu ilościowego – szczególnie zaś wykorzystującego ustne komunikaty werbalne oraz pełną gamę komunikatów niewerbalnych – to permanentne podejmowanie próby wejścia w rolę respondenta i sprostania jej wymogom. Problematyczność tego procesu może skutkować trudnościami napotkanymi przez badacza w trakcie uzyskiwania zgody na udział w projekcie, jego przerwaniem, nieprawidłowym udziałem w badaniu, bądź – przede wszystkim w technikach ankietowych – brakami danych [Kubiak i in. 1992; Sztabiński F. 1992].

Odmowa wzięcia udziału w badaniu może być konsekwencją niedostatecznego prestiżu prowadzącej je instytucji, drażliwej problematyki projektu, braku wiary w jego anonimowość bądź poufność, braku czasu, czy wreszcie negatywnego odbioru osoby ankietera – jego cech socjodemograficznych, osobowościowych oraz kulturowych. P.B. Sztabiński posiłkując się wynikami badań zrealizowanych przez I. Stoop, wyróżnia trzy zasadnicze grupy czynników wpływających na decyzję potencjalnego respondenta o uczestniczeniu (bądź nieuczestniczeniu) w sondażu: ogólny stosunek do badań ilościowych – poziom zaufania do ich wyników oraz traktowanie udziału w tego typu przedsięwzięciach jako interesującej formy spędzenia czasu; stosunek do konkretnego projektu badawczego – postrzegana ważność sondażu; „substancyjne” charakterystyki badania – społeczną doniosłość (uczestnictwo w projektach realizowanych przez agendy rządowe lub naukowe bywa postrzegane jako społeczny obowiązek) oraz osobistą ważność i atrakcyjność jego problematyki, sponsoring [Stoop 2005; Sztabiński P.B. 2006].

Do przzerwania pomiaru doprowadza brak akceptacji dla jego konwencji, zmęczenie i zniecierpliwienie procesem oraz problemy natury intelektualnej – chociażby niezrozumienie terminów stosowanych w pytaniach [Kubiak i in. 1992; Sztabiński F. 1992].

Nieprawidłowy udział w badaniu odnosi się do zagadnienia prawdziwości i wiarygodności odpowiedzi. Respondenci mogą bowiem odpowiadać na pytania ukrywając rzeczywiste fakty i opinie lub unikając wysiłku – bez refleksji nad poruszonymi kwestiami. Artefakty, a więc odpowiedzi wykreowane przez sytuację badania, stanowią znaczne zagrożenie dla rzetelności zebranych danych empirycznych.

Obecność braków danych (wyjątkowo częsta w formularzach wypełnianych samodzielnie przez ankietowanych) jest natomiast konsekwencją nieudzielenia odpowiedzi na jedno bądź wiele pytań kwestionariusza, które może wynikać

z drażliwości narzędzia badawczego, jak również z ogólnego braku akceptacji dla nienaturalnej sytuacji społecznej wykreowanej przez proces badawczy [Bielawska, Słomczyński 1968].

Odmienność i nieadekwatność wzajemnego kierowanego komunikowania do doświadczeń znanych z codziennej interakcji wywołuje dyskomfort również u ankietera, który prowadząc wywiad ilościowy musi sprostać licznym, niewspółmiernym do codziennego doświadczenia, restrykcyjnym wymogom standaryzacji, przy jednoczesnej konieczności podtrzymania możliwie satysfakcjonującego kontaktu z respondentem. Spowodowane tym napięcie emocjonalne może stanowić argument do rezygnacji z sumiennego stosowania zaleceń szkolenia ankietarskiego [Kubiak i in. 1992].

Poczynione dotąd rozważania uświadamiają każdorazową unikatowość aktu badawczego, którego przebieg i efekty w znacznym stopniu zależą jednak od specyfiki sytuacji, także komunikacyjnej, realizacji.

OSOBISTY WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY

Osobisty wywiad kwestionariuszowy to bodaj najbardziej klasyczna ilościowa technika badawcza. Tym, co odróżnia ową procedurę od pozostałych standaryzowanych technik jest bezpośredniość sytuacji komunikacyjnej – wywiad osobisty przybiera postać szczególnej rozmowy typu face-to-face, wykorzystującej zarówno ustne komunikaty werbalne, jak i pełną gamę komunikatów niewerbalnych⁵; osobisty, indywidualny charakter – w procesie, obok badacza bądź ankietera, bierze udział tylko jeden respondent; wspomaganie kwestionariuszem wypełnianym przez badacza lub ankietera – w ujęciu wzorcowym ankietowany nie ma wglądu do pytań formularza [Sztabiński F. 1992].

Sytuacja wywiadu implikuje niedogodności zarówno po stronie wykonującego swą pracę ankietera, jak i biorącego udział w badaniu respondenta. Ankieter jest z punktu widzenia badanego obcą osobą, narzucającą mu silnie sformalizowaną, jednostronną interakcję, która sytuując respondenta na pozycji podporządkowanej może zostać odebrana jako instrumentalne, a wręcz manipulatorskie traktowanie jego osoby. Wywiad opiera się na nienaturalnej strukturze rozmowy, w której – w zwykłe zamkniętych, przybliżających charakter przesłuchania oraz eksponujących odrębność od bliskiego i znanego ankietowanemu świata społecznego pytaniach – stosuje się w znacznej mierze nieadekwatne

⁵ Niekiedy także pisemne komunikaty werbalne – w postaci załączonych do narzędzia badawczego kart dla respondenta.

do codziennego doświadczenia terminy (obcość kulturowa pytań). Dodatkowo badany narażony jest na ujawnienie braku kompetencji czy niewiedzy [Kubiak i in. 1992]. Wszystko to sprawia, iż – jak piszą A. Kubiak, I. Przybyłowska oraz W. A. Rostocki – wywiad kwestionariuszowy jest „sytuacją społecznie otwartą na rozmaite podejrzenia respondenta dotyczące sensu i istoty spotkania z ankierem (obcym), celu rozmowy (niejasnego) i wynikających z jej odbycia konsekwencji (nieznanych)” [Kubiak i in. 1992].

Negatywne odczucia potęguje bezpośredni charakter ustnej i naocznej sytuacji komunikacyjnej wywiadu osobistego. Bezpośredniość procesu może podawać w wątpliwość przekonanie o poufności i anonimowości aktu badawczego [Słomczyński 1983]. Interaktywność badania wzmaga ponadto dyskomfort odczuwany przez ankietowanego w sytuacji udzielania odpowiedzi na pytanie podchwytliwe, osobiste lub poruszające kwestie poniekąd regulowane przez opinię publiczną [Oppenheim 2004]. Respondenci niejednokrotnie mogą czuć się zawstydzeni lub zażenowani zainteresowaniami badawczymi projektu, a niechęci otwarcia się przed osobą obcą towarzyszy – częstokroć nieuświadomiony – wewnętrzny przymus udzielania odpowiedzi zgodnych z przyjętymi w danej zbiorowości normami społecznymi i kulturowym, potęgowany przez dążenie do przedstawienia siebie w jak najlepszym świetle (ang. *social desirability*; kwestie te są często podejmowane w obcojęzycznej literaturze przedmiotu, por. np. Crowne i in. 1964; Edwards 1957, 1990). Jak stwierdza H. Hyman, swoiste społeczne uwikłanie respondenta przesądza o tym, iż sytuację wywiadu traktuje on nie tylko w wymiarze *stricte* zadaniowym, lecz również w społecznym. Efektem tego stanu rzeczy jest – szczególnie silna w sytuacji bezpośredniego kontaktu z ankierem – tendencja do udzielania odpowiedzi akceptowalnych z punktu widzenia ogólnospołecznych norm [Hyman 1954; zob. także DeMaio 1984; Sztabiński F. 1999a; Lee 1993]⁶, mogąca prowadzić do swoistych przekłamań w zgromadzonym materiale empirycznym, zmniejszając tym samym jego wartość poznawczą [Lutyńska 1972; Tangney, Fischer 1995; Tangney i in. 1996]. Ów problem dostrzega A. Sułek pisząc, iż sytuacja wywiadu jest *de facto* sytuacją publiczną, co skłania respondentów do występowania w nim w roli oficjalnej: ukrywania wartości odczuwanych – opinii prywatnych, a deklarowania powszechnie uznawanych – opinii oficjalnych [Gostkowski 1966; Ossowski 1967; Sułek 1990].

⁶ Warto jednakże zauważyć, iż, wedle wyników Polskiego Generalnego Sondażu Społecznego 1994 oraz Europejskiego Sondażu Społecznego 2004, coraz mniej Polaków uważa, iż wyniki badań służą sprawdzeniu, czy poglądy ludzi są „właściwe”; por. [Sztabiński P. B. 2006: 22].

Ponadto w bezpośredniej relacji badany częściej niż w kontaktach bardziej impersonalnych decyduje się na podejmowanie działań niejako wbrew sobie, kosztem własnego komfortu psychicznego. Do takich zachowań należy zaliczyć kontynuowanie wywiadu pomimo zniecierpliwienia i znudzenia, spowodowane problematycznością przerwania interakcji, związaną z silnym oddziaływaniem kulturowo sankcjonowanej reguły grzeczności. Rezultatem nadgorliwego respektowania owej normy jest „wymuszone” uciekanie do odpowiedzi typu „nie wiem”, „trudno powiedzieć” bądź udzielanie odpowiedzi nieprzemyślanych, a w efekcie nieprawidłowość aktu badawczego [Kubiak i in. 1992; Sztabiński F. 1992].

Zaletą bezpośredniości relacji z ankierem jest natomiast skłonność osób badanych do intensywnego wysiłku umysłowego skutkującego – zarówno w przypadku wywiadów silnie standaryzowanych, jak i wykraczających w swą konstrukcji poza pytania zamknięte – pełniejszymi i bardziej przemyślanymi odpowiedziami [Sztabiński P.B. 1999a].

Jak wykazują badania, aby zwiększyć wiarygodność uzyskanych odpowiedzi osobisty wywiad kwestionariuszowy winien być przeprowadzany w miejscu najmniej narażonym na obecność osób trzecich, których nawet pośredni udział w procesie badawczym może skutkować „zanieczyszczeniem” zebranego materiału empirycznego [Lutyńska 1972]. Nie ulega kwestii, iż największa szansa sprawowania kontroli nad tym czynnikiem jest niezaprzeczalnym atutem wywiadu osobistego.

TELEFONICZNY WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY

Wywiady telefoniczne zagościły w praktyce badawczej na początku lat 70. XX w. [Sztabiński P. B. 1999a]. Popularyzacja owej techniki stała się możliwa w chwili telefonizacji znacznej części społeczeństwa – nie tylko specjalnych jego kategorii, których dominacja w próbie może prowadzić do jej stronniczości [Frankfort-Nachmias, Nachmias 2001]⁷.

O specyfice techniki telefonicznego wywiadu kwestionariuszowego stanowi jej częściowo zapośredniczony charakter – wywiad ten jest realizowany z wykorzystaniem medium oraz ustnych komunikatów werbalnych przy praktycznym deficycie komunikatów niewerbalnych (z wyjątkiem chronemiki, będącej funkcją zachowań głosowych); potencjalną obecnością osób trzecich w toku realizacji badania – badacz czy ankieter nie mają wpływu na sytuację, w jakiej „zastaną”

⁷ O słabościach wywiadów telefonicznych bliżej [Klecka, Tuchfarber 1978: 105–114]; zob. także [Jabkowski 2007].

respondenta; wspomaganie kwestionariuszem wypełnianym przez badacza lub ankietera – podobnie jak w wywiadzie osobistym respondent nie ma wglądu do pytań formularza, o ile jednak w relacji *face-to-face* jest to zwykle niepoddające się weryfikacji życzenie, w interakcji zapośredniczonej przez telefon staje się standardem.

Niedogodności, z jakimi borykają się uwikłani w realizację wywiadu telefonicznego ankieter i respondent są zbliżone do sygnalizowanych wcześniej ogólnych trudności ilościowych wywiadów kwestionariuszowych (wszystkich technik angażujących w postępowanie badawcze ankietera).

Tym, co najwyraźniej odróżnia sytuację wywiadu telefonicznego od osobistego jest pośredni charakter relacji ankieter–respondent. Okoliczność ta skutkuje reinterpretacją problemów znamienych dla naocznej sytuacji wywiadu osobistego oraz wyłonieniem się nowych, determinowanych obecnością medium komunikacyjnego.

Pośredniość procesu decyduje o znacznie silniejszym aniżeli w przypadku kontaktu *face-to-face* poczuciu anonimowości, czy poufności badania [Sztabiński F., Sztabiński P.B. 1997]. Zapośredniczenie interakcji skutkuje mniejszą niż w wywiadzie osobistym skłonnością do udzielania odpowiedzi pod presją powszechnie przyjmowanych norm oraz wartości – odpowiedzi społecznie akceptowanych. Jak wykazują badania H. Crossley i H. Parry, dzieje się tak przede wszystkim wówczas, gdy pytanie dotyczy kwestii o większej społecznej drażliwości. Brak fizycznej obecności ankietera prowadzi zdaniem autorów do swoistej depersonalizacji powodującej słabsze uwikłanie społeczne, a w efekcie ograniczenie tendencji do przemyślenia w odpowiedziach opinii publicznych jedynie celem zachowania twarzy i kreowania pozytywnego wizerunku własnej osoby [Crossley, Parry 1950; Sztabiński P.B. 1999b; zob. także Groves 1989; Oppenheim 2004; Hoinville, Sykes 1985].

Inną konsekwencją pośredniości kontaktu z ankieterem jest mniej zintensyfikowany wysiłek umysłowy (ang. *satisficing*, por. Green i in. 2001; Krosnick 1991), przejawiający się w mniejszej precyzyjności odpowiedzi⁸, a także krótszym czasie poświęcanym na generowanie komunikatu zwrotnego w reakcji na zadane pytania [Sztabiński P.B. 1999a, 1999b; Sztabiński F., Sztabiński P.B. 1997]. Mniejszy wysiłek intelektualny oraz większa szybkość wywiadu telefonicznego przesądza o tym, iż respondenci w nim uczestniczący częściej, aniżeli badani w sposób bezpośredni udzielają odpowiedzi skrajnych i schematycznych – co

⁸ O precyzyjności odpowiedzi należy tu mówić przede wszystkim w przypadku pytań otwartych.

uwidacznia się chociażby w operowaniu całkowitymi lub „okrągłymi” liczbami w pytaniach stosujących skalę – oraz konfirmatywnych – wskazują odpowiedź „tak”, bądź „zgadzam się” [Presser, Schuman 1996; Sztabiński P.B. 1999a]. Schematyzm jest według J. Beavin, D. Jacksona i P. Watzlawick’a, rezultatem ograniczenia komunikatów niewerbalnych odpowiedzialnych za przekazywanie większości znaczeń społecznie istotnych – respondent nie ma możliwości dokładnego zastanowienia się nad odpowiedzią, bowiem niemal niewykonalne okazuje się zakomunikowanie tego momentu ankietarowi (niesygnalizowane w sposób lingwistyczny zastanawianie się doprowadza do niezręcznej i trudnej do zinterpretowania w relacji niebezpośredniej ciszy) – na rzecz ustnych komunikatów werbalnych, których funkcją jest przede wszystkim przekazywanie „suchych” informacji (por. Beavin i in. 1967). O znacznej szybkości wywiadu przesądza ponadto tendencja do przerywania ankietarowi zanim zdola on zaprezentować wszystkie odpowiedzi, czego rezultatem może być dominacja wskazań rozpoczynających kafeterię nad tymi, które ją zamykają.

Kolejną własnością wywiadu telefonicznego jest rodzący się między ankietarzem, a respondentem dystans psychiczny, którego konsekwencją może być mniej kłopotliwe niż w przypadku relacji *face-to-face* przerwanie wywiadu – brak wzrokowego kontaktu z rozmówcą sprawia, iż odłożenie słuchawki wiąże się z niewielkimi tylko pejoratywnymi konotacjami psychologicznymi [Głodowski 2006; Frankfort-Nachmias, Nachmias 2001].

O szczególnym charakterze wywiadu telefonicznego przesądza nie tylko pośredniość relacji badanego i ankietarza. Inną znamioną jego cechą jest brak kontroli badacza nad miejscem, okolicznościami w jakich – po stronie respondenta – realizowany jest wywiad. Badanie J.M. Fridion poświęcone zachowaniom seksualnym Francuzów wykazuje, iż obecność w trakcie przeprowadzania pomiaru małżonka ankietowanej za pośrednictwem telefonu respondentki lub małżonki respondenta modyfikuje odpowiedzi na pytania o kwestie drażliwe – w omawianym projekcie chociażby o liczbę partnerów seksualnych [Sztabiński F., Sztabiński P.B. 1997]. Obecność osób trzecich może skutkować uzyskaniem informacji nieszczerych czy poniekąd kolektywnych – utrata kontroli nad sytuacją, w jakiej ankietowany odpowiada na pytania kwestionariusza, wiąże się z ryzykiem aktywnego włączenia się w ów proces jego otoczenia [Sztabiński P.B. 1999b]. Ponadto można spodziewać się narastania dystansu psychicznego między respondentem i ankietarzem, wynikającego z bardziej „uspołecznionego” charakteru bezpośrednich relacji osoby badanej z otaczającymi ją, z reguły dobrze znanymi, ludźmi.

Nieemożność decydowania o miejscu rozmowy ankietowanego – znamienna w dobie dominacji telefonii komórkowej nad klasyczną stacjonarną wersją medium – pociąga za sobą znaczny wzrost prawdopodobieństwa modyfikacji odpowiedzi nie tylko za sprawą wpływu osób trzecich, lecz również wyglądu, bądź ról społecznych, w jakich badany na co dzień w nim występuje [Lutyńska 1972].

ANKIETA AUDYTORYJNA

Technika ankiety audytoryjnej wykorzystywana jest w badaniach czyniących za obiekt dociekań uformowane zbiorowości; swoiste całości społeczne [Bielawska, Słomczyński 1968].

Ankieta audytoryjna odznacza się pośredniością przekazu – charakterystyczny dla omawianych dotąd technik przekaz ustny zostaje tu zastąpiony pisemnym, co przesądza o zdominowaniu całego aktu badawczego werbalnymi komunikatami pisemnymi; kolektywnym charakterem – kwestionariusze, po uprzedniej aranżacji, uzupełniane są przez większą grupę osób zgromadzonych w tym samym miejscu i czasie [Gostkowski 1983]; wykorzystywaniem narzędzia badawczego opatrzonego stosowną instrukcją i wypełnianym samodzielnie przez respondenta – osoba badana ma możliwość zapoznania się z całym kwestionariuszem ankiety przed udzieleniem odpowiedzi na jakiegokolwiek jej pytanie [Bielawska, Słomczyński 1968; Lutyński 1977].

Z perspektywy procesów komunikacyjnych postępowanie badawcze w ankiecie audytoryjnej zasadniczo różni się od procedur wywiadu. O owej różnicy przesądza między innymi pisemny charakter przekazu, pociągający za sobą zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje dla efektywności komunikowania. Można oczekiwać, że fakt samodzielnego notowania odpowiedzi na spisane w formularzu pytania oraz brak ustnej komunikacji między badaczem i respondentem wpływa na zwiększenie poczucia anonimowości i poufności przekazywanych informacji. Komfort psychiczny wzmacnia zapewne często spotykana praktyka umieszczania wypełnionych kwestionariuszy w urnie. Poczucie konfidențialności winno skutkować redukcją presji wywieranej na osobie badanej przez potrzebę aprobaty społecznej⁹ i – w efekcie – większą aniżeli w technikach wywiadu skłonnością do udzielania odpowiedzi zgodnych z opiniami prywatnymi.

⁹ Autorka ma tu na myśli wymiar osobisty – inną kwestią wydaje się próba wywarcia pozytywnego wrażenia respondenta jako członka „grupy” i wiążąca się z nią anonimowość zbiorowa; por. [Hyman 1954].

Podobnie jak w innych sytuacjach badawczych, istnieje ryzyko, iż opinie prywatne zostaną nieintencjonalnie zdeformowane poprzez stwarzane o sobie fikcje [Sołoma 1970], natomiast duża konfidencjonalność procesu może niejednokrotnie skutkować rezygnacją z nadmiernego wysiłku umysłowego, a nawet – przysparzającym licznym trudności interpretacyjnych i niemalże pozbawionym negatywnych konsekwencji psychologicznych u respondenta – nieudzieleniem odpowiedzi na pytania ankiety. Brak odpowiedzi wynika na ogół z przeświadczenia, że sam w sobie jest on odpowiedzią, z przeoczenia polecenia, bądź świadomego działania osoby badanej. Celowe nieudzielenie odpowiedzi może być podyktowane niezrozumieniem treści pytania, a w przypadku narzędzi mniej standaryzowanych, także nieumiejętnością sformułowania własnej opinii lub przekazania posiadanej wiedzy. Istotną barierę stanowi tutaj ograniczony kontakt ankietowanych z badaczem. Jak piszą B. Bielawska i K.M. Słomczyński, „badacz posiada [...] wprawdzie możliwość wyjaśnienia wątpliwości, jakie nasuwa respondentom sam kwestionariusz, ale nie jest to środek, który gwarantowałby wysoki stopień kontroli nad jego rozumieniem” [Bielawska, Słomczyński 1968]. Do powstrzymania się od odpowiedzi przyczynia się również brak wyrobionej opinii lub wiedzy bądź niechęć do ich ujawnienia – ów problem dotyczy przede wszystkim pytań o wysokim stopniu drażliwości oraz osób nieprzekonanych do procedur szeroko rozumianej socjologii.

Inną cechą odróżniającą technikę ankiety audytoryjnej od porównywanych tu technik wywiadu jest zbiorowy charakter badania. Kolektywizm w połączeniu z redukcją ustnej komunikacji werbalnej sprawia, iż sytuacja badawcza ankiety ma silnie standaryzowany charakter, co eliminuje, a przynajmniej ogranicza, prawdopodobieństwo wystąpienia w toku pomiaru wielu błędów o charakterze systematycznym (choćby efektu ankietarskiego).

Zmniejszenie kontroli nad wypełnianiem kwestionariuszy może przyczyniać się do wzmożonej komunikacji między respondentami – ryzyko to potęguje fakt, iż w przypadku ankiety audytoryjnej nie są oni sobie obcy, a brak kontaktu *face-to-face* z badaczem nie wpływa pozytywnie, szczególnie w przypadku pytań trudnych, na intensyfikację wysiłku umysłowego respondentów. W rezultacie badani mogą udzielać odpowiedzi z perspektywy roli pełnionej w badanej zbiorowości lub wyrażać opinie poniekąd kolektywne.

Jak trafnie zauważa J. Lutyński, „z różnymi technikami wywiadu łączy ankietę to, że respondenci udzielają w niej informacji, odpowiadając na różne pytania, z którymi jednak w ankiecie, w przeciwieństwie do wywiadu, respondent może się zazwyczaj zapoznać od razu w całości, przeczytawszy cały kwestionariusz przed udzieleniem odpowiedzi na jakiegokolwiek pytanie” [Lutyński 1977].

W niektórych sytuacjach okoliczność ta, generując tak zwany efekt kontekstu [zob. także Daniłowicz 1999], może znacznie zaburzać ideę standaryzacji – przykładowo kolejność odczytywania wariantów kafeterii odpowiedzi; w innych – chociażby w przypadku konwencji spotykanej często w badaniach marketingowych, gdzie pytanie zamknięte zostaje poprzedzone pytaniem otwartym na ten sam temat – z uwagi na wysoki poziom sugestywności, winna zasadniczo wykluczać zastosowanie omawianej techniki w procesie gromadzenia materiału empirycznego.

ZAKOŃCZENIE

Nierównoważność procesów wzajemnego kierowanego komunikowania wynika przede wszystkim ze stopnia zapośredniczenia relacji badawczej oraz, ściśle z tym związane, charakteru dekodowania komunikatu i definiowania sytuacji badania przez respondenta. Bezpośredniość – przekaz ustny, brak obecności medium – oraz pośredniość – przekaz pisemny, obecność medium – poszczególnych technik badawczych, pociąga za sobą daleko idące konsekwencje metodologiczne.

Bezpośredni, ustny charakter wywiadu osobistego przesądza o większym wzajemnym oddziaływaniu zaangażowanych w pomiar osób – wpływ przekazu jest tu wzmacniany, lub modyfikowany przez komunikaty niewerbalne. Ponadto odczytujący respondentowi pytania ankieter, ma w wywiadzie osobistym – dzięki interakcji *face-to-face* – relatywnie dużą kontrolę nad procesem pomiaru. Inaczej przedstawia się sytuacja ankiety audytoryjnej i wywiadu telefonicznego. W technice ankiety pisemny przekaz stanowi dominujący bodziec komunikacyjny, co ogranicza do minimum możliwość wywierania wzajemnego wpływu przez badacza i osobę badaną, zmniejszając jednocześnie szanse kontroli całego procesu. Z kolei kontekst realizacji wywiadu telefonicznego warunkuje – za sprawą pośrednictwa medium ograniczającego znacznie komunikację nielingwistyczną – słabsze niż w wywiadzie osobistym i – dzięki dominacji ustnych komunikatów werbalnych – silniejsze aniżeli w ankiecie audytoryjnej wzajemne oddziaływanie zaangażowanych w pomiar osób oraz – ponownie w konsekwencji zapośredniczenia ich relacji przez medium komunikacyjne – równie niski jak w technice ankiety stopień kontroli aktu badawczego (patrz tabele 1 i 2).

TABELA 1. Użycie komunikatów werbalnych i niewerbalnych przez badacza/ankietera i respondenta w poszczególnych standaryzowanych technikach badawczych

	Komunikaty werbalne				Komunikaty niewerbalne	
	Ustne		Pisemne		B	R
	B	R	B	R		
Osobisty wywiad kwestionariuszowy	+++ ++	++ ++	+	-	+++ ++	+++ ++
Telefoniczny wywiad kwestionariuszowy	+++ ++	++ ++	-	-	+	+
Ankieta audytoryjna	++	+	+++ ++	++ ++	++	++

B – badacz, R – respondent, znak „+” oznacza występowanie komunikatów danego rodzaju (im więcej powtórzeń, tym większy ich udział w procesie komunikowania się), natomiast znak „-” – brak komunikatów danego rodzaju

Źródło: opracowanie własne.

TABELA 2. Charakterystyka kontekstu komunikacyjnego poszczególnych ilościowych technik badawczych

Rodzaj kontaktu badacza/ ankietera z respondentem ze względu na:	Osobisty wywiad kwestionariuszowy	Telefoniczny wywiad kwestionariuszowy	Ankieta audytoryjna
liczbę jednorazowo badanych respondentów	Indywidualny	Indywidualny	Kolektywny
brak/ obecność medium pośredniczącego	Bezpośredni	Pośredni	Bezpośredni
odmianę dominujących w prze- kazie komunikatów werbalnych	Ustne (bezpośrednie)	Ustne (bezpośrednie)	Pisemne (pośrednie)

Źródło: opracowanie własne.

Można więc przypuszczać, iż technika osobistego wywiadu kwestionariuszowego – za sprawą silnego społecznego wymiaru oraz wysokiego stopnia dwuwymiarowej bezpośredniości – pociąga za sobą najbardziej odczuwalne dla respondenta konsekwencje psychologiczne. Wykorzystujący medium ustny przekaz wywiadu telefonicznego – średnie, zaś stwarzająca poczucie anonimowości pisemna ankieta audytoryjna – najsłabsze. Z drugiej jednak strony, zważywszy na postępujące wraz z upośrednieniem relacji badawczej swoiste „rozleniwianie” respondenta, należy spodziewać się większej intensyfikacji wysiłku umysłowego, a więc uzyskiwania bardziej przemyślanych, mniej schematycznych odpowiedzi w – przyjmowanym za najbardziej drażliwy – interpersonalnym kontekście badawczym.

BIBLIOGRAFIA

- Beavin J., Jackson D., Watzlawick P. [1967], *Pragmatics of human communication*, New York: W. W. Norton.
- Bielawska B., Słomczyński K.M. [1968], *Z doświadczeń realizacji ankiety audytoryjnej i wywiadu zbiorowego w środowisku studenckim*, [w:] Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 2, Wrocław: Ossolineum.
- Crossley H.M., Parry H. J. [1950], *Validity of responses to survey questions*, "Public Opinion Quarterly", vol. 14.
- Crowne D.P., Marlowe D. [1964], *The approval motive*, New York: Wiley Publishing.
- Daniłowicz P. [1999], *Analiza efektu kontekstu w interpretacji danych surveyowych: Koncepcja Norberta Schwarza*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XLVIII/1.
- DeMaio Th. J. [1984], *Social desirability and survey measurement: A review*, [w:] Ch.E. Turner, E. Martin (eds), *Surveying subjective phenomena*, vol. 2, New York: Russel Sage Foundation.
- Edwards A.L. [1957], *The social desirability variable in personality assessment and research*, New York: Dryden.
- Edwards A.L. [1990], *Construct validity and social desirability*, "American Psychologist", vol. 45.
- Fowler F.J., Mangione Th. W. [1990], *Standardized survey interviewing: Minimizing interviewer-related error*, London: Sage.
- Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D. [2001], *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań: Zysk i S-ka.
- Głodowski W. [2006], *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa: Studio Emka.
- Gostkowski Z. [1965], *Badania adekwatności technik badawczych w krajach na drodze rozwoju*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XIX/2.
- Gostkowski Z. (red.) [1966], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 1, Wrocław: Ossolineum.
- Gostkowski Z. [1983], *Sytuacja społeczna wywiadu kwestionariuszowego: Społeczno-kulturowe uwarunkowanie wywiadu kwestionariuszowego: O założeniach i potrzebie empirycznych badań nad wywiadem kwestionariuszowym*, [w:] K. Lutyńska, A.P. Wejland (red.), *Wywiad kwestionariuszowy: Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Wrocław: Ossolineum.
- Gostkowski Z. (red.) [1990], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 8, Wrocław: Ossolineum.
- Gostkowski Z. (red.) [1992], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 9, Wrocław: Ossolineum.
- Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1968], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 2, Wrocław: Ossolineum.
- Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1970], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 3, Wrocław: Ossolineum.
- Gostkowski Z., Lutyński J. (red.) [1972], *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 4, Wrocław: Ossolineum.
- Green M.C., Krosnick J.A., Holbrook A.L. [2001], *The survey response process in telephone and face-to-face surveys: Differences in respondent satisficing and social desirability response bias*, b.m.w.
- Groves R.M. [1989], *Survey errors and survey costs*, New York: Wiley-Interscience.

- Hoinville G., Sykes W. [1985], *Telephone interviewing on a survey of social attitudes: A comparison with face-to-face procedures*, London: Social and Community Planning Research.
- Hyman H. [1954], *Interviewing in social research*, Chicago: University of Chicago Press.
- Jabkowski P. [2007], *Wpływ niezrealizowania części wywiadów na trafność wnioskowania statystycznego w badaniach społecznych: Technika wywiadu kwestionariuszowego oraz telefonicznego w świetle błędów nielosowych*, „ASK: Społeczeństwo. Badania. Metody”, vol. 16.
- Klecka W.R., Tuchfarber A.J. [1978], *Random Digital dialing: A comparison to personal survey*, “Public Opinion Quarterly”, vol. 42.
- Krosnick J.A. [1991], *Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys*, “Applied Cognitive Psychology”, vol. 5.
- Kubiak A., Przybyłowska I., Rostocki W.A. [1992], *Społeczna przestrzeń wywiadu kwestionariuszowego*, [w:] Z. Gostkowski (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 9, Wrocław: Ossolineum.
- Lee R.M. [1993], *Doing research on sensitive topics*, London: Sage.
- Lutyńska K. [1972], *Miejsce przeprowadzania wywiadu i jego oddziaływanie*, [w:] Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 4, Wrocław: Ossolineum.
- Lutyńska K. [1983], *Sytuacja społeczna wywiadu kwestionariuszowego: Wprowadzenie*, [w:] K. Lutyńska, A.P. Wejland (red.), *Wywiad kwestionariuszowy: Analizy teoretyczne i badania empiryczne*. Wrocław: Ossolineum.
- Lutyńska K. [1997], *Wpływ ankierski w pierwszej fazie badań kwestionariuszowych*, „ASK: Społeczeństwo. Badania. Metody”, vol. 1–2 (5–6).
- Lutyńska K. [2000], *Problemy drażliwe w badaniach socjologicznych w Polsce*, „ASK: Społeczeństwo. Badania. Metody”, vol. 9.
- Lutyńska K., Wejland A.P. (red.) [1983], *Wywiad kwestionariuszowy: Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Wrocław: Ossolineum.
- Lutyński J. [1977], *Ankieta i jej rodzaje*, Warszawa: WSNS.
- Lutyński J. [1983], *Wywiad kwestionariuszowy jako technika otrzymywania danych: Techniki otrzymywania materiałów i ich podział*, [w:] K. Lutyńska, A.P. Wejland (red.), *Wywiad kwestionariuszowy: Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Wrocław: Ossolineum.
- Lutyński J. [1994], *Metody badań społecznych: Wybrane zagadnienia*, Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe.
- Nowak S. [2006], *Metodologia badań społecznych*, Warszawa: PWN.
- Nowak S. (red.) [1965], *Metody badań socjologicznych*, Warszawa: PWN.
- Oppenheim A. V. [2004], *Kwestionariusze, wywiady, pomiary postaw*, Poznań: Zysk i S-ka.
- Ossowski S. [1967], *Z zagadnień psychologii społecznej*, Warszawa: PWN.
- Presser S., Schuman H. [1996], *Questions and answers in attitude measurement*, „Psychological Bulletin”, vol. 103, no. 3. surveys, London: Sage.
- Rostocki W.A. [1999], *Socjologia a prywatność*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XLVIII/1.
- Słomczyński K.M. [1966], *Wpływ oficjalnej i prywatnej sytuacji wywiadu na wypowiedzi respondentów*, [w:] Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 1, Wrocław: Ossolineum.
- Słomczyński K.M. [1983], *Sytuacja społeczna wywiadu kwestionariuszowego: Społeczno-kulturowe uwarunkowanie wywiadu kwestionariuszowego. O założeniach i potrzebie empirycznych badań nad wywiadem kwestionariuszowym*, [w:] K. Lutyńska, A.P. Wejland (red.), *Wywiad kwestionariuszowy: Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Wrocław: Ossolineum.

- Słomczyński K.M. [2004], *Polska metodologia socjologicznych badań empirycznych na tle międzynarodowym*, [w:] P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, Z. Sawiński (red.), *Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych*, Warszawa: IFiS PAN.
- Sołoma L. [1970], *Analiza porównawcza wartości danych zdobytych przy pomocy różnych technik*, [w:] W. Gostkowski, J. Lutyński (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 3, Wrocław: Ossolineum.
- Stoop I.A.L. [2005], *The hunt for the last respondent: Nonresponse in sample surveys*, Hague: Social and Cultural Planning Office.
- Sułek A. [1990], *W terenie, w archiwum i w laboratorium: Studia nad warsztatem socjologa*, Warszawa: Wydawnictwo IS UW.
- Sułek A. [2002], *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Scholar.
- Sztabiński F. [1992], *Wywiad kwestionariuszowy jako technika badawcza*, [w:] P. Daniłowicz, Z. Sawiński, F. Sztabiński, P.B. Sztabiński, A.P. Wejland, *Podręcznik socjologicznych badań ankietowych: Ankieter w procesie badawczym*, Warszawa: IFiS PAN.
- Sztabiński F., Sztabiński P.B. [1997], *Wartość odpowiedzi w wywiadzie telefonicznym ze wspomaganie komputerowym (CATI)*, „ASK: Społeczeństwo. Badania. Metody”, vol. 1–2 (5–6).
- Sztabiński P.B. [1999a], *Wywiad telefoniczny ze wspomaganie komputerowym (CATI) a wywiad kwestionariuszowy: Problem porównywalności wyników*, [w:] H. Domański, K. Lutyńska, A. W. Rostocki (red.), *Spojrzenie na metodę: Studia z metodologii badań socjologicznych*, Warszawa: IFiS PAN.
- Sztabiński P. B. [1999b], *Wywiad telefoniczny ze wspomaganie komputerowym: Nowa technika badawcza czy wywiad kwestionariuszowy przez telefon?*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XLVIII/1.
- Sztabiński P.B. [2006], *Dlaczego respondenci uczestniczą lub nie uczestniczą w badaniach? Porównanie 1999–2004*, „ASK: Społeczeństwo. Badania. Metody”, vol. 15.
- Tangney J.P., Fischer K. [1995], *Self-conscious emotions: shame, guilt, embarrassment, and pride*, New York: Guilford Press.
- Tangney J.P., Miller R.W., Flicker L., Barlow D.H. [1996], *Are shame, guilt and embarrassment distinct emotions?*, „Journal of Personality and Social Psychology”, vol. 70.
- Tourangeau R., Rasinski K. [1988], *Cognitive process underlying context effect in attitude*
- Tourangeau R., Rips L.J., Rasinski K. [2008], *The psychology of survey response*, New York: Cambridge University Press.

Natalia Hipsz

**STANDARDIZED RESEARCH TECHNIQUES AS A SPECIAL TYPE
OF COMMUNICATION – THE COMPARISON OF THE PERSONAL STANDARDIZED
INTERVIEW, THE TELEPHONE INTERVIEW AND THE AUDITORIUM SURVEY**

Abstract

Quantitative researches which are conducted in Poland and all over the world use techniques varied in terms of technological and communication conditions of realization. Scientific efforts which have been made by sociologists suggest that the differential communication conditioning of

measurement may prejudice of nonequivalence, higher or lower level of reliability of gathered data. The paper analyzes three standardized research techniques: the personal standardized interview, the telephone interview and the auditorium survey. The article, partly by synthesis of empirical studies' results, makes a description of quantitative research methods in the context of the theory of communication.

Key words: communication context, sensitive survey questions, mental effort, social desirability, personal standardized interview, telephone interview, auditorium survey