

Eugeniusz Śmiłowski  
Pentor – Instytut Badania Opinii i Rynku

## **REFLEKSJE SONDAŻYSTY KOMERCYJNEGO**

Ciekawy jest zamysł sesji, w której zawodowi sondażyści mają wypowiedzieć się na temat praktycznych wniosków z realizacji projektu Europejskiego Sondażu Społecznego i możliwości zastosowania standardów metodologicznych ESS w badaniach opinii i rynku.

Wysiłek metodologiczny, jaki został poniesiony w przygotowanie, realizację i opracowanie wyników badania ESS, na wszystkich etapach procesu badawczego, począwszy od konceptualizacji, a na udostępnianiu wyników kończąc jest rzeczywiście imponujący. Perfekcyjnie przemyślane i przygotowane założenia badawcze zostały zrealizowane z godną podziwu konsekwencją w 23 krajach uczestniczących w badaniach. Wiem, ile wymaga to czasu i jakiego nakładu środków, bo kilkakrotnie uczestniczyłem w podobnych, choć na dużo mniejszą skalę projektach międzynarodowych. Na podstawie tych doświadczeń w pełni podzielam formułowaną tu ocenę, że badanie ESS jest pod względem metodologicznym wzorcowe i ustanawia nowe standardy w zakresie międzynarodowych badań porównawczych. Ale czy mogłoby być inaczej, jeśli w projekcie uczestniczyli wybitni reprezentanci europejskiej socjologii i metodologii badań społecznych?

Dla mnie osobiście fakt, że w naszym kraju nad doбором próby czuwał Zbigniew Sawiński, a nad całością pieczę sprawował Paweł Sztabiński jest najlepszą gwarancją wysokiej jakości badania, jego kompletności, poprawności i rzetelności. Czynnikiem sprzyjającym wysokiej jakości był też harmonogram prac nad projektem, czas przeznaczony na terenową realizację badań i opracowanie danych oraz przyzwoity budżet na wykonanie projektu. Jak ważne są to kwestie, doskonale wie każdy sondażysta w komercyjnej agencji badawczej. Lata

2001–2003 były szczególnie trudne w godzeniu oczekiwań klientów z wymogami warsztatu i rzetelności badań. Filozofia komercyjnych klientów zasada się bowiem często na trzech kategorycznych żądaniach: taniej, szybciej, lepiej. Dobrze jest więc utwierdzić się w przekonaniu, że aby było lepiej, musi jednak być drożej i dłużej. Oczywiście nie ma porównania między naukowym projektem na skalę międzynarodową, a sondażami opinii publicznej czy konsumenckimi, chociaż wiele sondaży konsumenckich pod względem zawartości kwestionariusza wcale nie odbiega od omawianego dziś badania ESS.

Tematyka badania ESS obejmuje szeroki i ważny zakres zagadnień. Słusznie jednak zwrócił uwagę K. Słomczyński, że problematyka ESS w znacznym stopniu pokrywa się z tematyką innych międzynarodowych przedsięwzięć badawczych, natomiast tematów zupełnie nowych jest stosunkowo mało.

Dlatego z perspektywy badacza rynku pewien niedosyt budzi pominięcie w warstwie substancywnej – dość istotnej dla obserwacji i zrozumienia przemian zachodzących we współczesnej Europie – tendencji w rozwoju szeroko pojmowanej konsumpcji indywidualnej, a dokładniej ewolucji w postawach, zachowaniach i osobowości konsumentów. Zarówno ze względu na przechodzenie z fazy społeczeństwa postindustrialnego do informacyjnego, jak i rozszerzania Unii Europejskiej o nowe kraje członkowskie. O ile bardzo interesująco zapowiadają się studia nad strukturą klasowo-zawodową i stratyfikacją społeczną mimo ograniczeń, o których mówił H. Domański, o tyle o zachowaniach konsumenckich zbyt wiele się nie dowiemy. Dostrzegam wyraźny brak przynajmniej kilku podstawowych i predyktywnych wskaźników charakteryzujących np. strukturę, hierarchię i poziom zaspokojenia potrzeb, wzory zachowań zakupowych, znaczenie marek, stosunek do reklamy, korzystanie z Internetu czy rozumienie praw konsumenta. Nie chodzi mi bynajmniej o cały blok tematyczny, lecz uwzględnienie aspektu konsumenckiego w założonych modułach. Zresztą kilka ciekawych pojedynczych wskaźników zostało w kwestionariuszu zawartych. Z pewnością bardzo uważnie przyjrzę się rozkładowi odpowiedzi np. na pytanie dotyczące możliwości pożyczania pieniędzy w przypadku trudnej sytuacji finansowej respondenta, jak i wszystkim danym metryczkowym, zwłaszcza opisującym warunki życiowe gospodarstw domowych. Posłużą nam do różnych celów, także do zestawień i porównań wyników badań osiąganych na pełnych próbach losowych i próbach typu „random route”, które najczęściej stosujemy w naszych sondażach. Będziemy zatem traktowali badanie ESS jako wzorzec i narzędzie kontroli poprawności naszych prób. Tym samym przechodzę do kwestii spożytkowania wniosków i ustaleń o charakterze metodologicznym, którymi – jak sądzę – już w niedalekiej przyszłości podzielią się autorzy projektu.

Niecierpliwie zatem będę oczekiwał wyników analiz metodologicznych. W związku z tym, że w sporej części krajów, bodajże 16, badanie realizowano techniką wywiadu telefonicznego, a w pozostałych *face to face*, to chętnie zapoznałbym się z analizą na temat wpływu metody zbierania danych na wyniki ESS. Przy czym interesuje mnie nie tylko efektywność obu metod, ale także szereg kwestii z pozoru mało znaczących, ale oddziałujących w różny zresztą sposób na wyniki pomiaru. W literaturze nie ma np. zgody, czy zastosowanie CATI wpływa na wyrażenie przez respondenta zgody na udział w badaniach. Na ogół przyjmuje się, że technika badawcza nie ma wpływu, ale w wielu sondażach odnotowano wyższy odsetek odmów w wywiadach telefonicznych. Czy i jakie różnice występują w czasie trwania wywiadów prowadzonych twarzą w twarz i telefonicznych? Wiele analiz wskazuje, że wywiady telefoniczne trwają dłużej i co więcej wpływają niekorzystnie na skłonność do udziału respondentów w kolejnych sondażach. Uważa się również, że w CAPI respondenci bardziej skłonni są wybierać odpowiedzi skrajne, ale za to rzadziej udzielają odpowiedzi unikalnych i wymijających. Kwestionariusz zastosowany w ESS dotyka wielu społecznie trudnych kwestii i jest dość złożony, dlatego sądzę, że taka analiza mogłaby dostarczyć wielu interesujących danych o charakterze metodologicznym.

Odrębną kwestią jest problem braku odpowiedzi na pytania zamieszczone w obu wersjach kwestionariuszy. Wprawdzie wielokrotnie tu podkreślano, jak wielką pracę wykonano przygotowując narzędzia, począwszy od tłumaczenia i uzgadniania kwestionariuszy w gronie profesjonalistów, a następnie w trakcie pilotażu i podczas szkolenia ankietatorów, to problem z pewnością istnieje. Nie wiem, w jakiej skali i czy w ogóle wystąpiła potrzeba uzupełnienia brakujących danych, a jeśli tak, to czy zastosowano metodę estymacji bezpośredniej czy imputacji.

Przedstawiłem tu kilka dość szczegółowych problemów, na które spodziewam się uzyskać odpowiedź na podstawie dalszych prac metodologicznych. Być może moje oczekiwania formułowane są na wyrost, albo wskazane problemy zbyt drobiazgowo, aby stały się przedmiotem analiz, ale wymieniam je dla porządku, aby i na te codzienne aspekty sondaży zwrócić uwagę. Należy oczekiwać, że wiele cennych i praktycznych wskazówek przyniosą wyniki dodatkowego badania metodologicznego dotyczącego wpływu strategii ankietatorów w kontakcie z respondentami na uzyskanie zgody na wywiad i wartość uzyskiwanych podczas wywiadu odpowiedzi. Bardzo interesujące będą też wnioski dotyczące trafności i rzetelności zebranych danych oraz – jak to nazwano – przekładalności różnych rodzajów skal. Wynika z tego, że dzisiejsza konferencja dostarcza coraz więcej pytań i w moim głębokim przeświadczeniu powinna skłonić organi-

zatorów do przygotowania następnych, a z pewnością kolejnej, poświęconej wyłącznie problemom metodologicznym.

Na zakończenie jeszcze jedna kwestia warta podkreślenia. Nieocenioną wartością ESS jest możliwość nieograniczonego, bezpośredniego dostępu do zbiorów danych i wszystkich materiałów zgromadzonych w trakcie realizacji badań oraz przyjazna przeglądarka internetowa. Z pewnością nie tylko warto skorzystać z doświadczeń ESS w archiwizacji i budowie bazy danych, ale także przyjąć je jako wzór, a może i standard w naszym kraju.