

*Krzysztof Lisowski**

Uniwersytet Zielonogórski

ANKIETER W TERENIE, PROBLEMY Z JAKOŚCIĄ BADAŃ ILOŚCIOWYCH

Wstęp

W literaturze socjologicznej powszechny jest pogląd, że jednym z najbardziej znaczących czynników powodujących zniekształcenia uzyskiwanych danych w wywiadach kwestionariuszowych jest ankieter (Lutyńska 1993, s. 95). Jego pracy poświęcono w literaturze polskiej wiele opracowań, w których koncentrowano się głównie na błędach wynikających z cech społecznych i psychologicznych ankieterów, a także ich oddziaływanie na uzyskiwane odpowiedzi (Sztabiński 1997; Lutyńska 1993; Kistelski 1985). Zdecydowanie rzadziej koncentrowano się na problematyce świadomych, nieuczciwych praktyk ankieterów w procesie zbierania danych i oszacowania ich wpływu na jakość uzyskiwanych wyników.

Problem jest trudny do zbadania, ponieważ jest drażliwy dla wszystkich stron uczestniczących w procesie badawczym. Ankieterzy obawiają się utraty pracy i konsekwencji związanych z nieuczciwą pracą. Firmy badawcze, nawet jeśli są świadome problemów i ich skali, co może wynikać z wewnętrznych kontroli, nie są skłonne ujawniać swoich słabych punktów w obawie przed utratą klientów. Zleceniodawcy nie zawsze chcą być świadomi, że opierają swoje wnioski na częściowo nierzetelnych danych. Wszystkie strony nie są zainteresowane nagłaśnianiem tego problemu, który negatywnie wpływa na wizerunek całej branży (Sawiński, Sztabiński 2005, s. 361-362).

Problem nieuczciwości ankieterskiej nie jest specyficzny tylko dla Polski i można przyjąć, że jest tak stary, jak prowadzenie badań surveyowych. Elisabeth Noelle-Neumann szacowała, że w kontrolowanej sieci ankieterskiej Instytutu Demoskopijnego w Allensbach ok. 3% ankieterów fałszowało wywiady (Sztabiński, Domański, Sztabiński 2016, s. 19).

Bezpośrednią inspiracją do podjęcia problemu nieuczciwych ankieterów w Polsce był wywiad z właścicielem firmy realizującej badania terenowe, który ukazał się w „Dużym Formacie” (Głuchowski 2016). Główna teza artykułu mówiła o tym, że „od

* Krzysztof Lisowski – adiunkt w Instytucie Socjologii, Zakładzie Metodologii i Socjologii Empirycznej; k.lisowski@is.uz.zgora.pl.

kilku do kilkunastu procent polskich badań oglądalności telewizji, poparcia dla partii, prezydenta, rządu, opozycji itp. branych jest z sufitu” (Głuchowski 2016, s. 14-15) i że problem się nasila.

Brak możliwości oparcia się w analizach na trudno dostępnych, twardych danych z kontroli pracy ankierów ukierunkował poszukiwania badawcze na czynniki mogące sprzyjać bądź ograniczać podejmowanie nieuczciwych praktyk ankierskich.

Problem rzetelności badań surveyowych

Badania surveyowe uwarunkowane są wieloma czynnikami, które mogą wpływać na jakość uzyskiwanych danych (Lutyńska 1993; Sztabiński 2011; Sztabiński 1997; Dukaczewska 1995). Nieuczciwość ankierów jest jednym z nich i założyć można, że nie najważniejszym. Rzetelność wyników badań społecznych narażona jest na wiele zakłóceń wynikających głównie z błędów związanych z próbą, błędów pomiaru będących pochodną przygotowania narzędzia i w końcu błędów ankierów i respondentów (Sztabiński 1997, s. 27-97).

Błędy związane z próbą wynikają z konieczności wylosowania zgodnie z zasadami probabilistyki tylko niewielkiej części populacji, na podstawie której formułowane są wnioski. Takie procedury umożliwiają wnioskowanie tylko z określonym przybliżeniem. Wielkość tego przybliżenia informuje o błędzie pomiaru.

Błąd „pokrycia” wiąże się z wadą operatów losowania, w których nie są uwzględniane wszystkie elementy populacji. Problem nasila się wówczas, kiedy badacz nie dysponuje gotowym operatem, ale jest zmuszony do jego samodzielnego przygotowania, korzystając z dokumentów tworzonych przez różnego rodzaju instytucje.

Kolejnym czynnikiem wpływającym na jakość danych w badaniach ilościowych jest „brak odpowiedzi”. Można go rozpatrywać jako niedostępność respondentów. Z analiz dokonanych w 1995 r. wynikało, że w próbach adresowych problem ten dotyczy ok. 19-20% respondentów, a w próbach imiennych ok. 27% (Sztabiński 1997, s. 29). Można przyjąć, że większa mobilność i dłuższe przebywanie w pracy Polaków nasila problem braku dostępności wylosowanych do badań jednostek.

Błędy pomiaru mogą wynikać także z przygotowania kwestionariusza i z różnych nieprawidłowości związanych z treścią pytań, sposobem ich sformułowania i miejscem w kwestionariuszu.

Sam sposób uzyskiwania danych w wywiadach kwestionariuszowych polegający na interakcji między ankierem i respondentem powoduje, że odpowiedzi respondenta nie wynikają tylko z pytań zawartych w kwestionariuszu, ale także z tzw. kontekstu społecznego. Wiek, płeć, status społeczny, cechy psychologiczne, a także opinie ankiera w sprawach poruszanych w wywiadzie mogą wpływać na uzyskiwane odpowiedzi (Lutyńska 1993).

Do powyżej zasygnalizowanych błędów w realizacji badań ilościowych należy dodać te, które wynikają ze świadomych niezgodnych ze standardami zachowań ankierskich. Ich katalog został zaprezentowany w przytaczanym wywiadzie w „Dużym Formacie”, a także w literaturze (zob. Sawiński, Sztabiński 2005, s. 363-375). „Oszustwa” ankierskie można podzielić na trzy kategorie: niezrealizowanie wywiadu, świadomy błędny dobór respondenta, świadome niezgodne z procedurami prowadzenie wywiadu.

Niezrealizowanie wywiadu, w żargonie ankierskim „sufitowanie”, przyjmować może dwie formy zachowań:

- wczuwanie się w badanego – ankier dzwoni do zaufanych osób i informuje o tym, że jeśli zadzwoni ktoś do nich z kontroli, to powinni potwierdzić, że brali udział w badaniu. Następnie wymyśla odpowiedzi, wypełniając samodzielnie ankietę, i wpisuje autentyczne dane swoich rozmówców;
- „sufitowanie” – w postaci czystej oznacza wymyślanie respondentów i ich odpowiedzi.

Świadomy błędny dobór respondentów to także kilka możliwych zachowań ankierskich:

- naciąganie kryteriów doboru – w przypadku prób kwotowych lub celowych nie są przestrzegane wszystkie kryteria doboru jednostek do badania. Najczęściej zmieniane są kryteria wieku lub wykształcenia;
- „podmiana” – w próbach losowych zamiana respondenta na innego domownika. Pokusa do dokonania podmiany pojawia się wówczas, kiedy ankier nie zastaje respondenta i musiałby wrócić do niego w innym terminie, jednocześnie spotyka się z miłym przyjęciem innych domowników, a czasami z ich sugestiami, że na pytania może odpowiedzieć ktoś inny;
- etatowi respondenci – ankier tworzy swoją prywatną bazę respondentów, która jest mocno eksploatowana przy okazji różnych projektów. Jeśli ankier pracuje dla więcej niż jednego ośrodka badawczego, a staje się to praktyką powszechną, ujawnienie takiego proceduru jest bardzo trudne;
- realizacja wywiadów z rodziną, ze znajomymi – takie osoby o wiele łatwiej zrekrutować do badania, wywiady z rodziną lub znajomymi przebiegają inaczej niż pozostałe, wynika to z dobrej znajomości opinii, postaw i zachowań partnerów w rozmowie.

Ostatni rodzaj nieprawidłowości to niezgodne z procedurami prowadzenie wywiadu. Zachowania te mogą pojawiać się na każdym etapie realizacji badania w terenie, do najważniejszych należą:

- nieprzestrzeganie filtrów (omijanie pytań kwestionariuszowych) – polega na pominięciu bloków pytań, na które respondent powinien odpowiedzieć. Ankier, znając kwestionariusz, tak manipuluje odpowiedziami respondentów, aby w pytaniach filtrujących zaznaczać odpowiedzi, które powodują ominięcie całych bloków pytań;

- nieokazywanie respondentowi kart do pytań lub innych materiałów, stanowiących integralną część prowadzenia wywiadu;
- zmiana treści pytań, odczytywanie ich w formie niezgodnej z zapisem w kwestionariuszu.

Problem nierzetelności w realizacji badań ilościowych może dotyczyć ankierów o różnym stażu pracy, Zbigniew Sawiński i Franciszek Sztabiński zaproponowali cztery strategie nieuczciwych ankierów (Sawiński, Sztabiński 2005, s. 376-378). Wynikają one ich zdaniem ze świadomych działań mających przechytrzyć instytucje badawcze i małym nakładem sił osiągać określone dochody. Takie osoby charakteryzują się przy tym dobrą znajomością procedur, która pozwala im przynajmniej na jakiś zakres poczucia bezkarności.

Pierwsza strategia przyjmowana jest przez osoby, które pracę ankierską traktują jako tymczasowe zajęcie. Nie chcą się wiązać z nią na dłużej, traktują ją instrumentalnie, chcą zarobić na określony cel. Nie kierują się etyką pracy ankierskiej, starają się uprościć maksymalnie wymagane procedury, omijają pytania, rezygnują z wywiadów z osobami, których raz nie mogły zastać. W ich postępowaniu nie można się dopatrzeć łamania elementarnych zasad pracy ankierskiej, raczej nie zdarzają się „sufity”.

Druga strategia dotyczy doświadczonych ankierów, którzy po kilku latach realizacji wywiadów mają przekonanie, że znane są im już wszystkie możliwe sytuacje. Wchodząc do respondenta, są w stanie przewidzieć, jakie uzyskają odpowiedzi i jak długo będzie trwał wywiad. Swoje doświadczenie konfrontują z procedurami wymyślonymi przez badaczy za biurkiem i często dochodzą do wniosku, że można dostarczyć wartościowy materiał empiryczny, nie przestrzegając niezyciowych zasad realizacji wywiadów. Upraszczenie procedur w tym przypadku polega na przeformułowywaniu pytań, zadawaniu ich w prostszej formie, pomijaniu tych, które wydają im się mało istotne albo zbyt trudne dla respondentów, pokazywaniu tylko części kart do pytań lub niepokazywaniu ich wcale. Podobnie jak w pierwszej strategii, w tym przypadku ankierzy także nie posuwają się do łamania najbardziej pryncypialnych zasad realizacji badań w terenie. Ich strategia jest przez nich postrzegana jako „dostosowanie” do realiów terenu, a nie „oszustwo”.

Trzecia strategia dotyczy także doświadczonych ankierów, znających dobrze procedury kontroli, i ogranicza się do „oszustw” w sytuacjach, które są trudne do skontrolowania. Dotyczy to szczególnie wywiadów z osobami z marginesu społecznego, gospodarstw domowych bez telefonów. Tacy ankierzy nie mają oporów przed „sufitami”, zamianą respondentów czy pomijaniem całych bloków pytań.

Ostatnia strategia nazywa się w slangu badawczym „spółdzielnią” i polega na porozumieniu się ankiera z pracownikiem instytucji badawczej. Ich „współpraca” polega na tym, że pracownik za odpowiednią gratyfikacją dba o to, aby „oszustwa” an-

kietera (najczęściej „sufity”) nie wyszły na jaw. Tego typu sytuacje zdarzają się jednak bardzo rzadko.

Wszystkie scharakteryzowane powyżej negatywne zachowania i strategie ankietatorów są dobrze znane działom kontroli w ośrodkach badawczych, podejmują one wiele czynności, które mają takim praktykom zapobiegać. Formy kontroli zmieniają się wraz z nowymi pomysłami „zaradnych” ankietatorów.

Zapobieganie nieuczciwym praktykom ankieterskim – działania ośrodków badawczych

Z punktu widzenia ośrodków badawczych, profesjonalizacja pracy ankietatorów wiązała się ze stworzeniem określonych standardów i ich wdrożeniem do pracy w terenie. W drugiej połowie lat 90. instytuty badawcze tworzyły własne zasady współpracy z ankietarami, które w różnym stopniu uwzględniały potrzeby kontroli i dbania o jakość badań. Dodatkowo dynamiczny rozwój branży badawczej stworzył duży popyt na usługi ankieterskie, który sprzyjał rekrutacji do zawodu przypadkowych osób¹. Taka sytuacja spowodowała podjęcie prac nad adaptacją brytyjskich standardów współpracy ośrodków badawczych z ankietarami – *Interviewer Quality Control Scheme* (Sawiński 2005, s. 402). Zwieńczeniem tych działań był przygotowany przez porozumienie instytutów badawczych i ich klientów Program Kontroli Jakości Pracy Ankietatorów² (PKJPA), który stał się polskim standardem jakości realizacji badań. Do pierwszej edycji PKJPA (rok 2000) przystąpiło 11 instytutów, w dalszych latach jego ranga wzrosła i można powiedzieć, że obecnie należą do niego wszystkie największe ośrodki badawcze w Polsce. Administratorem programu uczyniono Organizację Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR), do której należała większość ośrodków sygnatariuszy porozumienia (Sawiński 2005, s. 403). Ustalono wiele zasad ogólnych i szczegółowych dotyczących pracy terenowej, kontroli realizacji badań, a także procedur przyjmowania nowych ankietatorów. Zasady te miały gwarantować, że w teren wychodzą osoby przygotowane, znające wszystkie aspekty realizacji wywiadów.

Przygotowane standardy odnosiły się do pięciu kategorii badań, które z racji różnic metodologicznych wymagały nieco innych rozstrzygnięć (badania PAPI, CAPI, CATI, ankiety roznoszone, rozdawane i badania jakościowe związane z pracą „rekruterów”). Program określał obowiązki ośrodków badawczych związane ze szkoleniem ankiete-

¹ W latach 90. rynek badań w Polsce odnotował bardzo duże tempo wzrostu, dane finansowe liczone rok do roku pokazują poziom dynamiki (rok poprzedni 100%); 1994 – 177,63%; 1995 – 168,33%; 1996 – 142,87%; 1997 – 178,91%. J. Garlicki, *Diagnoza sytuacji na rynku badań marketingowych w Polsce*, Katalog, wyd. 6, Agencje badań marketingowych, Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii.

² Z programem można się zapoznać na stronie internetowej www.pkjpa.pl [dostęp: 7.03.2017].

rów i ustalał zasady dokumentowania tej współpracy. Jedną z jego najważniejszych części były wymogi dotyczące kontroli pracy ankierów. Ustalono szczegółowo zakres stosowanych metod kontroli, a także ich częstotliwość. Program PKJPA narzucał na instytuty badawcze, które do niego przystąpiły, wymóg systematycznych kontroli każdego ankiera w regularnych odstępach czasu. Ustalono także, że minimalny odsetek kontrolowanych przypadków polegający na ponownym kontakcie z badanym nie może być niższy niż 5%. Wymóg ten dotyczył każdego badania realizowanego przez ośrodek, a kontrole pracy ankierów mogły prowadzić tylko odpowiednio do tego przeszkolone osoby. W przypadku wykrycia uchybień w pracy ankiera musiał on przejść dodatkowe szkolenia, w dokumencie nie określono sankcji wobec świadomych „oszustw”, te kwestie nadal rozstrzygane były indywidualnie w ośrodkach badawczych.

Przygotowanie standardów wiązało się z określonymi procedurami, które weryfikowane są każdego roku przez audytorów OFBOR, i w poszczególnych typach badań przyznawane są ośrodkom certyfikaty świadczące o dobrej jakości realizowanych badań. Samo stworzenie i wdrożenie standardów poprawiło sytuację w wielu aspektach, np. ośrodki badawcze wymieniają się informacjami o nieuczciwych ankierach, aby nie mogli znaleźć pracy w tej branży, nie wyeliminowało to jednak problemu nieuczciwych praktyk. Odpowiednią jakość badań ma zapewnić stosowanie wielu procedur kontrolnych, które mają zapobiegać błędom i fałszowaniu wyników.

Stosowane procedury kontrolne można podzielić na terenowe i nieterenowe. Te pierwsze dają najlepsze efekty, ale są drogie i wydłużają czas kontroli. Z tego powodu stosowane są zdecydowanie rzadziej. Można do nich zaliczyć m.in. ukryte nagrywanie wywiadu, powtórny osobisty wywiad kontrolny. Nieterenowe formy kontroli w większym stopniu opierają się na analizie uzyskanych danych, chociaż w tym przypadku do standardowych procedur należą także kontrole telefoniczne. Realizacja niemal całości badań na komputerach lub tabletach daje możliwość nagrywania niektórych sekwencji wywiadu, a także sprawdzania czasu ich realizacji (w tym międzyczasów poświęconych poszczególnym pytaniom czy blokom pytań). W bazach danych można również sprawdzać numery telefonów respondentów pod kątem eliminowania wywiadów z „etatowymi respondentami”. Stosowane są także kontrole logiczne, w których analizuje się sekwencje udzielanych odpowiedzi pod kątem ich występowania u poszczególnych ankierów.

Procedury kontrolne podejmowane przez ośrodki badawcze są wielostronne i mają systematyczny charakter. O ile błędy ciężkie („sufity”, wczuwanie się w badanego) prędzej czy później są wykrywane, a nieuczciwi ankierzy eliminowani z sieci ankierskich, o tyle wiele nieuczciwości mniejszego kalibru (etatowi respondenci, opuszczanie pytań, nieprzestrzeganie zasad doboru jednostek do badania, nieprofesjonalne prowadzenie wywiadów) ujawnić i wyeliminować jest zdecydowanie trudniej. Można

przyjąć, że to tego typu błędy, a nie wyraźne „oszustwa” (wymyślanie respondentów), wpływają w większym stopniu na jakość danych empirycznych.

Czy winni są tylko ankieterzy?

Nieuczciwe praktyki terenowe wpływają na jakość danych empirycznych, w interesie badaczy, zleceniodawców i realizatorów badań jest ich eliminowanie. Obok wyżej wymienionych standardów PKJPA i procedur kontrolnych warto zwrócić uwagę na inne aspekty, które mogą sprzyjać ograniczaniu negatywnych zjawisk. Przede wszystkim należy wymienić czynniki mające charakter obiektywny, wynikające ze sposobu funkcjonowania ośrodków badawczych i umiejscowienia w tej strukturze ankieterów. Można mieć wrażenie, że mimo upływu wielu lat w branży badawczej nadal najbardziej powszechny jest model, który odpowiada „instrumentalnej koncepcji roli ankietera” (Kistelski 1985, s. 16). Przebyta droga od zaangażowanych społeczników w roli ankieterów, do profesji mającej głównie charakter komercyjny, a także wystandaryzowanie wszystkich procedur pracy terenowej powodują, że od ankietera nie oczekuje się inwencji czy twórczego zaangażowania w proces badawczy, najistotniejsze jest to, żeby nie naruszał ustalonych zasad. Dystans pomiędzy badaczami i ankieterami zbierającymi dla nich dane w terenie jest wypełniany instrukcjami. Rzadko kiedy dochodzi do bezpośrednich spotkań (szkoleń do projektów) badaczy i ankieterów. W tym kontekście można mówić o pewnej izolacji sieci ankieterskich. Ankieterzy sytuują się pomiędzy instrumentalnie traktującymi ich ośrodkami badawczymi a potencjalnymi respondentami (społeczeństwem), którzy coraz rzadziej godzą się na udzielanie jakichkolwiek wywiadów, a pracę ankieterską postrzegają jako ingerencję w ich prywatność, zakłócającą domowy spokój. Życia ankieterom nie ułatwiają przekazy medialne, w których często pojawiają się ostrzeżenia przed wpuszczaniem do domów obcych osób, które mogą mieć złe intencje.

Dygresja dotycząca zawodu ankietera jest niezbędna do zrozumienia jego usytuowania w strukturze procesu realizacji badania i prestiżu wykonywanej pracy. Można przyjąć, że historia profesji ankieterskiej rozpoczyna się w Polsce od powstania w 1958 r. pierwszego w tej części Europy Ośrodka Badania Opinii Publicznej (OBOP). Do 1956 r. w okresie stalinizmu badania socjologiczne, jak i cała socjologia uznawane były za przejaw burżuazyjnych praktyk i zostały przez władze zakazane (Lutyńska 1993, s. 79). Nie znaczy to, że przed powstaniem OBOP-u nie realizowano żadnych badań społecznych, nie miały one jednak charakteru regularnych badań ankietowych, do realizacji których niezbędne było stworzenie i przeszkolenie stałych współpracowników, realizujących prace terenowe. Początkowo OBOP rekrutował osoby, które wykonywały swoją pracę społecznie. Od 1966 r. podjęto refleksję metodologiczną nad pracą ankieterów, którzy już w tym czasie traktowani byli najczęściej instrumentalnie, ich praca ogra-

niczała się do wykonywania wszystkich poleceń badaczy. Opinie socjologów o pracy ankieterów były często negatywne, zarzucano im brak dbałości, częste popełnianie błędów (Lutyńska 1993, s. 96-118). Jak wynika z badań Krystyny Lutyńskiej, również sami ankieterzy niezbyt pochlebnie wypowiadali się o swoim zajęciu. „*Wywiady robi się bezmyślnie, jest to praca spychana, chałtura tylko dla pieniędzy; Rola ankietera została sprowadzona tylko do zadawania pytań i jest on nazywany »odczytywaczem« pytań*” (Lutyńska 1993, s. 115).

Dalsze etapy profesjonalizacji pracy ankieterskiej związane były z powstawaniem nowych ośrodków badawczych i budowaniem sieci ankieterskich, działających na zasadach komercyjnych, a nie społecznych. Jednak dopiero rozpoczęta w 1989 r. transformacja systemowa spowodowała powstanie rynku badań podobnego do istniejącego w wielu krajach Europy Zachodniej. W tym czasie odbywał się nie tylko transfer nowych metod i technik badawczych, wykorzystywanych głównie w badaniach marketingowych, ale także transfer nowych technologii i organizacji badań.

Powstające nowe podmioty, często oddziały dużych międzynarodowych agencji, z racji oferowania regularnych usług badawczych w swoich strukturach musiały stworzyć sieci ankieterskie, najczęściej budowane przy pomocy koordynatorów terenowych. W strukturach ośrodków badawczych powstawały działy realizacji badań terenowych, które odpowiedzialne były za pracę koordynatorów, a ci z kolei – za pracę ankieterów. Na tym etapie formalnie koordynatorzy i ankieterzy byli współpracownikami ośrodków badawczych, nie zatrudniano ich jednak na umowy o pracę, najczęściej były to umowy o dzieło lub umowy-zlecenia. Dalsze zmiany w ośrodkach „wypchnęły” koordynatorów i ankieterów poza struktury agencji badawczych i to koordynatorzy i ich firmy obecnie najczęściej obsługują prace terenowe.

Cechą charakterystyczną lokalnych firm ankieterskich jest to, że współpracują z wieloma ośrodkami – brak zleceń w jednym ośrodku rekompensowany jest zleceniami z innych. Duża niepewność dotycząca ilości realizowanych projektów, a także kurczący się rynek badań *face tu face* jest problemem w utrzymaniu odpowiedniego zespołu ankieterskiego. Ciągłe „falowanie” powoduje, że w ośrodkach koordynatorskich pracują stali ankieterzy, tzw. zawodowcy (prowadzący często jednoosobowe firmy ankieterskie), którzy mogą liczyć na więcej zleceń, i ankieterzy okazjonalni, zatrudniani na umowę-zlecenie w zależności od aktualnej sytuacji na rynku. Niepewność zatrudnienia, wynikająca z braku umów o pracę, i relatywnie niskie zarobki powodują, że trudno znaleźć osoby zaangażowane w pracę, chcące poświęcić czas na szkolenia i własne doskonalenie. Niski prestiż pracy ankieterów, których często kojarzy się z domokrążcami, handlem bezpośrednim, telemarketingiem, czy wręcz z „naciągaczami” i „oszustami”, powoduje, że do zawodu obserwowac można selekcję negatywną. Decydują o tym poważne trudności z naborem nowych pracowników, które kończą się często niepowodzeniem. Brak zainteresowania pracą ankieterską świadczy o małej atrakcyjności zawodu i jego

niskim prestiżu. Dobra sytuacja na rynku pracy (niski poziom bezrobocia) pogłębia jeszcze problemy z poszukiwaniem pracowników do badań terenowych.

Kwestie finansowe rozstrzygane są na poziomie ośrodków badawczych i rzadko kiedy koordynator może je negocjować. Stawki za wywiady rosną zbyt wolno w stosunku do piętrzących się trudności realizacyjnych. Najpoważniejszym problemem jest systematycznie spadający odsetek osób godzących się na udział w badaniu. Na początku lat 90. w Polsce realizowano niemal 90% założonej próby losowej, obecnie w wielu badaniach jest to mniej niż 50%. Sytuację bardzo dobrze charakteryzuje tytuł wydanej w 2005 r. książki Ineke Stoop *The Hunt for the Last Respondent* [Polowanie na ostatniego respondenta] (Stoop 2005).

Trudna praca ankietarska wymaga większego zaangażowania ośrodków badawczych nie tylko w profesjonalne przygotowanie do pracy w terenie i regularne kontrole, ale także w podniesienie prestiżu i stworzenie lepszych warunków finansowych. Dotychczas podejmowane nieliczne próby, np. kampania społeczna OFBOR mająca zachęcać do udziału w badaniach „Twoja opinia ma znaczenie”, nie odniosły oczekiwanego skutku.

Podsumowanie

Odpowiadając na pytanie, czy winni są tylko ankierzy, można wskazać na wiele czynników mających charakter systemowy, które decydują o kondycji tej grupy zawodowej i pośrednio o jakości wykonywanej pracy. Część z nich omówiona została wyżej i w moim przekonaniu tworzą one istotną barierę dla poprawy sytuacji terenowej realizacji badań.

Całkowite wyeliminowanie nieuczciwych praktyk ankietarskich, tak jak błędów wynikających z próby czy tworzenia narzędzi badawczych, nie jest możliwe. Można założyć, że będą one nadal w pewnym stopniu wpływały na jakość uzyskiwanych danych empirycznych. Można je ograniczać poprzez analizę popełnianych błędów i dostosowywanie do nich procedur kontrolnych. Jest to działanie niezbędne, lecz niewystarczające. Drugim istotnym czynnikiem jest wzrost prestiżu pracy ankietera i – adekwatna do zwiększającej się trudności realizacji badań w terenie – poprawa warunków finansowych wykonywania zawodu.

Poprawa jest możliwa tylko pod warunkiem zaangażowania się w działania ośrodków badawczych i organizacji branżowych, tak jak miało to miejsce w przypadku porozumienia związanego z tworzeniem standardów jakości pracy w terenie (PKJPA). Niezbędna jest refleksja dotycząca obecnej kondycji środowiska ankierów, których funkcjonowanie ulokowane zostało w regionalnych ośrodkach koordynatorskich. Nie tworzą one struktury poziomej, zwykle definiują interesy indywidualnie i negocjują je z ośrodkami badawczymi. Obecnie nie stanowią siły, która byłaby w stanie zaini-

cyjować działania naprawcze. Jeszcze bardziej rozproszone jest środowisko ankierów, którzy nie mają własnego przedstawicielstwa dbającego o ich interesy. Brak równowagi pomiędzy silnymi ośrodkami badawczymi i słabym „terenem” nie sprzyja podjęciu działań podnoszących prestiż zawodu ankiera. Bez tego trudno oczekiwać szybkiej poprawy.

Bibliografia

- Dukaczewska A. (1995), *Cechy ankierów a wiarygodność danych uzyskiwanych w badaniach kwestionariuszowych*, „ASK Społeczeństwo, Badania, Metody”, nr 2/95, s. 37-52.
- Garlicki J., *Diagnoza sytuacji na rynku badań marketingowych w Polsce*, Katalog, wyd. 6, Agencje badań marketingowych, Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii, http://ptbriro.pl/files/06_katalog_ptbriro_2001.pdf [dostęp: 7.03.2017].
- Głuchowski P. (2016), *Sufitowanie*, „Duży Format”, nr 151, wyd. z dnia 30.06.2016, s. 14-15.
- Kistelski K. (1985), *Rola ankiera w wywiadzie kwestionariuszowym w socjologii*, „Acta Universitatis Lodziensis”, „Folia Socjologica”, Łódź.
- Lutyńska K. (1993), *Surveye w Polsce, spojrzenie socjologiczno-antropologiczne*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Lutyńska K. (1998), „Strategie” i postawy współczesnych ankierów a reakcje na nowe obawy respondentów, „ASK Społeczeństwo, Badania, Metody”, nr 7/98, s. 17-36.
- Sawiński Z. (2005), *Program Kontroli Jakości Pracy Ankierów*, [w:] P.B. Sztabiński, Z. Sawiński, F. Sztabiński (red.), *Fieldwork jest sztuką*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Sawiński Z., Sztabiński F. (2005), *Czy ankierzy oszukują? Jak można to sprawdzić?*, [w:] P.B. Sztabiński, Z. Sawiński, F. Sztabiński (red.), *Fieldwork jest sztuką*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Stoop I.A.L. (2005), *The Hunt for the Last Respondent. Nonresponse in sample surveys*, The Hague.
- Sztabiński F. (2005), *Kontrola realizacji badania*, [w:] P.B. Sztabiński, Z. Sawiński, F. Sztabiński (red.), *Fieldwork jest sztuką*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Sztabiński F. (2011), *Ocena jakości danych w badaniach surveyowych*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Sztabiński P.B. (1997), *Ankierzy i ich respondenci, od kogo zależą wyniki badań ankietowych*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Sztabiński P., Domański H., Sztabiński F. (2016), „Sufitowanie”: czy rzeczywiście największy problem badań sondażowych, „Duży Format”, nr 157, wyd. z dnia 7.07.2016, s. 19.
- www.pkjpa.pl

Ankieter w terenie, problemy z jakością badań ilościowych

Streszczenie: Artykuł koncentruje się na problematyce świadomego łamania procedur terenowych przez ankierów. Kwestie te nie są często podejmowane w analizach metodologicznych z powodu trudnej dostępności danych. Nawet jeżeli wszystkie strony uczestniczące w procesie badawczym zdają sobie sprawę z istnienia problemu, to nie są zainteresowane jego nagłaśnianiem, obawiając się negatywnego wpływu na wizerunek branży badawczej. Rozważania koncentrują się na opisie najczęściej popełnianych oszustw ankierskich i analizie procedur kontrolnych mających im zapobiegać. Podjęto także próbę wskazania czynników związanych z funkcjonowaniem branży badawczej, które mogą mieć wpływ na częstotliwość nieuczciwych praktyk.

Słowa kluczowe: jakość badań ilościowych, ankier, oszustwa ankierskie, kontrole badań terenowych, prestiż zawodu ankiera

The interviewer in the field, problems with the quality of quantitative research

Abstract: The article focuses on the issues of deliberate violations of procedures for field by interviewers. These issues are not often taken in methodological studies due to financial difficulties of data availability. Even if all parties involved in the research process are aware of the existence of the problem, they are not interested in airing it, fearing a negative impact on the image of the research industry (branch). The consideration focuses on the description of the most commonly fraud interviewers and analysis of control procedures in order to prevent them. Another attempt is to indicate the factors related to the functioning of the research industry that can have an impact on the frequency of unfair practices.

Keywords: the quality of quantitative research, the interviewer, fraud interviewer, inspections of field research, the prestige of the profession interviewer