

*PAWEŁ B. SZTABIŃSKI*  
Instytut Filozofii i Socjologii PAN

## WYWIAD TELEFONICZNY ZE WSPOMAGANIEM KOMPUTEROWYM: NOWA TECHNIKA BADAWCZA CZY WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY PRZEZ TELEFON?

Wywiady telefoniczne realizowane są od ok. 30 lat. W początkowym okresie były to wywiady, w których ankieter posługiwał się wydrukowanym na papierze kwestionariuszem, tzn. odczytywał zawarte w nim pytania i tam notował odpowiedzi. Jednak od kilkunastu lat w Stanach Zjednoczonych, nieco później w Europie Zachodniej, a od kilku lat w Polsce w wywiadach telefonicznych zaczęto posługiwać się komputerem. Określa się je jako wywiady telefoniczne ze wspomaganie komputerowym (CATI)<sup>1</sup>. Ponieważ wywiadów telefonicznych prowadzi się bardzo dużo – w krajach zachodnich istnieją agencje realizujące badania wyłącznie w taki sposób – warto zastanowić się, czy CATI należy traktować jako nową, odrębną technikę, czy też jest to po prostu rodzaj wywiadu kwestionariuszowego – tyle tylko, że realizowanego przez telefon. Próbując odpowiedzieć na to pytanie odwołam się do podziału technik zaproponowanego przez J. Lutyńskiego (1968).

Lutyński w swoim podziale technik przyjmuje 2 kryteria: jednym jest standaryzowany lub niestandaryzowany charakter techniki, drugim zaś występowanie lub brak procesu wzajemnego komunikowania się oraz jego charakter: bezpośredni, gdy informacje uzyskiwane są w drodze rozmowy lub pośredni, gdy przekaz informacji ma charakter pisemny, np. w ankiecie pocztowej. Przyjmując te kryteria można by uznać wywiad telefoniczny i wywiad kwestionariuszowy jako należące do tej samej grupy technik, tj. technik standaryzowanych i opartych na bezpośrednim wzajemnym komunikowaniu się.

Zaliczenie tych technik do wspólnej kategorii ze względu na ich standaryzowany charakter nie budzi zastrzeżeń. Wywiad CATI jest wprawdzie w nie-

---

<sup>1</sup> Opis procedury w badaniach z zastosowaniem wywiadu telefonicznego ze wspomaganie komputerowym można znaleźć w artykule Z. Sawińskiego „Sondaże telefoniczne”, ASK1, 1996.

co większym stopniu zestandaryzowany, ale, co podkreśla Lutyński, w rzeczywistości standaryzacja jest cechą stopniowalną i jej stopień również w przypadku wywiadu kwestionariuszowego może być zróżnicowany. Wątpliwości powstają natomiast, gdy bierzemy pod uwagę charakter komunikowania się. Czy fakt, że w jednym przypadku rozmowa ma rzeczywiście charakter bezpośredni, tzn. ankieter jest fizycznie obecny podczas jej trwania, ma naoczny kontakt z respondentem, może kontrolować warunki wywiadu itd., w drugim zaś jest to rozmowa telefoniczna ma istotne znaczenie dla ich traktowania jako zbliżonych lub różnych technik? Warto w tej sprawie znowu odwołać się do wspomnianego artykułu Lutyńskiego. Rozróżniając komunikowanie się bezpośrednie i pośrednie autor podkreśla, że podział ten ma istotne znaczenie dla przebiegu kontaktu i uzyskiwanych odpowiedzi. Upraszczając trochę problem i sprowadzając go na grunt praktyki badawczej można powiedzieć, że chodzi o porównywalność wyników badań uzyskiwanych przy pomocy wywiadu kwestionariuszowego i telefonicznego. Podejmując ten wątek, problem odrębności i podobieństwa tych rodzajów wywiadu będę rozpatrywał w kontekście 2 zasadniczych zagadnień: konsekwencji fizycznej obecności ankietera lub jej braku oraz konsekwencji odmienności komunikowania się.

Jest oczywiste, że ich rozdzielenie jest w pewnej mierze arbitralne. Odwołując się do wyników badań terenowych, nie laboratoryjnych, trudno jest rozdzielić wpływ specyfiki komunikowania się telefonicznego na odpowiedzi od znaczenia braku fizycznej obecności ankietera i wspomnianej komunikacji niewerbalnej podczas takiej rozmowy. Jednakże obydwie te zagadnienia podnieszone są *explicite* lub *implicite* we wspomnianym studium Lutyńskiego.

W swoich analizach pominę inne odmienności między wywiadem telefonicznym a osobistym, jak choćby możliwość uprawnionego uogólniania wniosków z badania na populację. Wynika to z faktu, że w przedstawionym przez Lutyńskiego schemacie podziału technik uwzględnia się charakterystyki narzędzia badawczego (standaryzowane – nie standaryzowane) oraz charakter kontaktu między osobą przeprowadzającą badanie a respondentem (bezpośredni – pośredni). Podejmowanie innych zagadnień w nawiązaniu do tego schematu byłoby więc nieuprawnione.

Porównując wyniki badań kwestionariuszowych i CATI będę odwoływał się przede wszystkim do literatury zachodniej, gdyż w Polsce, o ile się orientuję, przeprowadzono zaledwie kilka badań na ten temat.

## PROBLEM KONSEKWENCJI OBECNOŚCI ANKIETERA PODCZAS WYWIADU

Choć zarówno wywiad osobisty, jak i telefoniczny oparty jest o bezpośrednią rozmowę między ankieterem a respondentem, to jednak, co oczywiste, w pierwszym przypadku ankieter jest fizycznie obecny podczas kontaktu, natomiast w drugim jest to rozmowa „na odległość”. Podczas wywiadu osobistego proces komunikowania się jest pełniejszy, gdyż obejmuje zarówno komunikację werbalną i niewerbalną, co jak wynika z badań psychologicznych, umożliwia przekazywanie nie tylko informacji i wiedzy, ale również znaczeń istotnych społecznie, ważnych dla samego przebiegu komunikowania się (Birdwhistell 1970, Watzlawic i in., 1967). W wywiadzie takim ankieter ma również możliwość modelowania pożądanego wywiadu, sprzyjającego uzyskiwaniu wartościowych odpowiedzi. Jego fizyczna obecność może skłaniać respondenta do większego wysiłku związanego z udzielaniem odpowiedzi na pytania, ale również powodować brak poczucia anonimowości „psychologicznej” (Hyman 1954), co prowadzi niekiedy do nie przyznawania się do poglądów lub wydarzeń z życia, które mogą być oceniane negatywnie. Czy zatem odmienność kontaktu w tych rodzajach wywiadu ma konsekwencje dla uzyskiwanych odpowiedzi? Aby odpowiedzieć na to pytanie, skoncentruję się na dwóch sprawach: skłonności respondentów do nie przyznawania się do niepopularnych poglądów i „wstydlivych” wydarzeń z życia (czyli skłonności do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi) oraz wpływie osób trzecich na udzielane odpowiedzi.

## SKŁONNOŚĆ DO UDZIELANIA SPOŁECZNIE AKCEPTOWANYCH ODPOWIEDZI

Każdy kontakt badawczy w przypadku technik surveyowych związany jest z wystąpieniem zjawiska, które za Hymanem (1954) określa się w literaturze jako „społeczne uwikłanie” respondenta. Oznacza to, że kontakt ten oprócz wymiaru „zadaniowego”, jakim jest udzielenie odpowiedzi na odczytane przez ankietera pytania, ma również wymiar społeczny. Społeczny charakter kontaktu badawczego może powodować występowanie wśród respondentów tendencji do przedstawiania siebie w korzystnym świetle, co grozi „zanieczyszczeniem” udzielanych odpowiedzi. W literaturze jest to określane jako skłonność do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi. Skłonność taka, zaobserwowana po raz pierwszy przez Edwardsa (1957), może polegać

na udzielaniu takich odpowiedzi, które są akceptowane ze względu na normy ogólnospołeczne.

W Stanach Zjednoczonych, zwłaszcza wśród ludzi o wyższym poziomie wykształcenia, „nie wypada” przyznać się do uprzedzeń rasowych, do poglądów skrajnie prawicowych, do nie uczestniczenia w wyborach prezydenckich itp. W Polsce przykładem wpływu tego rodzaju norm na udzielane w wywiadzie kwestionariuszowym odpowiedzi jest skłonność respondentów do zawyżania własnego wykształcenia (Daniłowicz i Sztabiński 1986) lub też uczestnictwa w kulturze (Stefanowska 1988). Zarówno posiadanie wykształcenia, jak i uczestnictwo w kulturze są w naszym społeczeństwie waloryzowane pozytywnie.

Czy fakt fizycznej obecności ankietera podczas wywiadu wpływa na występowanie tego rodzaju skłonności? Jedno z pierwszych badań na ten temat przeprowadził National Opinion Research Center na próbie mieszkańców Chicago (Locander i in. 1976). Porównywalnym pod względem sposobu doboru i liczebności podpróbom zadawano identyczne pytania, stosując technikę wywiadu kwestionariuszowego i wywiadu telefonicznego. Pytania te dotyczyły zagadnień, które, jak wykazały wcześniejsze badania, skłaniają badanych do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi (Parry i Crossley 1950, Cahalan 1969). Chodziło o fakt rejestracji do głosowania, posiadania karty bibliotecznej, bankructwa, uczestnictwa w wyborach i zatrzymania przez policję za jazdę samochodem w stanie nietrzeźwym. Odpowiedzi na te pytania były następnie weryfikowane w oparciu o istniejące dokumenty.

Porównanie rozkładów odpowiedzi uzyskanych w wywiadzie kwestionariuszowym i wywiadzie telefonicznym wykazało, że różnice wyników nie są duże, a ponadto trudno jest jednoznacznie określić, który rodzaj wywiadu jest „lepszy”, tzn. generalnie dostarcza bardziej wiarygodnych informacji. Wywiad telefoniczny jest trochę „gorszy”, gdy chodzi o pytania stwarzające stosunkowo mniejsze ryzyko udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi, ale wyraźnie „lepszy”, gdy ryzyko takie jest większe. Respondenci rzadziej udzielali przez telefon prawdziwych informacji o rejestracji do głosowania i posiadaniu karty bibliotecznej, ale wyraźnie częściej przyznawali się do bankructwa, nie uczestniczenia w wyborach i do zatrzymania za jazdę w stanie nietrzeźwym. Jest to, według autorów badania, rezultat pewnej „depersonalizacji” wywiadu telefonicznego związany z brakiem fizycznej obecności ankietera, co powoduje mniejsze „uwikłanie społeczne” respondentów i w konsekwencji mniejsze „zanieczyszczenie” odpowiedzi.

Inne badania potwierdzają nieco słabszą skłonność respondentów do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi w wywiadzie telefonicznym w porównaniu z wywiadem kwestionariuszowym. Tendencja taka wystąpiła w związku z pytaniami dotyczącymi picia alkoholu (Hochstim 1967), zatrzymania przez policję, uprzedzeń rasowych i stosunku do pewnych praktyk seksualnych (Sykes i Hoinville 1985), wskaźników stanu zdrowia, niezdolności do pracy z powodu choroby, wizyt u lekarza, pobyków w szpitalu itp. informacji faktualnych, do których respondenci w Stanach Zjednoczonych niechętnie się przyznają (Cannell i in. 1987).

Wyniki innych badań nie wskazują jednak na występowanie różnic w odpowiedziach uzyskiwanych przy pomocy wywiadu telefonicznego i osobistego. Dotyczyły one jednak nieco odmiennych zagadnień, choć również skłaniających do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi, np. ideologii i postaw lekarzy (Colombotos 1965) czy stosunków między małżonkami (Kormendi 1988). Natomiast w badaniach Grovesa i Kahna (1979) wystąpiła tendencja odwrotna: społecznie akceptowane, bardziej optymistyczne odpowiedzi na pytania o stan ekonomiczny państwa oraz ocenę poziomu życia respondenta uzyskiwano w wywiadzie telefonicznym.

Przytoczone wyniki badań wskazują, że choć trudno jest mówić o generalnym wpływie obecności ankietera na wartość uzyskiwanych odpowiedzi, to jednak w niektórych przypadkach jest on wyraźny. Nie jest to prosta zależność polegająca na tym, że wywiad kwestionariuszowy, gdzie fizyczna obecność ankietera niewątpliwie powoduje silniejsze „uwikłanie społeczne”, dostarcza danych mniej wiarygodnych, silniej obciążonych „efektem społecznej akceptacji” odpowiedzi. Silniejsze lub słabsze występowanie tego efektu wydaje się być zależne od poruszanej w pytaniach problematyki. Jeśli problematyka ta dotyczy zagadnień, które wartościowane są w społeczeństwie w sposób jednoznaczny, wywiad telefoniczny zdaje się dostarczać bardziej wiarygodnych odpowiedzi niż wywiad kwestionariuszowy. Jeśli natomiast pytania dotyczą zagadnień, co do których normy społeczne nie określają w sposób wyraźny i jednoznaczny, jakie zachowania lub poglądy są pożądane, obecność ankietera ma mniejsze znaczenie dla wiarygodności udzielanych odpowiedzi.

#### WARUNKI REALIZACJI WYWIADU A WARTOŚĆ UZYSKIWANYCH ODPOWIEDZI

Jednym z istotnych warunków uzyskiwania wartościowych, nie obciążonych „zanieczyszczeniami” odpowiedzi w badaniach surveyowych jest stwo-

rzenie odpowiednich warunków wywiadu. Szczególne zagrożenie w tym zakresie stwarza obecność osób trzecich, które mogą bądź interweniować w odpowiedzi respondentów, w rezultacie czego trudno jest niejednokrotnie ustalić, kto jest ich autorem, bądź też, samą swoją obecnością ograniczać swobodę wypowiedzi respondentów, zwłaszcza w przypadku pytań drażliwych i o charakterze osobistym.

W badaniach kwestionariuszowych obecność osób trzecich podczas wywiadu jest zjawiskiem nagminnym, które może powodować zniekształcenia uzyskiwanych odpowiedzi. W Polsce ponad 50% wywiadów jest prowadzona w obecności osób trzecich (Lutyńska 1990, 1993), zaś w Stanach Zjednoczonych odsetek takich wywiadów wynosi się od 25 do 50% (Bradburn i Sudman 1979). Wyniki badań potwierdzają, że osoby te rzeczywiście wywierają wpływ na udzielane odpowiedzi. Przykładowo w wywiadzie kwestionariuszowym prowadzonym w obecności współmałżonka ogólny obraz małżeństwa przedstawiany jest jako bardziej pozytywny, wyżej oceniany jest jego wkład w prace na rzecz gospodarstwa domowego (Aquilino 1993), częstsze są braki odpowiedzi na pytania o życie seksualne i zarobki (Bradburn i Sudman 1979), a w obecności dzieci respondenci rzadziej przyznają się do używania kiedykolwiek narkotyków (Bradburn i Sudman 1979), wyżej oceniają zalety zamieszkiwania z dorosłymi dziećmi (Taietz 1962) itp. W Polsce, jak wynika z analiz Lutyńskiej (1970), w obecności osób „obcych” (spoza rodziny) ogólne oceny dotyczące zadowolenia z życia i planów życiowych są bardziej pesymistyczne, niż wtedy, gdy w wywiadzie uczestniczy współmałżonek respondenta lub jego dzieci. Z kolei obecność osób należących do starszego pokolenia niż respondent (np. rodzice) lub młodszego (np. dzieci) wpływa na uzyskiwanie bardziej „tradycyjnych” odpowiedzi w pytaniach o wartości ogólne, takie jak ojczyzna, patriotyzm itp.

Należy jednak dodać, że w wielu innych dziedzinach tematycznych wpływ obecności osób trzecich na odpowiedzi nie występuje lub jest pozytywny. Jeżeli chodzi o tę ostatnią możliwość, to w obecności współmałżonka respondenci chętniej mówili o drażliwych sprawach faktualnych dotyczących małżeństwa, częściej przyznawali się do zamieszkiwania ze współmałżonkiem przed ślubem oraz do konfliktu w małżeństwie (Aquilino 1993). Warto zwrócić uwagę, że większość wskazanych „zanieczyszczeń” odpowiedzi daje się zinterpretować w kategoriach skłonności do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi, tym razem ze względu na osobę obecną podczas wywiadu.

Czy obecność osób trzecich może wpływać na odpowiedzi udzielane w wywiadzie telefonicznym? Choć w przypadku tego rodzaju wywiadu ankieter praktycznie nie ma żadnej kontroli nad warunkami, w jakich udzielane są odpowiedzi, można by sądzić, że wpływ osób trzecich tutaj nie będzie występować. Tymczasem nieliczne wyniki analiz przeprowadzonych na ten temat wskazują, że wpływ taki jednak może wystąpić. W badaniu dotyczącym zachowań seksualnych Francuzów respondenci, zwłaszcza mężczyźni, w obecności współmałżonka podawali mniejszą liczbę partnerów seksualnych. Ta sama tendencja wystąpiła w przypadku pytania o używanie narkotyków kiedykolwiek w życiu. Nie stwierdzono natomiast wpływu osób trzecich w przypadku pytań o używanie środków antykoncepcyjnych oraz o praktyki homoseksualne (Firdion 1993).

Analizy dotyczące wpływu osób trzecich w badaniach CATI zostały również podjęte przez autora niniejszego artykułu w związku z badaniami dotyczącymi faktu i częstotliwości czytelnictwa prasy ogólnopolskiej i lokalnej oraz oceny tej ostatniej. Wpływ obecności osób trzecich, a konkretnie obecności dzieci wystąpił tylko w przypadku pytania o czytanie prasy lokalnej: respondenci wówczas częściej przyznawali się do jej czytania (Sztabiński 1998).

Choć trudno wyobrazić sobie sytuacje, w jakich możliwy jest wpływ obecności osób trzecich na odpowiedzi udzielane w wywiadzie telefonicznym, to jednak jego występowanie nie budzi wątpliwości. Wprawdzie nie są mi znane badania, w których porównuje się siłę tego wpływu przy zastosowaniu identycznych pytań w wywiadzie osobistym i telefonicznym, ale jego występowanie również podczas rozmowy telefonicznej wskazuje, że w tym przypadku fizyczna obecność ankietera nie ma wpływu na stworzenie założonych warunków sytuacyjnych ani też na podatność respondenta na ich oddziaływanie.

#### KONSEKWENCJE ODMIENNOŚCI KOMUNIKOWANIA SIĘ TELEFONICZNEGO I OSOBISTEGO

Analizując konsekwencje odmienności w komunikowaniu się telefonicznym i osobistym dla uzyskiwanych odpowiedzi skupię się na dwóch zagadnieniach: wpływie osoby ankietera na wyniki badania czyli efekcie ankieterskim oraz wpływie specyfiki rozmowy telefonicznej.

### EFEKT ANKIETERSKI W WYWIADZIE TELEFONICZNYM

Efekt ankieterski, tzn. zniekształcający wpływ ankieterów na wyniki badań, bywa w literaturze analizowany w związku z dwoma etapami realizacji wywiadu. Pierwszym z nich jest etap aranżacji, drugim zaś etap prowadzenia wywiadu. W literaturze przedmiotu wyróżnia się wiele możliwych jego źródeł (por. przegląd literatury w książce Sztabińskiego 1997), jednak we współczesnej socjologii zachodniej jest on kojarzony przede wszystkim z oddziaływaniem charakterystyk „zewnętrznych” ankieterów, przede wszystkim cech społeczno – demograficznych, a także z wpływem doświadczenia ankieterskiego.

Należałoby oczekiwać, że w przypadku wywiadu telefonicznego ze wspomaganiami komputerowymi efekt ankieterski powinien zostać bardzo ograniczony albo też całkowicie wyeliminowany. Jak wspomniałem, technika ta umożliwia niemal pełną standaryzację zachowań ankieterskich, a więc nie tylko zadawania pytań i notowania odpowiedzi, ale także aranżacji, sposobu udzielania wyjaśnień, zadawania pytań sondujących itp. Ponadto realizacja wywiadów każdego ankietera, począwszy od etapu aranżacji, pozostaje pod nadzorem supervisora i, przynajmniej w niektórych krajach zachodnich, jest ona utrwalana na taśmie magnetofonowej. Sprzyja to rzetelnemu i zgodnemu z wymogami przeprowadzaniu wywiadów. Na podstawie zapisu magnetofonowego wywiadów omawiane są indywidualnie popełniane przez ankieterów błędy oraz prowadzony jest trening i szkolenie uwzględniające wszystkie elementy wywiadu, także te, które w wywiadzie kwestionariuszowym pozostają poza kontrolą. W szkoleniu tym kładzie się zresztą szczególnie nacisk na „neutralne”, wolne od sugestii prowadzenie wywiadu, a więc neutralne odczytywanie pytań, brak dygresji i reakcji zwrotnych itp.

Zmniejszeniu lub wyeliminowaniu efektu ankieterskiego powinien również sprzyjać brak fizycznej obecności ankietera podczas wywiadu telefonicznego. Omawiając wcześniej problem skłonności do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi odnosiłem go do norm ogólnospołecznych lub poglądów osób trzecich obecnych podczas wywiadu. Skłonność taka może polegać jednak również na udzielaniu takich odpowiedzi, które w wyobrażeniu respondenta są zgodne z poglądami ankietera. Dlatego też w wywiadzie kwestionariuszowym Murzyni ankietujący w Stanach Zjednoczonych białych respondentów uzyskują bardziej liberalne odpowiedzi na pytania dotyczące spraw rasowych niż biali ankieterzy (Schaeffer 1980), a wobec ludzi młodych wygłaszane są bardziej liberalne opinie w sprawach seksu niż wobec ankieterów w średnim i starszym wieku (Hagenaars i Heinen 1982). Wygłaszając ta-



kie poglądy, respondenci starają się być uprzejmi wobec ankietera i unikać dotknięcia go z powodu „różnic interpersonalnych” (Finkel i in. 1991). Można oczekiwać, że skłonność respondentów do tego rodzaju „uprzejmych” zachowań wobec ankietera, występująca w przypadku jego fizycznej obecności, powinna być znacznie słabsza lub też całkiem wyeliminowana wówczas, gdy rozmawia się z kimś nieznanym przez telefon.

Tymczasem wyniki badań dotyczących efektu ankieterskiego w wywiadzie telefonicznym wskazują, że może on wystąpić również przy zastosowaniu tej techniki, i to na obydwóch wspomnianych etapach wywiadu. W przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych badaniach analizowano skuteczność aranżacji wywiadu telefonicznego ze względu na 5 cech ankieterów: wiek, wykształcenie, rasę, doświadczenie ankieterskie i liczbę wywiadów zrealizowanych w danym badaniu. Istotne znaczenie miał wiek ankietera oraz doświadczenie ankieterskie (Singer i in. 1983).

Jeżeli chodzi o efekt ankieterski na etapie realizacji wywiadu telefonicznego, to jak się wydaje na podstawie analizy prowadzonych w Stanach Zjednoczonych w ciągu 6 lat badań dotyczących spraw zdrowotnych i postaw politycznych, jest on obecny, choć generalnie nieco słabszy niż w wywiadzie osobistym (Groves i Magilavy 1986). Generalne prawidłowości jego występowania są zbliżone do ustalonych dla wywiadu kwestionariuszowego. Wpływ poszczególnych cech społecznych ankietera na odpowiedzi występuje w przypadku pytań, których tematyka nawiązuje do odpowiednich jego charakterystyk, co pozwala respondentom antycypować jego poglądy. Stwierdzono więc występowanie efektu płci ankietera w pytaniach dotyczących postaw wobec roli kobiety i mężczyzny w rodzinie, w pracy zawodowej, działalności społecznej i postrzegania interesów grupowych (Kane i Macaulay 1993), a także w pytaniach o opinie w sprawach ekonomicznych, np. o ocenę perspektyw w zakresie bezrobocia, wzrostu zarobków w relacji do cen, czy jest dobry okres na zakup różnych dóbr itp. (Groves i Fultz 1985) i o masturbację wśród kobiet (Bejin 1993). Z kolei w badaniach przedwyborczych, w których jeden z kandydatów był Murzynem, drugi zaś białym, stwierdzono efekt rasy ankietera (Finkel i in. 1991).

W sumie więc wydaje się, że ryzyko efektu ankieterskiego występuje również w wywiadzie telefonicznym, choć jest on trochę słabszy niż w wywiadzie kwestionariuszowy. Natomiast mechanizmy prowadzące do jego wystąpienia wydają się być w obydwóch rodzajach wywiadu identyczne.

## SPECYFIKA KONTAKTU TELEFONICZNEGO A WARTOŚĆ ODPOWIEDZI

Choć zarówno wywiad kwestionariuszowy, jak i CATI oparte są o bezpośrednią komunikację między ankierem a respondentem, to jednak wyniki wielu badań wskazują, że odmienność rozmowy telefonicznej i osobistej może mieć wpływ na uzyskiwane odpowiedzi. Nie podejmując się rozstrzygnięcia, czy jest to rezultat odmienności mechanizmów generowania wypowiedzi, czy też fizycznych i społecznych warunków tworzenia przekazu, wskażę obecnie niektóre zarysowujące się tendencje w odpowiedziach.

Najpierw jednak warto przytoczyć inne rezultaty cytowanych już badań Singer i in. (1983), dotyczące skuteczności zabiegów aranżacyjnych w wywiadzie telefonicznym. Chodzi więc tutaj o „moc perswazyjną” rozmowy przez telefon. Otóż wywiad telefoniczny w porównaniu z kwestionariuszowym okazał się, jeżeli chodzi o ogólną skuteczność zabiegów aranżacyjnych, techniką trochę „gorszą”. Wprawdzie screening przez telefon udało się przeprowadzić w 86,1% przypadków, co jest wartością zbliżoną do osiągniętej w Stanach Zjednoczonych w wywiadzie kwestionariuszowym o zbliżonej tematyce (87%), ale zgodę respondenta na wywiad uzyskano tylko w 60,9% przypadków wobec 77% w wywiadzie kwestionariuszowym. Wskazuje to, że przynajmniej w Stanach Zjednoczonych, charakter ustnego komunikowania się z respondentem może mieć istotne znaczenie dla uzyskania zgody na wywiad.

Przechodząc obecnie do sprawy wpływu charakteru komunikowania się w wywiadzie telefonicznym na odpowiedzi należy podkreślić przede wszystkim większą „szybkość” rozmowy przy tego rodzaju kontakcie. Badania, w których zadawano respondentom identyczną serię pytań w wywiadzie kwestionariuszowym i telefonicznym wykazały, że w przypadku pierwszej z tych technik wymagało to nieco więcej czasu. Przykładowo, w badaniach Grovesa (1978) czas poświęcony na zadanie pytań wyniósł w wywiadzie kwestionariuszowym 13,7 minuty, a wywiadzie telefonicznym 11,8 minuty; w badaniach, które zrealizował Kormendi (1988) czas trwania rozmowy wyniósł odpowiednio 36,5 i 32,1 minuty.

Szybkość rozmowy przez telefon ma liczne konsekwencje dla uzyskiwanych odpowiedzi. Wyniki badań wskazują, że w wywiadzie telefonicznym, w porównaniu z wywiadem kwestionariuszowym uzyskuje się mniej szczegółowe odpowiedzi na pytania otwarte (Groves 1978, Kormendi 1988), występuje silniejsza skłonność respondentów do „potakiwania” i tendencja do wskazywania odpowiedzi skrajnych – przynajmniej w pytaniach o postawy

wobec zdrowia (Jordan i in. 1980), a także do udzielania odpowiedzi zgodnych z normami – w pytaniach o zachowania, np. używanie pasów bezpieczeństwa w samochodzie – i mniej refleksyjnych, bardziej powierzchownych oraz mniej emocjonalnych – w pytaniach o opinie np. dotyczące wyobrażenia własnej śmierci (ACSF 1992).

Różnice między wywiadem osobistym a CATI zaobserwowano również w odpowiedziach na pytania ze skalami i to zarówno wówczas, gdy dotyczyły one opinii, jak i faktów. W pytaniach o zadowolenie z życia nie stwierdzono wprawdzie różnic przy zastosowaniu skal 7-punktowych, ale były one wyraźne dla skal 100- punktowych. W wywiadzie telefonicznym respondenci częściej niż w wywiadzie kwestionariuszowym operowali pełnymi dziesiątkami (10, 20, 30 etc.) i „ćwiartkami” (25, 50), rzadziej wskazując punkty kończące się na 5 (5, 15, 35 etc.) (Groves i Kahn 1979).

Jeżeli chodzi o pytania faktualne, to różniące się odpowiedzi uzyskano w pytaniu o życie seksualne, ale także o w pytaniu metryczkowym o wykształcenie respondenta, w którym odczytywano jego poziomy. W rezultacie jego poziom ustalony w wywiadzie telefonicznym okazał się niższy niż w wywiadzie kwestionariuszowym. Warto dodać, że o ile różnice nie występowały dla pierwszych odczytywanych punktów, to pojawiły się już przy piątym i szóstym, co w przypadku wykształcenia spowodowało ograniczenie liczby respondentów deklarujących studia wyższe. Był to rezultat przerywania przez respondentów odczytywania kafeterii (Riandey i Firdion 1993).

Analogiczną tendencję zaobserwowano w Stanach Zjednoczonych dla pytań o zarobki. Porównywalnym podpróbom respondentów zadawano to pytanie odczytując ich przedziały w porządku rosnącym, malejącym i „od środka”. Niezależnie od porządku prezentacji respondenci znacznie częściej wskazywali przedziały odczytywane jako pierwsze niż zamieszczone na dalszych miejscach (Monsees i Massey 1979).

Należy również wspomnieć, że niektóre wyniki wskazują na częstsze występowanie w wywiadzie telefonicznym odpowiedzi „nie wiem” i braki odpowiedzi (Jordan i in. 1980), choć w innych tendencja taka nie wystąpiła (Kormendi 1988).

Przytoczone wyniki badań wskazują, że telefoniczne komunikowanie się może prowadzić do znacząco różnych odpowiedzi w porównaniu z tymi, które uzyskuje się podczas wywiadu osobistego. I choć trudno stwierdzić, czy jest to rezultat specyficznego stylu rozmowy telefonicznej, braku niewerbalnego wymiaru komunikacji czy też innych przyczyn, problem wydaje się sprowadzać do szybszego tempa rozmowy. Jej pochodną jest częstsze wystę-

powanie wskazanych błędów respondentów, takie jak „potakiwanie”, udzielanie odpowiedzi ad hoc, bez ich przemyślenia czy też wspomniane ostatnio przerywanie ankieterowi odczytywania pytania.

## WNIOSKI

Klasyfikacje technik badawczych pełnią, co oczywiste, przede wszystkim rolę systematyzującą. Chodzi w nich o zaliczenie do tej samej kategorii podobnych procedur badawczych i wskazanie ich odmienności od innych. Zazwyczaj punktem wyjścia przy tworzeniu takich klasyfikacji jest refleksja nad istotą poszczególnych procedur, ich najważniejszymi charakterystykami, które jednocześnie stanowią o ich odmienności od innych procedur. Na tej podstawie przyjmuje się kryteria ich podziału.

Nie ulega wątpliwości, że takie podejście jest w pełni uprawnione i dobrze pełni swoją rolę porządkującą. Wydaje się jednak, że przynajmniej w przypadku technik, których celem jest pomiar zjawisk, a więc wywiadu kwestionariuszowego, telefonicznego i różnego rodzaju ankiet wypełnianych przez respondentów nie mniej ważne jest kryterium podziału, które można nazwać empirycznym: o tym, czy mamy do czynienia z tą samą, czy też różną techniką decyduje ustalony na podstawie badań zakres stosowalności procedur badawczych oraz porównywalność uzyskiwanych wyników. Chodzi więc o to, czy zastosowanie identycznych pytań zapewnia uzyskanie podobnych wyników badania, czy też różnice w procedurach mogą powodować wystąpienie specyficznych dla każdej z nich „zanieczyszczeń” tych wyników. Takie właśnie podejście do zagadnienia podziału technik, inspirowane rozważaniami Lutyńskiego, przyjąłem w tym artykule. Choć nie jest ono samodzielne w stosunku do poprzednio wskazanego, gdyż nie ma sensu empirycznie porównywać całkowicie odmiennych procedur, np. ilościowych z jakościowymi, to jednak w przypadku technik surveyowych ma ono istotne znaczenie dla praktyki badawczej. Jeśli badacz prowadzi przykładowo systematyczne badania popularności osobistości lub też badania konsumenckie produktu i dysponuje wynikami z wywiadu telefonicznego, to ważne jest dla niego rozstrzygnięcie, czy może następną falę badania zrealizować wywiadem kwestionariuszowym, np. dołączając swoje pytania do ankiety typu „omnibus”. Ma to konsekwencje istotne dla interpretacji ewentualnych różnic uzyskanych wyników: czy są one rezultatem rzeczywistych zmian opinii, czy też błędu badacza, który w swoim przekonaniu zastosował tę samą technikę wywiadu kwestionariuszowego, tyle tylko, że w pierwszej fali realizowanego przez telefon. Oczywiście ten sam problem występuje wówczas, gdy porównujemy wyniki jakich-

kolwiek badań przeprowadzonych przy zastosowaniu różniących się procedur.

Czy zatem przy przyjęciu tak rozumianego kryterium empirycznego wywiad telefoniczny można uznać za technikę odrębną od wywiadu kwestionariuszowego? Odpowiedź na takie pytanie będzie zawsze w pewnej mierze arbitralna, gdyż związana jest z subiektywną oceną konsekwencji odmienności zastosowanych w nich procedur dla uzyskiwanych odpowiedzi. W świetle przedstawionych tutaj wyników badań jestem jednak skłonny uznać wywiad telefoniczny jako odrębną technikę. Jeżeli chodzi o zakres jej zastosowań, to jak się wydaje, bardziej niż wywiad kwestionariuszowy nadaje się on do badania problemów, dla których występuje tendencja do udzielania społecznie akceptowanych odpowiedzi ze względu na normy ogólnospołeczne, a mniej – gdy przedmiotem badania są zagadnienia trudne, wymagające refleksji. Ma on również ograniczoną przydatność w przypadku pytań z długą kafeterią oraz pytań otwartych.

Odmienności te, co oczywiste, rzutują na ogólną ocenę zasadności porównywania uzyskiwanych w tych rodzajach wywiadu wyników. Jak wynika z analiz przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych, istotne różnice między odpowiedziami uzyskiwanymi w wywiadzie CATI i wywiadzie osobistym występują średnio w ok. 10–15% pytań zawartych w kwestionariuszu (Groves 1989).

Dla ilustracji wielkości tych różnic w Polsce, przedstawię obecnie fragment wyników przeprowadzonej przeze mnie analizy porównawczej odpowiedzi uzyskanych na dwa pytania często stosowane w badaniach marketingowych. Dotyczą one znajomości „spontanicznej” (pytanie otwarte) i „wspomaganej” (pytanie zamknięte) nazw firm zajmujących się pewnego rodzaju usługami. Badanie zostało zrealizowane w tym samym czasie przy zastosowaniu wywiadu kwestionariuszowego i wywiadu telefonicznego na porównywalnych próbach. Obejmowało ono dwie fale: przed i po kampanii reklamowej jednej z firm<sup>2</sup>. W pierwszej fali zrealizowano 630 wywiadów CATI i 633 wywiady kwestionariuszowe, w drugiej zaś, odpowiednio 646 i 633 wywiady. Rozkłady odpowiedzi na pytanie otwarte i zamknięte zawarte są w poniższych tabelach.

---

<sup>2</sup> Badanie zostało zrealizowane przez agencję SMG/KRC Poland Media. Kierownictwu Agencji składam podziękowania za udostępnienie mi materiałów do przedstawionych tutaj analiz.

Tabela 1. ROZKŁADY ODPOWIEDZI NA PYTANIE OTWARTE O ZNAJOMOŚĆ NAZW FIRM UZYSKANE W CATI I W WYWIADZIE OSOBISTYM DLA DWÓCH FAL BADANIA. W PIERWSZYM WIERSZU PODANO WARTOŚCI BEZWZGLĘDNE, W DRUGIM ZAŚ ODSETKI WSKAZAŃ.

Nazwa firmy (symbol literowy)	Fala I			Fala II		
	CATI	wywiad osobisty	różnica %	CATI	wywiad osobisty	różnica %
<b>A</b>	18	18		20	21	
	2,9	2,8	0,1	3,1	3,3	-0,2
<b>B</b>	0	2		1	2	
	0,0	0,3	-0,3	0,2	0,3	-0,1
<b>C</b>	20	70		16	60	
	3,2	11,1	-7,9	2,5	9,5	-7,0
<b>D</b>	12	34		34	87	
	1,9	5,4	-3,5	5,3	13,7	-8,4
<b>E</b>	0	1		1	0	
	0,0	0,2	-0,2	0,2	0,0	0,2
<b>F</b>	18	77		29	31	
	2,9	12,2	-9,3	4,5	4,9	-0,4
<b>G</b>	1	1		0	4	
	0,2	0,2	0,0	0,0	0,6	-0,6
<b>H</b>	2	1		10	0	
	0,3	0,2	0,1	1,5	0,0	1,5
<b>I</b>	5	9		20	5	
	0,8	1,4	-0,6	3,1	0,8	2,3
<b>J</b>	12	42		20	22	
	1,9	6,6	-4,7	3,1	3,5	-0,4
<b>K</b>	3	2		4	4	
	0,5	0,3	0,2	0,6	0,6	0,0

Jak wynika z tabeli 1, przy zastosowaniu pytania otwartego w wywiadzie osobistym wymieniano generalnie trochę więcej nazw firm niż w wywiadzie telefonicznym. Choć w większości przypadków różnice między odsetkami wskazań poszczególnych firm są bardzo niewielkie i mieszczą się w granicach błędu losowego, to jednak w pierwszej fali dla dwóch firm różnice wynoszą 7,9 i 9,3 punktu procentowego, zaś dla drugiej – 7,0 i 8,4 punktu – oczywiście „na korzyść” wywiadu osobistego.

Tabela 2. ROZKŁADY ODPOWIEDZI NA PYTANIE ZAMKNIĘTE O ZNAJOMOŚĆ NAZW FIRM UZYSKANE W CATI I W WYWIADZIE OSOBISTYM DLA DWÓCH FAL BADANIA. W PIERWSZYM WIERSZU PODANO WARTOŚCI BEZWZGLĘDNE, W DRUGIM ZAŚ ODSETKI WSKAZAŃ.

Nazwa firmy (symbol literowy)	Fala I			Fala II		
	CATI	wywiad osobisty	różnica %	CATI	wywiad osobisty	różnica %
<b>A</b>	104	50		106	55	
	16,5	7,9	8,6	16,4	8,7	7,7
<b>B</b>	21	5		18	6	
	3,3	0,8	2,5	2,8	0,9	1,9
<b>C</b>	430	387		477	324	
	68,3	61,1	7,2	73,8	51,2	22,6
<b>D</b>	61	67		174	148	
	9,7	10,6	-0,9	26,9	23,4	3,5
<b>E</b>	74	36		79	19	
	11,7	5,7	6,0	12,2	3,0	9,2
<b>F</b>	315	283		343	205	
	50,0	44,7	5,3	53,1	32,4	20,7
<b>G</b>	90	50		107	31	
	14,3	7,9	6,4	16,6	4,9	11,7
<b>H</b>	122	28		162	15	
	19,4	4,4	15,0	25,1	2,4	22,7
<b>I</b>	66	30		117	19	
	10,5	4,7	5,8	18,1	3,0	15,1
<b>J</b>	266	143		300	104	
	42,2	22,6	19,6	46,4	16,4	30,0
<b>K</b>	31	12		35	16	
	4,9	1,9	3,0	5,4	2,5	2,9

Przy zastosowaniu pytania zamkniętego, w którym ankieter odczytywał nazwy firm, wystąpiła tendencja odwrotna: respondenci częściej twierdzili, że znają firmę w wywiadzie telefonicznym. Różnice między odsetkami wskazań poszczególnych firm są znaczne i występują często. Na 11 uwzględnionych w pytaniu firm, w pierwszej fali różnica ta w 8 przypadkach przekracza 5 punktów procentowych, sięgając nawet blisko 20 punktów procentowych. W drugiej fali różnice powyżej 5 punktów procentowych występują ze zbliżoną częstotliwością, ale w 4 przypadkach przekraczają one 20 punktów procentowych.

Dalsze analizy odpowiedzi na pytanie zamknięte wykazały, że choć różnice w rozkładach mogą być w części związane z odmiennością próby zrealizowanej w wywiadzie osobistym i CATI, to jednak w pewnej mierze wynika-

ją również z odmienności procedur w tych technikach (Sztabiński, w druku). Niezależnie od tego, czy chodzi o fakt fizycznej obecności ankietera lub jej brak, czy też o odmienności w komunikowaniu się telefonicznym i osobistym, porównywanie wyników uzyskanych na pytanie o znajomość „wspomagana” nazw firm uzyskanych przy pomocy tych technik nie jest uprawnione. Wniosek ten wydaje się być tym bardziej prawdopodobny, że taka sama tendencja wystąpiła dla obydwóch fal badania.

Uznanie wywiadu telefonicznego za odrębną technikę ma konsekwencje dla schematu podziału technik zaproponowanego przez Lutyńskiego, przynajmniej w części dotyczącej technik surveyowych. W miejsce dychotomicznego podziału na komunikowanie się bezpośrednie i pośrednie należałoby przyjąć podział obejmujący trzy kategorie: komunikowanie się osobiste, telefoniczne i pisemne. Takie rozbudowanie schematu wydaje się jednak, jak o tym wspomniałem na początku artykułu, pozostawać w zgodzie z przyjętymi przez Lutyńskiego założeniami podziału technik.

#### BIBLIOGRAFIA

ACSF (1992) *Analysis of sexual behavior in France: A comparison between two modes of investigation, telephone survey and face – to – face survey*, AIDS, 6.

Aquilino W.S. (1993) *Effects of Spouse Presence during the Interview on Survey Responses concerning Marriage*, Public Opinion Quarterly, 57.

Beijn A. (1993) *La masturbation feminine: un exemple d'estimation et d'analyse de la sous – declaration d'une pratique*, Population 5.

Birdwhistell R.L. (1970) *Kinesics and Context*, Ballantine Books, New York.

Bradburn N.M. i Sudman S. (1979) *Improving Interview Method and Questionnaire Design*, Jossey – Bass Publishers, San Francisco.

Cahalan D. (1969) *Correlates of Respondent Accuracy in the Denver Validity Survey*, Public Opinion Quarterly, 32.

Cannell C.F., Groves R.M., Magilavy L., Mathiowetz N. i Miller P. V. (1987) *An Experimental Comparison of Telephone and Personal Health Surveys*, National Center for Health Statistics, Technical Series 2, 106.

Colombotos J. (1965) *The Effects of Personal vs. Telephone Interviews on Socially Acceptable Responses*, Public Opinion Quarterly, 29.

Daniłowicz P. i Sztabiński P.B. (1986) *Zmienne osobowe w badaniach socjologicznych. Analizy weryfikacyjne, Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. VI, K. Lutyńska i J. Lutyński (red.) Ossolineum, Wrocław.

Edwards A.L. (1957) *The Social Desirability Variable in Personality Assessment and Research*, The Dryden Press, New York.

Finkel S.E., Guterbock T.M. i Borg M.J. (1991) *Race – of – Interviewer Effects in a Preelection Poll*, Public Opinion Quarterly, 55.

Firdion J – M. (1993) *L'effet du rang d'appel et de la presence du conjoint dans une enquete par telephone*, Population 5.



- Groves R.M. (1978) *An Empirical Comparison of Two Telephone Sample Designs*, Journal of Marketing Research, 15.
- Groves R.M. (1989) *Survey Errors and Survey Costs*, John Wiley & Sons, New York.
- Groves R.M. i Kahn R.L. (1979) *Surveys by Telephone*, Academic Press, New York.
- Groves R.M. i Magilavy L.J. (1986) *Measuring and Explaining Interviewer Effects in Centralized Telephone Surveys*, Public Opinion Quarterly, 50.
- Groves R. M. i Fultz N.H. (1985) *Gender Effects Among Telephone Interviewers in a Survey of Economic Attitudes*, Sociological Methods and Research, 14.
- Hagenaars J.A. i Heinen T.G. (1982) *Effects of Role – Independent Interviewer Characteristics on Responses* [w:] W. Dijkstra i J. van der Zouwen (red.) *Response Behaviour in the Survey Interview*, Academic Press, London.
- Hochstim J.R. (1967) *A Critical Comparison of Three Strategies of Collecting Data From Households*, Journal of the American Statistical Association, 62.
- Hyman H.H. (1954) *Interviewing in Social Research*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Jordan L.A., Marcus A. C. i Reeder L.G. (1980) *Response Styles in Telephone and Household Interviewing: A Field Experiment*, Public Opinion Quarterly, 44.
- Kane E.W. i L.J. Macaulay (1993) *Interviewer Gender and Gender Attitudes*, Public Opinion Quarterly, 57.
- Kormendi E. (1988) *The Quality of Income Information in Telephone and Face – to – Face Surveys* [w:] Groves R. M. et al. (red.) *Telephone Survey Methodology*, John Wiley & Sons, New York.
- Locander W., Sudman S. i Bradburn N. (1976) *An Investigation of Interview Method, Threat and Response Distortion*, Journal of the American Statistical Association, 71.
- Lutyńska K. (1970) *Osoby trzecie w wywiadzie socjologicznym i ich wpływ na odpowiedzi respondentów*, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, Z. Gostkowski, J. Lutyński (red.) t. 3, Wrocław, Ossolineum.
- Lutyńska K. (1990) *Spoleczne uwarunkowania wywiadu kwestionariuszowego w Polsce*, Studia Socjologiczne, 3–4.
- Lutyńska K. (1993) *Surveye w Polsce. Spojrzenie socjologiczno – antropologiczne*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Lutyński J. (1968) *Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów* [w:] *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. II, red. Gostkowski Z. i Lutyński J., Wrocław.
- Monsees M.L. i Massey J.T. (1979) *Adapting Procedures for Collecting Demographic Data in a Personal Interview to Telephone Interview*, *Proceedings of the Section on Survey Research Methods*, American Statistical Association.
- Parry H.J. i Crossley H.M. (1950) *Validity of Responses to Survey Questions*, Public Opinion Quarterly, 14.
- Riandey, B. i Firdion J - M. (1993) *Vie personnelle et enquete telefonique*, Population, 5,
- Schaeffer N. C. (1980) *Evaluating Race – of – Interviewer Effects In a National Survey*, Sociological Methods & Research, 8.
- Singer E., Frankel M.R. i Glassman M.B. (1983) *The Effect of Interviewer Characteristics and Expectations on Response*, Public Opinion Quarterly, 47.
- Stefanowska M. (1988) *Odbiorcy kultury. Deklaracje i rzeczywistość*, PWN, Warszawa.

Sykes W., Hoinville G. (1985) *Telephone Interviewing on a Survey of Social Attitudes: A Comparison with Face – to Face Procedures*, Social and Community Planning Research, London.

Sztabiński P.B. (1997) *Ankieterzy i ich respondenci. Od kogo zależą wyniki badań ankietowych?*, wyd. IFiS PAN, Warszawa

Sztabiński P.B. (1998) *Wpływ obecności osób trzecich w badaniach z wykorzystaniem wywiadu telefonicznego ze wspomaganie komputerowym (CATI)*, ASK, 7.

Sztabiński P. B. (w druku) *Wywiad telefoniczny ze wspomaganie komputerowym (CATI) a wywiad kwestionariuszowy: problem porównywalności wyników*.

Taietz P. (1962) *Conflicting Group Norms and the „Third” Person in the Interview*, American Journal of Sociology, 68.

Watzlawick P., J. Hemick-Beavin i Jackson D. (1967) *Pragmatics of Human Communication*, Norton, New York.

*Paweł Sztabiński*

Institute of Philosophy and Sociology  
Polish Academy of Sciences

#### COMPUTER ASSISTED TELEPHONE INTERVIEW: A NEW RESEARCH TECHNIQUE OR A QUESTIONNAIRE SURVEY THROUGH TELEPHONE?

##### Summary

The computer assisted telephone interview is more and more frequently used both in studies conducted in western countries and in Poland. Hence, it should be considered whether such interview should be treated as a new, separate technique or also simply a type of questionnaire survey, with this difference that this time it is carried out through the telephone. The issue of difference and similarity between these types of interview is analyzed in the context of two problems: an effect of the interviewer's physical presence or its absence, and an effect of variations in communication. These analyses allow to answer the question asked on the basis of an 'empirical' criterion such as the scope of applicability of these research procedures and comparability of obtained results.