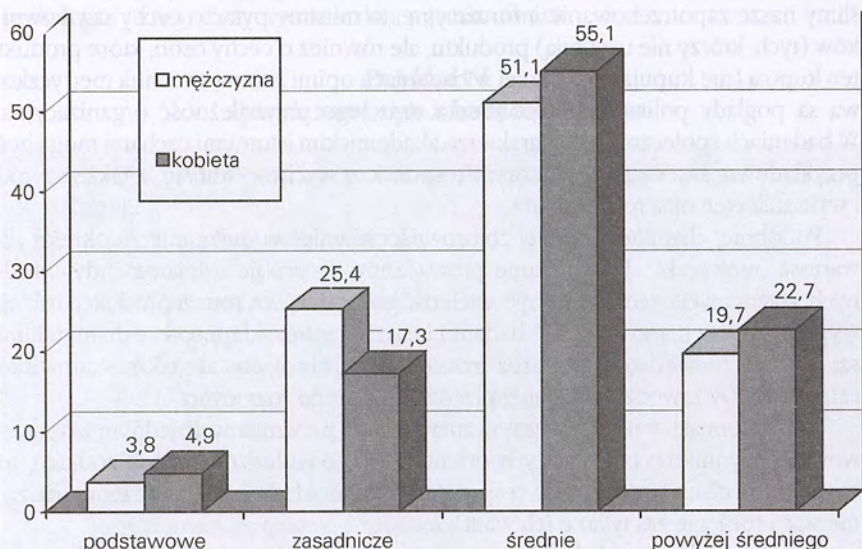




## METRYCZKA RESPONDENTA



W rozdziale poświęconym narzędziu badawczemu wspomnieliśmy, iż stałą i integralną częścią każdego kwestionariusza (w każdym typie badań ilościowych) są pytania o cechy demograficzne i społeczne respondenta (tzw. „metryczka”). Pytania te służą bowiem nie tylko do scharakteryzowania badanej zbiorowości, lecz także pozwalają opisać, czym różnią się postawy, opinie i zachowania kobiet i mężczyzn, osób starszych i młodych, o różnym wykształceniu, różnych dochodach itd. Z punktu widzenia analizy wyników badania pytania te pełnią zatem rolę kluczową; braki w tej części kwestionariusza powodują, że nie jest możliwa analiza (np. ze względu na płeć, wiek, wykształcenie itd.) odpowiedzi respondentów na pytania zamieszczone w zasadniczej jego części („merytorycznej”).

### 14.1. Zestaw pytań metryczkowych

To, iż pytania metryczkowe znajdują się w każdym kwestionariuszu, nie oznacza jednak, że ich zestaw jest za każdym razem identyczny. Zestaw tych informacji, a więc to, jakie pytania zawarte są w metryczce, jest bowiem pochodną trzech czyn-



ników: typu i problematyki badania, badanej populacji oraz przewidywanego planu analiz zależności (tzn. sposobu opracowania wyników).

Przykładowo, jeśli przedmiotem naszego badania jest użytkowanie i kupowanie określonego produktu, to oczywiście jest, iż chcemy dowiedzieć się jacy ludzie, o jakich cechach używają tego produktu, a jacy go nie używają, ale także, jacy ludzie, o jakich cechach kupują ten produkt, a jacy nie (nie każdy bowiem, kto np. jada jogurty, musi je kupować i odwrotnie - nie każdy, kto je kupuje, jada je). Jeśli tak określiliśmy nasze zapotrzebowanie informacyjne, to musimy pytać o cechy użytkowników (tych, którzy nie użytkują) produktu, ale również o cechy osób, które produkt ten kupują (nie kupują go). Z kolei w badaniach opinii istotną zmienną metryczkową są poglądy polityczne respondenta oraz jego przynależność organizacyjna. W badaniach społecznych o charakterze akademickim istotnymi cechami mogą być przykładowo: środowisko, w którym respondent wychowywał się, a także zawód i wykształcenie ojca respondenta.

Podobnie, charakter badanej zbiorowości również w dużej mierze określa wartość „metryczki”. Jeśli badanie prowadzimy na próbie rolników indywidualnych, ważnymi cechami mogą być: wielkość gospodarstwa, rodzaj produkcji rolnej, wyposażenie w maszyny itp. W badaniu instytucji - np. sklepów - cechami takimi są: powierzchnia sprzedaży, liczba pracowników, obrót itp., ale także stanowisko i staż pracy (w zawodzie i w danej placówce) naszego rozmówcy.

Jeśli natomiast w fazie przygotowania badania przyjmiemy, iż jednym z podstawowych czynników określających orientację życiową ludzi jest znak zodiaku, to w „metryczce” musimy zapytać respondentów o dokładną datę urodzenia (dzień, miesiąc i rok), nie zaś tylko o ich wiek.

Podobnie, różny może być stopień szczegółowości innych pytań. W zależności od problematyki badania i przewidywanego sposobu kodowania uzyskanych odpowiedzi, czasami pytać możemy tylko o przynależność do określonej grupy społeczno - zawodowej (np. „pracownicy handlu i usług”, „robotnicy wykwalifikowani”, „specjaliści z wyższym wykształceniem, wolne zawody”), czasami natomiast, szczegółowo o nazwę zawodu, stanowisko i wykonywane czynności.

Mimo iż zestaw cech metryczkowych, jak wskazano, może obejmować różne cechy, w badaniach realizowanych na próbach osób wskazać można dwa podstawowe ich rodzaje. Są to cechy indywidualne (które można przypisać konkretnej osobie) i cechy kontekstualne, charakteryzujące jego gospodarstwo domowe.

Wśród podstawowych cech indywidualnych wymienić należy przede wszystkim: płeć, wiek, wykształcenie, sytuację zawodową, dochody indywidualne oraz rodzaj i wielkość miejscowości zamieszkania. Przy czym pytania o te cechy dotyczyć mogą także innych osób niż respondent (np. ojca respondenta, współmałżonka).

Podstawowymi cechami kontekstualnymi (dotyczącymi gospodarstwa domowego) są natomiast: liczba osób w gospodarstwie domowym, dochody gospodarstwa, zagospodarowanie materialne (wyposażenie) oraz warunki mieszkaniowe.



## 14.2. Sformułowanie pytań metryczkowych

W poszczególnych badaniach „metryczka” różnić się może nie tylko zawartością (zestawem cech), ale także sformułowaniem konkretnych pytań. Jak wspomniano, każde pytanie można sformułować na różne sposoby. Chcąc poznać poziom wykształcenia respondenta, możemy zapytać go o to przynajmniej na kilka różnych sposobów. Może być to pytanie zamknięte z kartą respondenta, pytanie prekategoryzowane czy wreszcie dwa pytania otwarte.

### *Przykład 14.1*

#### *Pytanie zamknięte z kartą respondenta*

Pyt. M4. (*Wręczyć kartę respondenta „Wykształcenie”*). Jakie ma Pan(i) wykształcenie?

01. Niepełne podstawowe
02. Podstawowe
03. Zasadnicze zawodowe
04. Niepełne średnie
05. Ukończone średnie zawodowe
06. Ukończone średnie ogólnokształcące
07. Pomaturalne
08. Niepełne wyższe
09. Wyższe
97. *Nie wiem/trudno powiedzieć*

### *Przykład 14.2*

#### *Pytanie prekategoryzowane*

Pyt. M4. Jakie ma Pan(i) wykształcenie? (*Nie odczytywać odpowiedzi. Dopisać i zakwalifikować odpowiedź respondenta do jednej z poniższych kategorii*)

01. Niepełne podstawowe
02. Podstawowe
03. Zasadnicze zawodowe
04. Niepełne średnie
05. Ukończone średnie zawodowe
06. Ukończone średnie ogólnokształcące
07. Pomaturalne
08. Niepełne wyższe
09. Wyższe
97. *Nie wiem/trudno powiedzieć*



### Przykład 14.3 Pytanie otwarte

Pyt. M4. Proszę powiedzieć, jak nazywa się szkoła, w której uczył(a) się Pan(i) ostatnio/uczy się Pan(i) obecnie? (*Zapisać dosłownie odpowiedź respondenta. W przypadku niejasnej odpowiedzi, np. szkoła zawodowa, zespół szkół zawodowych, dopytać o poziom*)

Pyt. M4a. Czy ukończył(a) Pan(i) tę szkołę?

1. Tak
2. Nie
3. Nadal się uczę

Jak wspomniano, na różne sposoby może być też sformułowane pytanie o sytuację zawodową czy sam zawód.

Biorąc pod uwagę możliwą różnorodność pytań metryczkowych niekiedy - w poszczególnych instytucjach - „standaryzuje” się metryczkę ze względu na zawartość oraz sposób sformułowania pytań. Tego typu standardowa metryczka, z jednej strony, zapewnia porównywalność wyników między poszczególnymi badaniami, z drugiej - w znacznym stopniu ogranicza liczbę popełnianych przez ankieterów błędów.

W takim przypadku standardowa metryczka, wraz z instrukcjami do poszczególnych pytań, funkcjonuje jako odrębny, wewnętrzny materiał szkoleniowy danego instytutu.

## 14.3. Zadawanie pytań metryczkowych

Rola i znaczenie pytań metryczkowych klóci się zazwyczaj z ich miejscem w kwestionariuszu (pytania te zazwyczaj zadawane są bowiem w końcowej części wywiadu). Za takim ich umiejscowieniem przemawia jednak fakt, iż pytania te mogą być odbierane przez respondentów jako „silnie identyfikujące” i „osobiste”. Jeśli byłyby one zadawane na początku rozmowy, niektórzy z nich mogliby uznać to za sprzeczne z zapewnieniem o poufności (w rozumieniu wielu respondentów „anonimowości” badania). Miałoby to negatywny wpływ na atmosferę wywiadu, nadawałoby rozmowie oficjalny, urzędowy charakter (ze względu na skojarzenia z ankietą personalną czy kwestionariuszem osobowym) i tym samym - wartość odpowiedzi. Dodatkowo, ponieważ są to pytania faktualne, nie wymagające zastanawiania się (i z tego względu „łatwe”), można je zadawać wtedy, gdy respondent jest nieco zmęczony rozmową. Niekiedy jednak pytania te, a przynajmniej niektóre z nich zamieszczane są w części merytorycznej. Przykładowo, jeśli w części merytorycznej pytamy o zadowolenie z pracy, to musimy wcześniej zadać pytanie metryczkowe o to, czy respondent pracuje i ewentualnie o wykonywany zawód.



Zamieszczenie pytań metryczkowych w końcowej partii kwestionariusza nie zmniejsza jednak ich potencjalnej drażliwości. Stąd też przed przystąpieniem do zadawania tych pytań należy wyjaśnić respondentowi ich znaczenie i sens. W tym celu należy posłużyć się wprowadzeniem, które zazwyczaj zamieszczone jest w kwestionariuszu.

#### *Przykład 14.4*

*Chciałbym teraz zadać Panu(i) kilka pytań dotyczących Pana(i) gospodarstwa domowego. Służą one do zbadania, czy w opiniach i poglądach na badane tematy występują różnice między kobietami i mężczyznami, osobami w różnym wieku, o różnym wykształceniu, itp. Pytania te są bardzo ważne i służą do statystycznego opracowania wyników.*

W przypadku, gdy wywiad realizowany jest z respondentami niepełnoletnimi pamiętać należy, aby pytania metryczkowe zadawać w obecności ich rodziców lub bezpośrednio rodzicom. Wynika to z faktu, iż zazwyczaj część pytań dotyczy bezpośrednio samych rodziców oraz gospodarstwa domowego.

Ze względu na zróżnicowanie zawartości „metryczki” oraz sformułowania samych pytań nie jest możliwe przedstawienie szczegółowych dyrektyw ich zadawania (tym bardziej, iż instrukcja do konkretnego pytania może ustalać swoiste reguły). Niemniej podkreślić należy, iż w niektórych pytaniach metryczkowych, w przypadku odmowy udzielenia na nie odpowiedzi przez respondenta, zadaniem ankietera jest wpisanie odpowiedzi na podstawie własnej obserwacji (tzw. „szacowanie”). Wychodzi się tutaj z założenia, iż „lepszą” jest informacja przybliżona niż w ogóle brak informacji. Sytuacja taka może wystąpić np. w pytaniu o rok urodzenia respondenta czy dochody gospodarstwa domowego. W takim przypadku obowiązkiem ankietera jest jednak odnotowanie tego faktu, aby wiadomo było, czy są to informacji „szacowane”, czy udzielone przez respondenta. Podobnie należy postąpić, gdy respondent występując w roli informatora o innych osobach nie jest w stanie udzielić ścisłej odpowiedzi.

#### *Przykład 14.5*

W pytaniu o rok urodzenia ojca, respondent udziela następującej odpowiedzi: „Nie wiem dokładnie kiedy się ojciec urodził. Teraz ma około 50 lat”. W takiej sytuacji ankieter winien wpisać datę: „1950” z dopiskiem: „w przybliżeniu” lub zapis: „1950” opatrzyć symbolem „+/-”.

Biorąc pod uwagę, że metryczka zamieszczana jest w każdym kwestionariuszu, a zestaw zadawanych pytań mimo wszystko ograniczony, zastanawiająca jest znaczna liczba popełnianych przez ankieterów błędów. Wyniki prowadzonych analiz



metodologicznych wskazują, że jest ona porównywalna z liczbą błędów w ankietach samodzielnie wypełnianych przez respondentów, którzy – w odróżnieniu od ankieterów – nie są osobami specjalnie przeszkolonymi w tym zakresie. Najczęściej pojawiające się błędy to niespójność odpowiedzi na pytania wzajemnie kontrolujące się (na pytanie o dochody indywidualne i dochody gospodarstwa domowego). Inne przykłady, to błędna kwalifikacja respondenta do grupy społeczno-zawodowej (na podstawie pytania o zawód i stanowisko) czy nawet błąd w zapisie płci respondenta.

Wydaje się, iż wskazać można przynajmniej dwie przyczyny takiej sytuacji, które wzajemnie się nie wykluczają. Pierwsza z nich to zmęczenie ankietera. Jak wspomniano, pytania metryczkowe zazwyczaj zamieszczane są na samym końcu kwestionariusza. Nic więc dziwnego, że przykładowo, po godzinnej rozmowie, ankieter – podobnie zresztą jak i respondent – jest zmęczony. Wzrasta tym samym prawdopodobieństwo popełnienia pomyłki, tym bardziej że ankieter – nawet podświadomie – zaczyna się spieszyć, wiedząc, iż jest to już koniec wywiadu. Drugie źródło popełnianych błędów w metryczce to przekonanie ankieterów, że skoro pytania te są w każdym kwestionariuszu, to są one im doskonale znane i wiadomo jak je zadawać. W efekcie, zamiast odczytywać pytania w dosłownym sformułowaniu, ankieterzy „opowiadają” je, nie doczytują do końca, nie korzystają z kart respondenta itd. Wyniki terenowej kontroli pracy ankieterów wskazują m.in., że około jedna trzecia ankieterów nie wręcza respondentom – wbrew zaleceniom instrukcji – kart do pytań metryczkowych.

Mając świadomość możliwości występowania wskazanych wyżej błędów musimy im zapobiegać. Przede wszystkim należy pamiętać, iż pytania w metryczkowej części kwestionariusza są tak samo ważne jak pytania w części zasadniczej. Po drugie, realizując metryczkę jesteśmy już zmęczeni – podobnie jak respondent – i dlatego musimy szczególnie uważać, aby pytania odczytywać dosłownie, w pełnym brzmieniu i w takiej kolejności, w jakiej są one wydrukowane w kwestionariuszu. Bezwzględnie należy stosować się do instrukcji i reguł przejść, wypowiedzi respondenta zapisywać dosłownie. I wreszcie, nie spieszyć się. Pośpiech przy części metryczkowej może skrócić czas wizyty u respondenta o 2–3 minuty. Jednocześnie te kilka minut może zniweczyć cały wysiłek włożony w realizację wywiadu.