

mgr **Aneta ZAGAŃCZYK**<sup>1</sup>**Przyjęty/Accepted/Принят:** 30.03.2013;**Zrecenzowany/Reviewed/Рецензирована:** 25.04.2013;**Opublikowany/Published/Опубликована:** 31.03.2014;

## ZASADY KONSTRUOWANIA KWESTIONARIUSZA ANKIETY

### Principles of Questionnaire Construction

### Главные принципы построения анкеты

#### Abstrakt

**Cel:** Cel poznawczy sprowadza się do wzbogacenia teorii o wiedzę dotyczącą zasad konstruowania kwestionariusza ankiety i odpowiedzi na pytanie „jakich zasad powinni przestrzegać badacze konstruując kwestionariusz ankiety?”. Natomiast celem użytecznym jest ustalenie niedomagań – wskazanie problemów z jakimi mogą spotkać się badacze podczas budowania kwestionariusza ankiety oraz przedstawienie możliwego wpływu zaniechania stosowania zasad konstrukcji kwestionariusza ankiety na jakość badań.

**Wprowadzenie:** Najważniejszym elementem decydującym o sukcesie badania jest odpowiednie przygotowanie kwestionariusza ankiety. Gdy ankieta jest nudna, męcząca, czy niezrozumiała respondenci są mniej zaangażowani przy jej wypełnianiu. Zdarza się, że aby jak najszybciej skończyć, udzielają przypadkowych odpowiedzi. Zbyt długie kwestionariusze, zła kolejność pytań, brak istotnych pytań, które mogą być potrzebne do pełnego nakreślenia problemu to tylko niektóre z błędów możliwych do popełnienia przy konstruowaniu kwestionariusza ankiety. By części z tych błędów uniknąć należy stosować się do zasad tworzenia kwestionariuszy.

**Metodologia:** W etapie wstępnym dokonana została identyfikacja oraz sprecyzowanie problemu badawczego. Analiza literatury, przykładów ankiet oraz inny zgromadzony materiał badawczy były podstawą doboru metod i technik badawczych. W drugim etapie, który stanowił zasadniczą część realizowanej procedury badawczej, badania prowadzone były z wykorzystaniem niżej wymienionych metod, technik i narzędzi badawczych. Analiza stosowana była głównie w badaniach dokumentów oraz literatury. Objęto nią opracowania naukowo-badawcze i dydaktyczne, przykładowe kwestionariusze ankiet. Syntezą objęte zostały przede wszystkim wyniki badań z obserwacji pośredniej i uczestniczącej. Na wszystkich etapach prac badawczych, których istotą była identyfikacja cech wspólnych, podobieństw oraz różnic poszczególnych zagadnień badawczych, zwłaszcza w zakresie porównania przykładów błędnych kwestionariuszy ankiet ze wzorcowymi stosowano porównanie. Do ujawniania cech i powiązań, możliwości ich łączenia, stosownie do przyjętych kryteriów oraz formułowania na ich podstawie uniwersalnych założeń zastosowano uogólnienie. Metoda wnioskowania w drodze analogii posłużyła do formułowania wniosków i propozycji w przypadkach występowania podobieństw wybranych elementów. Metody indukcji i dedukcji, umożliwiły generowanie nowych twierdzeń i wniosków.

Końcowy trzeci etap prac badawczych polegał na zebraniu wyników przeprowadzonych badań w całość, dokonaniu ich logicznego uogólnienia oraz systematyzacji.

**Wnioski:** W artykule zaprezentowano zestaw zasad, których należy przestrzegać przy budowaniu kwestionariusza ankiety ze szczególnym uwzględnieniem błędów, jakie można popełnić przy jego konstrukcji. Zwrócono również uwagę na znaczenie najczęściej popełnianych błędów w ankietach w odniesieniu do jakości i rzetelności całego procesu badawczego.

**Słowa kluczowe:** kwestionariusz ankiety, zasady budowy kwestionariusza, błędy ankiet, struktura kwestionariusza ankiety, respondent  
**Typ artykułu:** artykuł przeglądowy

#### Abstract

**Purpose:** The cognitive goal of this article is to enrich the knowledge of the principles for constructing survey questionnaires and answer the question “what principles should researchers obey while constructing a questionnaire”. The utilitarian goal consists in the indication of errors and problems that researchers may face while creating a questionnaire as well as presentation of the possible effects of failing to obey the principles of questionnaire design in relation to the quality of research.

**Introduction:** Appropriate preparation of a questionnaire is the most important factor which determines the success of the study. Some examples of the mistakes that can be made by a questionnaire designer are: too long questionnaires, wrong order of the questions and the lack of significant questions that may be needed to outline the problem comprehensively. If a survey is boring, tedious or confusing the respondents are less engaged in fulfilling it. Sometimes, in order to complete it faster, they give random answers. To avoid these errors the researchers should follow the principles of designing questionnaires.

<sup>1</sup> Akademia Obrony Narodowej; Aleja gen. Antoniego Chruściela „Montera” 103, 00-910 Warszawa/ National Defence University, Poland; zaganczyk@gmail.com

**Methodology:** At the initial stage, the research problem was identified and clarified. An analysis of literature, examples of surveys and other research materials formed the basis for the selection of research methods and techniques. In the main part of the executive research procedure, the research was conducted using the following research methods, techniques and tools. The analysis has been applied mainly in the research of documents and literature. It covered scientific, research and didactic works and sample questionnaires. The results from indirect and participatory observations were mainly synthesised. At all stages of the research which aim was to identify common denominators, similarities and differences between research topics, especially in the comparison of erroneous questionnaires and a model ones, a comparison was used. To reveal the characteristics and relationships, the possibility of combining them according to adopted criteria and formulation on that basis universal principles, the authors applied generalization. The method of inference by analogy was used to formulate conclusions and proposals in cases where the similarities between selected items were noticeable. The methods of induction and deduction helped to generate new assertions and conclusions. The final, third stage of the research, consisted in gathering research results together, making of them a logical generalization and systematization.

**Conclusions:** The article presents a set of principles to be followed in the construction of a questionnaire, with a particular focus on errors that can be made during its design. The authors of this article also drew attention to the most common mistakes in questionnaire and their impact on the quality and reliability of the whole research process.

**Keywords:** questionnaire, principles of questionnaire construction, survey errors, structure of questionnaire, respondent

**Type of article:** review article

#### Аннотация

**Цель:** Познавательная цель заключается в обогащении теории знаниями принципов построения анкеты и получении ответа на вопрос: какие правила построения анкеты должны соблюдать исследователи? Утилитарная цель – определение недостатков – указание проблем, с которыми могут столкнуться исследователи во время составления анкеты, а также представление возможных последствий несоблюдения правил построения анкеты, влияющих на качество исследований.

**Введение:** Самым важным решающим фактором в успехе исследования является правильная подготовка анкеты. Респонденты ангажируются в меньшей степени при выполнении нудных, утомительных или непонятных анкет. Бывает, что чтобы возможно быстро их закончить дают случайные ответы. Слишком долгие опросы, неправильная последовательность вопросов, отсутствие важных вопросов, которые могут быть необходимы для полного описания проблемы – это только некоторые из возможных ошибок совершаемых при построении анкеты. Чтобы избежать некоторых из этих недостатков, надо соблюдать правила построения анкет.

**Методология:** В предварительном этапе была проведена идентификация и уточнение проблемы исследования. Анализ литературы, примеров анкет и другой собранный исследовательский материал были основой выбора метод и техник исследования.

Во втором этапе, являющимся основной частью реализованной процедуры исследования были использованы нижеперечисленные методы, техники и исследовательские инструменты. Метод анализа был использован, в основном, в исследованиях документов и литературы. Авторы анализировали научно-исследовательские и дидактические разработки, примеры анкет. Синтез был проведён, прежде всего, для результатов опосредованного и включенного наблюдения. На всех этапах исследовательских работ, которых существом была идентификация общих характеристик, аналогий и различий отдельных исследовательских вопросов, особенно для сравнения примеров неправильных анкет с образцовыми был применен метод сравнения. Для выявления характеристик и взаимоотношений, возможностей их объединения, в соответствии с принятыми критериями и разработки на их основе универсальных принципов авторы применяли метод обобщения. Метод вывода на основе аналогий был использован для формулирования выводов и предложений в случае выступления аналогий выбранных элементов. Методы индукции и дедукции позволили создать новые теории и выводы. Заключительный третий этап исследования состоял из объединения собранных результатов исследований, их логического обобщения и систематизации.

**Выводы:** В статье представлен перечень правил, которые надо соблюдать при построении анкеты, с особым учётом ошибок, какие можно совершить при её конструкции. Авторы обратили также внимание на значение наиболее часто совершаемых ошибок в анкетах и их влияния на качество и достоверность целого процесса исследований.

**Ключевые слова:** листок анкеты, принципы построения анкеты, ошибки в анкетах, структура анкеты, респондент

**Вид статьи:** обзорная статья

## 1. Wprowadzenie

Słowo „ankieta” pochodzi z języka francuskiego *enquête* i oznacza zbieranie informacji za pomocą pytań skierowanych do różnych osób [1, s. 232]. Ankieta jest sposobem zbierania informacji za pomocą drukowanej listy pytań zwanej kwestionariuszem, bez pośrednictwa ankietera. Stanowi one technikę o wysokim stopniu „samoczynności”, a rola osób badających sprowadza się do przeprowadzenia i zebrania kwestionariuszy. Kwestionariusz ankiety lub wywiadu jest jednym z ważniejszych narzędzi badawczych przeznaczonych do rejestracji odpowiedzi respondentów. Zawiera on świadomą i logiczną kompozycję pytań. Kwestionariusz ankiety jest niekiedy jedy-

ną formą kontaktu badacz – badany, stąd tak ważna jest prawidłowa jego konstrukcja.

## 2. Struktura kwestionariusza ankiety

Kwestionariusz to nic innego jak przełożenie celów badawczych na pytania. Odpowiedzi na te pytania dostarczają danych pozwalających na przetestowanie hipotezy badawczej.

Struktura i układ pytań ankiety uzależnione są od przedmiotu badań oraz od danych, jakie zamierza się uzyskać. Typowy kwestionariusz skomponowany jest z trzech podstawowych części: nagłówka, inaczej części wprowadzającej, części właściwej (zasadniczej) – czyli pytań oraz metryczki.

Nagłówek to część wprowadzająca, prezentująca cel badania i zachęcająca respondenta do wzięcia udziału w badaniu. Jest ona szczególnie istotna w przypadku badań przeprowadzanych bez udziału ankietera.

Na początku każdego kwestionariusza niezbędne jest wyraźne zaznaczenie nazwy placówki prowadzącej badania: instytutu, uczelni, ośrodka, itd. Na ogół nazwę tę umieszcza się w lewym górnym rogu pierwszej strony narzędzia. „Zamieszczonej tam nazwie placówki powinien towarzyszyć jej adres, telefon, który – po pierwsze – uwiarygodnia sam kwestionariusz i badania oraz – po drugie – wyraźnie wskazuje respondentowi, gdzie może on kierować swoje ewentualne uwagi związane z problematyką badań, konstrukcją kwestionariusza i organizacyjnym przebiegiem badań” [2, s. 19].

Kolejny element formalno-ewidencyjnej części kwestionariusza to jego tytuł. Co do konieczności jego formułowania i umieszczania na pierwszej stronie narzędzia nie ma wśród metodologów pełnej zgodności. Jeżeli umieszcza się tytuł, to musi on być starannie dobrany i przemyślany. Powinien być przede wszystkim krótki, raczej w trybie oznajmującym [2, s. 20]. Należy unikać w nim słów, które wzbudzają wątpliwości, są niejasne, wywołują niepożądane skojarzenia lub negatywnie nastawiają do całości badań.

Najistotniejszym elementem formalno-ewidencyjnej części kwestionariusza jest wprowadzenie. Wprowadzenie przybiera formę listu (odezwu) do respondenta, w którym badacz stara się nakłonić go do wzięcia udziału w badaniach. W takim wprowadzeniu przede wszystkim powinny się znaleźć następujące elementy:

1. Cel badań. Powinien on ukazać respondentowi dwa podstawowe rodzaje celów: naukowy i praktyczny oraz poinformować o tym, kto i w jakim celu realizuje badanie, a także po co ktoś się do niego zwraca.
2. Zapewnienie o poufności zebranego materiału (ewentualnego anonimowego charakteru badania). Przede wszystkim należy poinformować badanych, że udział w badaniu jest całkowicie dobrowolny i anonimowy. Zaleca się, aby we wprowadzeniu do kwestionariusza ankiety oprócz zapewnienia anonimowości położyć duży nacisk na poufność, tzn. wyłącznie statystyczne, ilościowe opracowanie danych i nieudostępnianie wypełnionych formularzy osobom spoza zespołu badawczego. Z praktyki wiadomo, że respondenci udzielają bardziej szczerych odpowiedzi w momencie, gdy wiedzą, że nikt nie będzie indywidualnie analizował odpowiedzi uzyskanych przez poszczególnych badanych.
3. Uzasadnienie wyboru respondenta do badań – dlaczego właśnie on się znalazł na liście respondentów.
4. Ewentualna instrukcja dotycząca sposobu wypełniania kwestionariusza. Można zamieścić ją w dwojaki sposób. Jeśli pytania różnią się formą i formatem, instrukcja może znajdować się przy każdym pytaniu. Jeśli ankieta składa się z samych pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru, informację o zaznaczeniu wybranej odpowiedzi można zawrzeć we wstępie.
5. Apel o poważne potraktowanie pytań i udzielenie szczerych odpowiedzi.

6. Ewentualne określenie sposobu zwrotu wypełnionego narzędzia. Szczególnie, jeżeli ankieter nie może odebrać od respondentów ich osobiście. Do niektórych ankiet (np. pocztowej, prasowej) należy dołączyć zaadresowaną i opatrzoną znaczkiem kopertę zwrotną.
7. Podziękowanie za wzięcie udziału w badaniach. Warto już w zaproszeniu z góry podziękować za udział w badaniu.

Przegląd różnych narzędzi badawczych wykazuje, że duża ich część nie ma w ogóle żadnego zakończenia. Bez względu na to, czy zostało podziękowanie zamieszczone we wprowadzeniu, warto również na końcu ankiety zwrócić się z nim do respondenta. Pożądane byłoby zamieszczenia tam również sformułowania – z prośbą do respondenta, aby raz jeszcze sprawdził, czy udzielił odpowiedzi na wszystkie skierowane do niego pytania.

Część właściwą kwestionariusza stanowi zestaw pytań, na które badający pragnie uzyskać odpowiedzi. Zasady tworzenia pytań zostaną omówione w dalszej części artykułu.

Trzecim elementem kwestionariusza jest metryczka. Jest ona źródłem informacji na temat samych respondentów. Zagadnienia przedstawiane w metryczce powinny być podporządkowane celowi badania. „Pytania metryczkowe zbierają dane, które pełnią na ogół funkcję zmiennych niezależnych i odnoszą się najczęściej do informacji z zakresu społeczno-demograficznej charakterystyki badanego środowiska, poziomu wykształcenia i kwalifikacji zawodowych, sytuacji pracy, położenia materialnego respondenta” [1, s. 250]. Liczba i rodzaj pytań „metryczkowych” zależą przede wszystkim od celu badań, sformułowanych problemów głównych i szczegółowych, odpowiadających im hipotez oraz stopnia szczegółowości badań. Pytania „metryczkowe” umożliwiają grupowanie zebranych materiałów i informacji, według cech społeczno-zawodowych i demograficznych respondentów. Stanowią także podstawę do przeprowadzenia analiz oraz badania związków między zmiennymi niezależnymi a zjawiskami, dla których badania zostały podjęte [1, s. 250].

### 3. Format i wygląd zewnętrzny kwestionariusza

Większość wskazań dotyczących cech zewnętrznych kwestionariusza podyktowana jest troską o ułatwienie respondentom spełnienia prośby badacza, oraz o zminimalizowanie liczby błędów popełnianych przy konstruowaniu ankiet. Zatem należy zadbać, aby kwestionariusz był poprawny pod względem graficznym i gramatycznym. Należy zwrócić uwagę między innymi na niżej wymienione wytyczne.

1. Należy zadbać o przejrzystą postać kwestionariusza, – poręczny format (np. zbliżony do rozmiarów kartki papieru używanego do pisanania na maszynie, tj. A-4).
2. Z wyglądem zewnętrznym kwestionariusza łączy się kwestia jakości papieru użytego do wydrukowania. Do wydrukowania ankiety powinien być użyty papier przynajmniej takiego gatunku, aby można było pisać na nim różnymi przyrządami (łącznie z piórem napeł-

nianym atramentem). Druk powinien być wyraźny, czytelny.

3. Pytania muszą być rozmieszczone w sposób przejrzysty. Warto zadbać o przejrzysty układ graficzny między częścią złożoną z pytań i złożoną z propozycji odpowiedzi. Należy zachować odstępy między pytaniami oraz zostawić wystarczająco dużo pustego miejsca na zapisanie odpowiedzi na pytanie otwarte.
4. Racjonalnie wypełniona strona, tzn., taka na której nie ma nieuzasadnionych połączeń pustego miejsca przeplatanego obszarami zbyt gęsto pisanego tekstu. Nieracjonalne zagospodarowanie powierzchni najczęściej zdarza się wówczas, gdy po pytaniach półotwartych bądź zamkniętych następuje kafeateria złożona z wielu członów wyrażanych jednym bądź dwoma słowami, pisanymi w słupku.
5. Z odpowiednim gospodarowaniem powierzchnią wiąże się ściśle nakaz, aby pytanie, wraz z ewentualną kafeateria do niego (bądź pustym miejscem na własną odpowiedź) znajdowało się na tej samej stronie [3, s. 103]. Każde pytanie powinno mieścić się na jednej stronie.
6. Należy unikać zbyt dużych tabel, gęsto liniowanych.
7. Wszystkie pytania powinny być ponumerowane, powinna również być zachowana ciągłość numeracji.

Często zdarzającym się błędem jest nienumerowanie całej serii pytań ujmowanych w formie tabelarycznej. Traktuje się je wtedy zbyt dosłownie jako całość i – co gorsza – numerem opatruje się wstęp (przejście) do nich, a właściwe pytania pozostawia się bez oznakowania [3, s. 106], co w znaczący sposób utrudnia analizowanie danych.

#### 4. Zasady dotyczące części właściwej – pytań

Uważna analiza różnych kwestionariuszy badawczych wskazuje, że w wielu z nich można zauważyć kilka rodzajów błędów dotyczących pytań. Szczegółową ich analizę przeprowadziła K. Lutyńska, wyróżniając następujące kategorie wad pytań:

- wady strukturalne,
- wady związane z niedostosowaniem pytania do informacyjnego zapotrzebowania badacza,
- wady związane ze zbytnią trudnością pytania,
- wady związane ze zbytnią drażliwością pytania,
- wady wynikające z faktu, że pytanie jest sugerujące [4, s. 76-84].

Niżej zaprezentowano wytyczne do konstruowania pytań i odpowiedzi w ankietach.

**Odpowiedni język kwestionariusza.** Jednym z warunków poprawności kwestionariusza jest posługiwanie się w nim stosownym językiem. Należy unikać synonimów. Posługiwanie się nimi ze względów czysto stylistycznych traktowane jest jako błąd. Wprowadzanie coraz to nowych wyrazów dla nazwania tego samego zjawiska może wywołać u respondenta wrażenie, że badaczowi za każdym razem chodzi o coś innego. Ta sama zasada dotyczy wyrazów i zwrotów systematycznie powtarza-

jących się takich jak: „nie wiem”, „trudno powiedzieć”, „nie mam zdania”, „nie zastanawiał(a)em się nad tym”. Jeśli nie ma specjalnych przeciwwskazań, to w całym kwestionariuszu należy posługiwać się jednym spośród tych określeń.

**Sposób zwracania się do respondenta.** Zadawane pytania powinny mieć odpowiednią formę gramatyczną. Zaleca się, aby wszystkie pytania były pisane w tej samej formie gramatycznej (w takiej samej osobie i czasie – dotyczy to także kafeaterii). Do respondenta należy zwracać się w formie osobowej i przyjętej w danym środowisku np. Pan, Pani, Państwo lub przez Ty, a nie w formie bezosobowej np. „Jaką można wyrazić opinię o...”. W stosunku do osób dorosłych najczęściej stosuje się formę „Pan”, „Pani”, a w stosunku do dzieci i młodzieży (mniej więcej do 18 lat) zwykło się używać zwrotu „Ty”. W całym kwestionariuszu należy posługiwać się tą samą formą gramatyczną. Pytania powinny mieć formę zdania pytającego, a nie oznajmującego, rozkazującego czy wykrzyknikowego. Dotyczy to również pytań ujętych w postaci tabelarycznej. Jedynie instrukcje redagujemy zdaniami oznajmującymi.

**Zwroty grzecznościowe** – ten aspekt porusza m.in. L. Sołoma. Z myślą o stworzeniu przyjemnej atmosfery niektórzy autorzy kwestionariuszy starają się „grzecznie” formułować pytania, zaczynając je od takich na przykład zwrotów: „Czy był(a)by Pan(i) uprzejmy(a)...”, „Czy zechciał(a)by Pan(i) ....?”. Jest to zabieg, który w wielu przypadkach przyczynia się do udzielenia odpowiedzi nieistotnej, w stylu: „Tak, zechcę”, „Tak, chętnie wymienię” [4, s. 140].

W przypadku wywiadu ankiet po usłyszeniu tego rodzaju odpowiedzi dopytuje się: „To proszę wymienić”. Może więc uzyskać odpowiedź istotną, chociaż po dodatkowej stracie czasu. Natomiast, gdy jest to kwestionariusz ankiety – szansa na dopytanie nie ma. Z tych względów lepiej więc zapytać wprost: „Jak długo pracuje Pan(i)...?”, „Proszę wymienić...” [3, s. 109].

**Komunikatywność.** Kwestionariusz powinien gwarantować całkowitą komunikatywność między badaczem a respondentem. Częstym błędem w budowie kwestionariusza jest dopuszczenie do sytuacji, w której zawiera on niejasne, niejednoznaczne sformułowania – które mogą podlegać różnej interpretacji przez różnych respondentów. Jeśli istnieje potrzeba użycia specjalistycznego słownictwa (terminologii naukowej, technicznej) warto w nawiasie podać krótką definicję tego pojęcia. W ten sposób można uniknąć różnic w interpretacji. Nie należy używać nazw niezrozumiałych, zawyłych składni lub zbyt długich pytań. W miarę możliwości powinno się stosować prostą składnię, budować krótkie zdania. Pytania w ankiecie nie powinny zawierać podwójnych negacji, które znacznie wydłużają czas potrzebny na udzielenie odpowiedzi oraz zwiększają możliwość niezrozumienia pytania i udzielenie odpowiedzi niezgodnej z przekonaniem respondenta. Pytając o częstość występowania jakiegoś zjawiska, emocji warto doprecyzować możliwe odpowiedzi. Zamiast umieszczać odpowiedzi o słabo sprecyzowanej jednostce czasu („często”, „regularnie”, „od czasu do czasu”), warto pomyśleć nad zastosowaniem bardziej dokładnych

określić („rzadziej niż raz w miesiącu”, „częściej niż raz na rok”).

Nie tylko zawiała składnia lub używanie specjalistycznego słownictwa może wpływać na poprawną komunikatywność i jednoznaczne rozumienie, przez wszystkich badanych, treści zawartych w kwestionariuszu [5, s. 107-124]. Dużą rolę w tej tematyce odgrywa język używany w ankiecie. Język ankiety powinien być dostosowany do grupy docelowej badania, maksymalnie zbliżony do języka mówionego w środowisku respondenta, poprawny. Inaczej pytania w ankiecie zadaje się specjalistom z danej dziedziny, inaczej młodzieży, inaczej osobom w podeszłym wieku. Jeżeli ankieta skierowana jest do zbiorowości mocno zróżnicowanej to wówczas należy dostosować się do języka ludzi o najniższym poziomie edukacyjnym, w przeciwnym wypadku uzyskano by nietrafne odpowiedzi od tych respondentów, którzy nie byli w stanie zrozumieć pytania z racji bariery językowej. Każde pytanie musi być sformułowane tak, by nie wykraczało poza wiedzę i wyobraźnię badanego, by nie wymagało od niego ponadprzeciętnych umiejętności wykonywania operacji logicznych lub niezwyklej pamięci. Chodzi tu zarówno o to, by nie pytać o wiedzę specjalistyczną, ale też o formułę pytania, która powinna być zrozumiała dla każdego i łatwa do zapamiętania. Postulat zawarty w tym punkcie jest tym ważniejszy, im niższy jest poziom intelektualny respondentów.

**Neutralność słownictwa.** Kolejna sugestia odnosi się do używania zwrotów silnie emocjonalnie zabarwionych, zarówno dodatnio (np. fascynujący, wspaniały), jak i ujemnie (np. maltretowanie dzieci, okradanie społeczeństwa itp.). Sprowadza się ona do ogólnego zalecenia, by unikać słów z silnym ładunkiem uczuciowym. W trosce o wiarygodność zbieranych danych należy unikać stawiania pytań drażliwych, które mogłyby wywołać u respondenta przykre uczucia takie jak: zażenowanie, strach, złość itp. Skłaniają one do podawania nieprawdziwych informacji i formułowania nieszczerých opinii.

Na pytania drażliwe respondent wcale nie udziela odpowiedzi, udziela odpowiedzi nie na temat, albo odpowiedzi nieprawdziwe, bądź wygłasza nieuznawane przez siebie poglądy itp. Przyczyn drażliwości pytań jest dużo. Pytanie staje się drażliwym, jeśli:

- narusza w mniemaniu respondenta sferę jego prywatności i intymności,
- zagraża poczuciu własnej wartości, np. pytanie o wiedzę, której respondent nie posiada, albo pytanie o uczestnictwo w kulturze, czytanie książek,
- wywołuje poczucie zagrożenia społecznej egzystencji.

W przypadku, gdy badacz chce zadać pytania odnoszące się do zagadnień drażliwych lub bardzo osobistych, należy czynić to po odpowiednim przygotowaniu respondenta, ponieważ nie powinien on być takimi pytaniami zaskakiwany. Zaleca się, aby pytania tego rodzaju umieszczać raczej na końcu kwestionariusza.

Należy unikać zadawania respondentom pytań sugerujących odpowiedź lub mogących ujawnić prawdziwy cel badania. W momencie, gdy zaczniemy sugerować odpowiedź badanemu istnieje duża szansa, że będzie on

chciał udzielić odpowiedzi zgodnie lub wręcz przeciwnie do wyników, jakie chcielibyśmy uzyskać. Unikać należy rozpoczynania pytania od sformułowań typu „*Każdemu wiadomo, że...*”, „*Na ogół, większość osób twierdzi, że...*” itd. Stosowanie tego typu terminów czyni pytania sugerującymi, ukierunkowującymi punkt widzenia respondenta na daną sprawę. Tego rodzaju wyrażenia niekiedy powodują, iż pytania stają się drażliwymi (np. „Czy dopuścił(a) się Pan(i) oszustwa?”).

**Dostosowanie pytania do zapotrzebowania informacyjnego badacza.** J. Apanowicz wskazuje, iż przeprowadzając ankietowanie, należy uwzględnić między innymi celowość badań. Chodzi o to, by nie nadużywać tej techniki w badaniach. Badania ankietowe mogą dotyczyć tylko tych problemów, w stosunku do których nie można uzyskać bardziej rzetelnej informacji oraz tych sytuacji, w których badane osoby będą w stanie wypowiedzieć się rzeczowo i odpowiedzialnie.

Jedną z przyczyn trudności pytań jest nałożenie na respondenta zadań badacza. Niewłaściwie sformułowane pytanie zarówno pod względem formy, jak i treści, przekreśla szansę uzyskania wiarygodnej odpowiedzi, a tym samym uzyskania rzetelnych danych. „Formułując pytania, należy ciągle pamiętać, jakie problemy badawcze i odpowiadające im hipotezy robocze zostały sformułowane. Jest to niezbędne dla uświadomienia sobie, jakie informacje będą potrzebne dla rozwiązania postawionego zadania i zweryfikowania hipotez. Chodzi przede wszystkim o znalezienie właściwego sposobu przejścia od problemów, jakie badacz sam sobie stawia, do pytań, jakie zamierza skierować do respondenta” [1, s. 251]. Jeżeli badacz nie przełoży pytań będących problemem badawczym na pytania będące narzędziem badawczym, to zadaje pytania zbyt trudne, odpowiednie dla eksperta, a nie nadające się do badań masowych. Odpowiedzi na takie pytania są przypadkowe, poznaczają mało wartościowe, a ponadto stresują badanych.

Pytanie powinno prowadzić do uzyskania poszukiwanej informacji. Jeśli tego nie czyni, to nazywamy je niedostosowanym do informacyjnego zapotrzebowania badacza. Jest więc wymóg, by pytanie odpowiadało stopniowi poinformowania respondenta. „Sprzeniewierzenie się temu warunkowi polega na nieuzasadnionym potraktowaniu badanego, jako znawcy sprawy, o którą pytamy. Indagując na przykład rolnika: „Jakie zmiany należałoby wprowadzić w strukturze organizacyjnej Polskiej Akademii Nauk” można z dużym prawdopodobieństwem przyjąć, iż naruszamy powyższą zasadę” [3, s. 112].

Kolejną okolicznością, która czyni dane pytanie niedostosowanym do zapotrzebowania informacyjnego badacza, jest zwracanie się z żądaniem odpowiedzi od całej badanej populacji zamiast tylko od jej części. Aby uniknąć pytań niedostosowanych do sytuacji respondenta, trzeba zastanowić się, czy każdy respondent może na nie odpowiedzieć. Pytanie niedostosowane do sytuacji to jest pytanie z fałszywym założeniem o istnieniu odpowiedzi właściwej. Na przykład „Co ostatnio kupiłeś na prezent dla swego dziecka?” Odpowiedź: „Nie mam dzieci”. Respondent udzielił innej odpowiedzi niż wymagało pytanie, ponieważ było ono niedostosowane do jego sytuacji.

Jeśli nie każdy może odpowiedzieć, to należy stosować pytania filtrujące – inaczej zwane selekcyjne lub odsiewcze, wychwytyjące osoby, których będą dotyczyły kolejne pytania oraz osoby, których te pytania nie dotyczą. Istotnym elementem instrukcji wypełniania kwestionariusza jest podanie reguł przejścia, czyli wskazanie respondentowi jak postępować dalej, gdy wybierze określoną odpowiedź na pytanie filtrujące.

W kafeterii nie należy zapominać o umieszczeniu odpowiedzi „nie wiem”, „trudno powiedzieć”, aby nie wymuszać odpowiedzi właściwej wtedy, gdy respondent nie może lub nie powinien jej udzielić.

**Długość narzędzia – zbyt krótka bądź zbyt długa ankietą.** Kwestionariusz powinien być świadomą, przemyślaną z różnych punktów widzenia, kompozycją, a nie zbiorem pytań. Znaczy to tyle, że sprawy poruszane w poszczególnych pytaniach muszą w jakiś sposób łączyć się (bezpośrednio czy pośrednio) z problemem badawczym. Ponadto powinny tworzyć logiczną całość [3, s. 100]. Zdarza się, że kwestionariusze naszpikowane są pytaniami, które są niepotrzebne dla wyjaśnienia podstawowego problemu badawczego. Liczbę pytań należy ograniczyć do koniecznego minimum, jeśli jakieś pytanie można pominąć bez szkody dla realizacji głównego celu badania – powinno się tak zrobić – rośnie szansa na realizację badania i udzielenie rzeczywiste przemyślanej odpowiedzi.

Należy zadawać konkretne i celowe pytania. Każde pytanie powinno mieć jasny dla respondenta cel zmierzający do weryfikacji postawionych hipotez. Według L. Sołomy przyjmuje się, że wypełnienie ankiety nie powinno zająć respondentowi więcej niż 30 minut.

W racjonalnym jego skracaniu pomocne może okazać się przeanalizowanie chociażby takich kwestii, jak przedstawia L. Sołoma [3, s. 101-102]:

- czy dana sprawa faktycznie wymaga aż tylu pytań, ile umiesciliśmy,
- czy umieszczone pytania kontrolne względem określonych wątków tematycznych są naprawdę konieczne,
- w zakresie, których kwestii analiza pogłębiona jest konieczna, a w odniesieniu do których można z takowej zrezygnować bez uszczerbku dla podjętego problemu,
- czy pytania nie są zbyt szczegółowe,
- czy problem, który podjęliśmy, nie jest zbyt szeroki jak na badanie za pomocą kwestionariusza, traktowanego, jako główne narzędzie gromadzenia obserwacji?

Rozważenie wszystkich powyższych spraw ma na celu wyeliminowanie pytań zbędnych z punktu widzenia problemu badawczego. Jednakże racjonalne skracanie kwestionariusza to nie tylko „pozbywanie się”, ale też wprowadzanie pytań w innej formie (np. ułatwiającej respondentowi szybsze uporanie się z udzieleniem odpowiedzi).

**Kolejność pytań.** Kwestionariusz winien być tak skonstruowany, by tematycznie stanowił sensowną całość. Zadawane pytania powinny więc logicznie wynikać jedno z drugiego.

Poniżej przedstawione zostały wskazówki dotyczące kolejności i kontekst pytań wg L. Sołomy [3, s. 115]:

- na początku dobrze jest umieścić pytania łatwe,
- najpierw pytanie ogólne, a później szczegółowe,
- pytania drażliwe należy umieszczać raczej na końcu,
- serii pytań wymagających wysiłku nie należy umieszczać na samym początku,
- jeżeli w odniesieniu do danej kwestii formułujemy kilka pytań, to powinny one trzymać się razem, tworzyć blok.

Wskazane jest, aby kwestionariusz rozpoczął się od jednego lub dwóch pytań wstępnych, mających za zadanie wzbudzenie u respondenta zainteresowania problematyką badań. Nie mogą to być pytania zadawane dla samego wprowadzenia. Są one równie ważne dla rozwiązania problemu badawczego jak wszystkie inne, ale powinny to być pytania względnie łatwe, odnoszące się do zagadnień niewymagających zbyt wielkiego wysiłku umysłowego i nie mogą być drażliwe, aby wzbudzić zainteresowanie respondenta i stopniowo wprowadzić go w proces pomiaru.

Pytania kwestionariusza powinny być podawane we właściwej kolejności, uwzględniając zasadę przechodzenia od ogółu do szczegółu, bądź w razie potrzeby odwrotną.

W pierwszej kolejności formułuje się pytania ogólne, dotyczące danego zagadnienia w najszerszym jego zakresie, a następnie pytania coraz to bardziej zawężające zakres badanego problemu. Pytania muszą być również uszeregowane według stopnia trudności, od najłatwiejszego do pytań najtrudniejszych [6, s. 86-87]. Pytania najtrudniejsze i najbardziej kontrowersyjne umieszcza się bliżej końca kwestionariusza. Dzięki temu nie oddziałują one negatywnie na poprzednie pytania - zasada stopniowego wyczerpywania tematu.

## 5. Zasady dotyczące układania kafeterii

Postulaty i uwagi składające się na ten wątek tematyczny stanowią w zasadzie uszczegółowienie logicznych norm budowania pytań. Oznacza to przede wszystkim, iż kafeteria powinna być wyczerpująca w sensie logicznym (tj. obejmująca wszystkie elementy wchodzące w zakres danej nazwy).

Kafeteria musi być rozłączna. Znaczy to, że poszczególne propozycje odpowiedzi nie mogą:

- pokrywać się ze sobą (błędem byłoby podawanie w tej samej kafeterii takich członów, jak: „kilka klas szkoły podstawowej”, „niepełne wykształcenie podstawowe”);
- zawierać się jedna w drugiej (np. „odbiornik radiowy”, „sprzęt radiowo-telewizyjny”);
- krzyżować się ze sobą (np. „działalność produkcyjna”, „usługi dla ludności”) [6, s. 118].

W myśl kolejnej sugestii należy zadbać o to, aby jeden członek kafeterii dotyczył tylko jednej sprawy, cechy itp. w przeciwnym wypadku można popełnić wcześniej wspomniany błąd multiplikacji.

Kolejną, dość istotną kwestią przy tworzeniu dobrej ankiety jest zastanowienie się nad liczbą możliwych odpowiedzi w pytaniach zamkniętych. Ważne, aby nie było ich zbyt mało (dajemy małe pole do wypowiedzenia się badanemu) lub zbyt wiele (wówczas respondent może

mieć problem z zaznaczeniem odpowiedzi najbardziej zbliżonej do jego przekonań).

Jeśli liczba odpowiedzi jest długa, stosować należy rotowanie odpowiedzi, tak aby wyświetlały się one respondentom w kolejności losowej. Warto, bowiem pamiętać, że pozycja na liście w kafeterii wpływa na prawdopodobieństwo wskazania jej przez respondenta.

Lista odpowiedzi w kafeterii powinna wyczerpywać wszystkie możliwe sytuacje. Jeśli ankier nie ma pewności, że podane przez siebie odpowiedzi wyczerpują wszystkie możliwe sytuacje, należy dodać odpowiedź „Inne, jakie?” (tzw. kafeteria półotwarta).

Zawarte przez badacza w pytaniu tzw. żądanie wyboru wskazuje respondentowi, jakiego wyboru ma dokonać spośród wszystkich logicznie uzasadnionych na to pytanie odpowiedzi, inaczej – ile odpowiedzi i należy wymienić. Z tego punktu widzenia możemy wyróżnić takie pytania, które żądanie wyboru określają za pomocą umieszczonej w pytaniu liczby naturalnej, oraz takie, w których żądanie to wyraża się zwrotem „wszystkie” [7, s. 161-162]. Ze względu na ilość możliwych do wyboru przez respondenta odpowiedzi wyróżnia się kafeterię dysjunktywną i koniunktywną. Odpowiedzi w kafeterii dysjunktywnej [2, s. 47-62], w której możliwa jest tylko jedna odpowiedź, powinny być bezwzględnie rozłączne - odpowiedzi nie powinny nakładać się nawzajem. Przykładem nierozłącznej kafeterii w pytaniu o sposób spędzania urlopu są następujące odpowiedzi: „wczasy wędrownie”; „wczasy za granicą”, „wczasy u krewnych”. Można sobie wyobrazić wczasy wędrownie spędzone u krewnych za granicą. Nakładanie się odpowiedzi w kafeterii koniunktywnej (możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi) pozwala respondentowi dać logicznie spójną odpowiedź jednak należy pamiętać, że może nastąpić wiele problemów na etapie analizy danych.

I tu może pojawić się kolejny błąd wynikający z nieodpowiedniego doboru formatu odpowiedzi dla dalszych analiz statystycznych. L. Gruszczyński zwraca uwagę na zasady i błędy wynikające z ich niezaastosowania dotyczące skalowania odpowiedzi. Złe skalowanie jest dosyć często spotykanym błędem wyrażającym się w przemieszczeniu pozycji skali, nierównomiernie rozłożonych stronach skali (np. więcej ocen pozytywnych niż negatywnych) lub braku układu odniesienia, według którego należy oceniać.

## 6. Podsumowanie

Wymienione zasady i rodzaje błędów w formułowaniu pytań kwestionariuszowych nie wyczerpują oczywiście całej ich listy. Podano tylko te najczęściej występujące, a większy ich zestaw można znaleźć w literaturze przedmiotu.

W celu sprawdzenia i weryfikacji narzędzi badawczych można poddać przygotowane przez siebie kwestionariusze pod osąd osób postronnych (ale mających pewne doświadczenie badawcze), zanim kwestionariusze te zo-

staną skierowane do druku. Osoba bezpośrednio niezwiązana z przygotowywanym kwestionariuszem może oddać nieocenione usługi dzięki temu, że wyraża wątpliwości, co do celowości takich czy innych rozwiązań zastosowanych przez autora w narzędziu badawczym.

Drugi sposób oceny stopnia trudności całego kwestionariusza i zawartych w nim pytań to próbne, pilotażowe badania terenowe [2, s. 121-126], w trakcie których weryfikuje się przygotowane narzędzie. Przyjmuje się, że o zbyt dużej trudności pytania świadczy odsetek odpowiedzi typu „nie rozumiem”, „nie wiem” oraz braku odpowiedzi. Z reguły rezultaty badań pilotażowych sugerują badaczowi konieczność poczynienia większych bądź mniejszych zmian.

J. Apanowicz podkreśla konieczność racjonalnego podejścia, weryfikacji i oceny uzyskanych odpowiedzi. Niemal zawsze można mieć wątpliwości, co do szczerości i obiektywności uzyskanych odpowiedzi. Dlatego też z ostrożnością i krytycyzmem należy interpretować uzyskane odpowiedzi i na ich podstawie stawiać wyważone wnioski [6, s. 87].

Ponieważ wyniki badań sondażowych często wpływają na decyzje polityczne, tym samym mają wpływ na życie ludzi i czasami mogą być jedynym źródłem informacji na tematy interesujące opinię publiczną, pytania wykorzystywane w badaniach sondażowych muszą być starannie konstruowane i ustawiane w takim porządku, aby otrzymać rzetelne dane.

## Literatura

1. Maszke A. W., *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2008.
2. Gruszczyński L. A., *Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych.*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2003.
3. Sołoma L., *Metody i techniki badań socjologicznych*, UWM Olsztyn, 2005.
4. Lutyńska K., *Wywiad kwestionariuszowy. Przygotowanie i sprawdzanie narzędzia badawczego*, Ossolineum, Wrocław, 1984.
5. Wejland A. P., *Czy rozumiemy się z respondentami? Elementarne zastosowania psycholingwistyki w badaniach socjologicznych*. W: *Szkice metodologiczne*, pod red. K. Lutyńskiej. Warszawa — Łódź 1981.
6. Apanowicz J., *Metodologia ogólna*, Gdynia 2002.
7. Koniarek J., *Reguły poprawnego formułowania pytań kwestionariuszowych*, Wrocław 1983.
8. Lutyńska K., Wejland A. P. (red.), *Wywiad kwestionariuszowy. Analizy teoretyczne i badania empiryczne*, Wrocław 1983.

**mgr Aneta Zagańczyk** ukończyła stacjonarne jednolite studia magisterskie na kierunku zarządzanie i dowodzenie w specjalności kierowanie organizacją, w Akademii Obrony Narodowej, aktualnie jest tam doktorantką, w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki o obronności. Jej zainteresowania naukowe skupiają się wokół zagadnień związanych z metodologią, prakseologią, jakością usług.