

Listy zapowiednie

Dodatkowe elementy badania, które są pomocne w walce ze zjawiskiem niedostępności, to listy zapowiednie oraz zachęty materialne dla respondentów. Ich skuteczność zależy jednak od wielu czynników, a ponieważ istnieją sugestie, iż elementy te mogą mieć negatywne konsekwencje dla jakości danych, należy dobrze rozważyć ich zastosowanie.

Wysłanie listu zapowiedniego do respondenta powinno mieć pozytywne efekty dla realizacji badania. Po pierwsze, wcześniejsze powiadomienie o badaniu wraz z informacją o jego organizatorze i celu prowadzi do legitymizacji w oczach respondenta samego badania o późniejszej wizyty ankietera (Dillman i in. 2002). List stanowi komunikat niezależny od informacji dostarczonej przez ankietera, dzięki czemu argumentacja namawiająca do udziału w badaniu wydaje się mocniejsza. Dodatkowo powiadomienie o badaniu zwiększa zaufanie do samego ankietera – ponieważ jego wizyta została zapowiedziana i respondenci się jej spodziewają, powinni mniej obawiać się wpuszczenia ankietera do mieszkania. Po drugie, wysłanie listu sprawia, iż moment podejmowania decyzji o udziale w badaniu ulega wydłużeniu – decyzja ta nie jest podejmowana „w progę” (Stoop 2005). Po trzecie, otrzymanie imiennego listu często ma charakter nobilitujący, sprawia, iż respondent czuje się dowartościowany.

Istnieją przykłady na to, iż wysłanie listu zapowiedniego sprzyja uzyskiwaniu wyższych odsetków realizowalności próby. Takim przykładem jest analiza danych z badania CBOS „Aktualne problemy i wydarzenia” z 1992 roku, dokonana przez Gostkowskiego (1996). W 1992 roku CBOS rozesłał listy zapowiednie tylko w trzech sondażach, uzyskując wyższą efektywność realizacji w tych właśnie miesiącach.

Jednak list zapowiedni wcale nie stanowi panaceum na problemy badaczy. Po pierwsze, ta forma wspomagania ankieterów niestety

szybko powszednieje. O ile w 1992 roku pozytywny efekt zastosowania listów dało się wyraźnie zaobserwować, o tyle już od połowy lat dziewięćdziesiątych listy przestały być tak skuteczne. Zaczęto je traktować podobnie do ulotek lub korespondencji masowej rozsyłanej przez rozmaite firmy marketingu bezpośredniego. Po drugie zapowiedź wizyty ankietera, zamiast uspokoić respondentów, może przynieść wręcz odwrotny efekt. Badani wiedząc o tym, iż ma pojawić się ankieter, mogą celowo go unikać. Ponadto niezwykle istotna jest zawartość listu. Wprawdzie pozwala on przygotować się do badania, ale może też nastawiać respondentów do wyrażania specyficznych opinii, może ogniskować ich poglądy i w ten sposób zaburzać wyniki. Należy jednak podkreślić, iż szczególnie w przypadku badań z respondentami instytucjonalnymi (np. firmami, organizacjami, jednostkami samorządu terytorialnego) pozytywny efekt listów zapowiednich nadal jest widoczny.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.