
O ANALIZĂ A RATEI DE RĂSPUNS ÎN ANCHETELE DE OPINIE NAȚIONALE

Mircea Comșa - Catedra de Sociologie, Universitatea "Babeș-Bolyai"

Analiza de față se înscrie în contextul mai larg al reprezentativității eșantioanelor și al factorilor care modifică eșantioanele practice față de cele proiectate. În acest articol am explorat starea actuală a ratei de răspuns la nivelul unor anchete de opinie din România și factorii care o determină. Au fost identificate patru categorii de factori și anume caracteristicile subiecților, ale operatorilor de interviu, ale cercetării și contextul / mediul. Pentru analizele noastre am folosit date culese în cadrul mai multor anchete de opinie realizate în perioada 2000-2002 de institutul Metro Media Transilvania.

Principalele concluzii ale analizelor realizate vizează mărimea ratei de răspuns, factorii care influențează rata de răspuns, evoluția acesteia în ultimii 3 ani, motivația și efectul înlocuirilor asupra datelor de anchetă. Rata de răspuns în cadrul anchetelor de opinie din România este destul de scăzută (60%), datorită în principal calității cadrului de eșantionare (listele electorale) și nu a refuzurilor subiecților (rata refuzurilor este mică - 8%). Chiar dacă selecția operatorilor de interviu este intențională, aceștia exercită o anumită influență asupra ratei de răspuns (obțin rate de răspuns mai mari operatorii cu experiență medie, care nu au domiciliul în localitatea în care aplică chestionare, interesați de tema cercetării, fără multe accesorii, cu rezultate școlare sub medie). Rata de răspuns depinde și de anumite caracteristici ale cercetării (mai mare în cazul unor anchete care solicită mai puțin subiecții: chestionare mai mici, interviuarea într-un singur val) sau ale subiecților (mai mare pentru subiecții de sex feminin, din localități rurale, mai educați, interesați de tema cercetării).

Problema de cercetare

În acest articol propunem un cadru de analiză a răspunsurilor / non-răspunsurilor subiecților în anchetele de opinie. Problema discutată se înscrie într-o temă mai largă, cea a erorilor de anchetă, mai concret a mecanismelor de influență a răspunsurilor (într-un sens larg) subiecților în anchetele de opinie. Analiza teoretică realizată este dublată de analize empirice bazate pe date provenind din diferite anchete realizate de institutul Metro Media Transilvania precum și pe date culese printr-o metodologie specială dezvoltată de autor. Definiția pe care o dăm pentru sintagma "răspunsurile subiecților" este una mai largă deoarece includem aici acordul subiecților pentru interviu, refuzul de a răspunde la anumiți

itemi, tipul non-răspunsurilor (ponderea non-răspunsurilor la itemi centrați pe anumite teme), uniformitatea răspunsurilor (tendința de a da același răspuns la itemi diferiți) și răspunsul pe teme specifice (de exemplu, în ce măsură este influențată declararea intenției de vot). Având în vedere complexitatea problemei, ceea ce ne propunem pentru acest studiu constă în realizarea unui cadru teoretic de analiză a răspunsurilor subiecților și analiza empirică a unui aspect doar, rata de răspuns¹ (mărimea

¹ Conceptul de non-răspuns poate avea sensuri relativ diferite. O definiție mai largă a non-răspunsului are în vedere "lipsa răspunsurilor la anumite întrebări ale unui chestionar și lipsa răspunsului la întregul chestionar" (Rotariu și Iluț, 1997: 103). În cazul cercetării noastre am preferat să distingem între aceste două dimensiuni iar în acest studiu ne vom referi doar la lipsa totală a răspunsului (rata de răspuns).

ratei și factorii care o determină), urmând ca celelalte aspecte menționate să fie abordate în alte studii.

De ce este importantă analiza ratei de răspuns? Răspunsul la această întrebare poate fi dat dacă avem în vedere contextul mai larg al cercetării selective. Principiul cercetării selective constă în intervievarea unei părți dintr-o populație și extinderea rezultatelor astfel obținute la întreaga populație. Generalizarea datelor obținute este posibilă doar în măsura în care eșantionul ales reflectă populația în ansamblul ei sau altfel spus dacă eșantionul constituie o *copie la scară mică* a populației. Dacă se întâmplă acest lucru (și eșantionul este ales aleator) vorbim de reprezentativitatea eșantionului. Chiar dacă eșantionul proiectat este unul reprezentativ aceasta nu înseamnă neapărat că și eșantionul real / practic este la fel. Datorită anumitor factori, eșantionul real poate să aibă o structură diferită de eșantionul proiectat. Concret aceasta se întâmplă prin înlocuirea unor persoane din eșantionul proiectat cu alte persoane. Prin aceste înlocuiri este posibilă introducerea unor distorsiuni² la nivelul eșantionului și prin aceasta, la nivelul rezultatelor obținute. Această posibilitate devine reală atunci când subiecții înlocuiți au alte caracteristici / comportament decât cei care îi înlocuiesc. Cu cât această diferență este mai mare și cu cât ponderea non-răspunsurilor este mai mare, cu atât eșantionul final va fi mai diferit de populație și implicit distorsiunea va fi mai mare, sau mai simplu spus "... non-răspunsurile (*totale*) (*s.n*) semnifică faptul că eșantionul nu este aleator" (Brehm, 1987). Prin afectarea caracterului aleator al eșantionului teoretic, rezultatele obținute nu mai sunt apropiate de cele

care s-ar fi obținut dacă ar fi fost investigată toată populația.

Designul cercetării

Situația de interviu constituie o situație socială care, ca orice altă formă de interacțiune socială, prezintă anumite caracteristici de a căror conștientizare depinde corectitudinea interpretării datelor obținute. Izolarea răspunsurilor obținute de la subiecții unei anchete de opinie de condițiile în care acestea au fost produse are consecințe importante asupra percepției acestora drept valide, motiv pentru care unii autori îndeamnă la realizarea unor "cercetări psihosociologice empirice asupra situației de anchetă, considerată ca o situație socială, care nu este un dat, ci care se construiește, se definește, <se negociază>, pe parcursul derulării sale." (Ghiglione și Matalon, 1985: 145-146) După aceeași autori, o posibilă reprezentare a situației de interviu este următoarea:

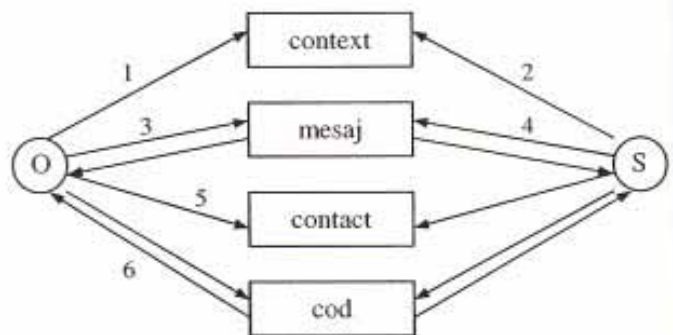


Figura 1: Reprezentarea situației de interviu (adaptare după Ghiglione și Matalon, 1985: 62)

² Distincția dintre eroare și distorsiune este importantă deoarece efectele totale ale primei se pot anula reciproc în timp ce a doua acționează într-un singur sens.

În această figură persoanele care interacționează în cadrul situației de interviu sunt marcate cu „O” operatorul de interviu, respectiv cu „S” subiectul interviuat. Relațiile dintre care se stabilesc între aceștia pe parcursul situației de interviu apar cu cifre și au legătură cu *contextul* (1 și 2), *caracteristicile subiectului și operatorului de interviu* (3 și 4), *limbajul* (5 și 6). Mai exact, factorii care influențează răspunsurile subiecților pot fi grupați în (Ghiglione și Matalon, 1985: 63):

- *factori care țin de situație*: recompensă, locul în care se derulează interviul, timpul disponibil, institutul de cercetare, tipul de anchetă, etc.

- *factori care țin de caracteristicile persoanei interviuate*: cogniție, afectivitate, memorie, motivație (menținerea stimei de sine), cultură, conjuncturali (importanța / relevanța temei pentru subiect, perceperea rolului jucat, cel de interviuat), etc.

- *factori care țin de caracteristicile subiecților*: grup etnic, aspect fizic, etc.

- *factori care țin de operator*: vocabularul utilizat, claritatea mesajului, socio-demografici, competența, cadrul de referință (educație, convingeri morale, religioase, politice), etc.

- *factori legați de mesaj*: gradul în care este înțeles, evocă ceva, adecvarea reformulărilor, accesibilitatea, motivarea răspunsului, etc.

Calitatea operatorilor de interviu constituie unul din principalii factori care influențează culegerea efectivă a datelor și calitatea lor. Alegerea operatorilor (Ghiglione și Matalon, 1985: 89-90) se realizează în funcție de două seturi de factori și anume competența tehnică, respectiv situația constituită de specificul populației studiate. Competența tehnică se referă la capacitatea de a conduce non-directiv (non-obstructiv) un interviu iar situația specifică are în vedere adecvarea dintre rolul de operator și ansamblul

comportamentelor verbale și non-verbale ale individului (capacitatea de a se identifica cu rolul de operator și a dispărea ca individ, în ultimă instanță de a respecta un tipar de reguli impuse în cadrul instructajului).

Motivul pentru care se acordă o atenție atât de mare selecției și instruirii operatorilor este legat de faptul că aceștia constituie o sursă majoră de erori în anchetă. Influența operatorilor de interviu apare cel puțin la două nivele, unul care se referă la acceptarea interviului de către subiect iar celălalt la răspunsurile date de subiect la întrebările chestionarului.

“Modul de prezentare al operatorului de interviu și afirmațiile pe care le face în introducere (conversația introductivă) sunt parțial responsabile de obținerea acceptului pentru interviu și calitatea datelor obținute. Cei care refuză au cel mai adesea caracteristici diferite decât cei care acceptă (mai puține cunoștințe politice, interes sau participare politică) fapt care determină o distorsionare a eșantionului datorită non-răspunsurilor.” (Couper și Groves, 1995)

Erorile datorate operatorilor sunt puse cel mai adesea pe seama trăsăturilor de personalitate, opiniilor, atitudinilor și anticipațiilor acestora. Principalii factori care țin de operator și determină erorile sunt (Rotariu și Iluț, 1997: 112-114):

- trăsăturile de personalitate: aspect fizic, caracteristicile vocii (ton, ritm), temperament, nivel de cunoștințe, trăsături morale

- interferența dintre tema cercetării și atitudinea / opiniile operatorului

- anticipațiile operatorilor: structură-atitudine, rol, probabilitate

Analizele metodologice efectuate de diferiți autori sugerează același lucru: operatorii de interviu influențează culegerea și calitatea datelor. Această influență are loc la nivelul preferințelor subiecților pentru anumite variante de

răspuns și la obținerea unui răspuns efectiv (fie la tot chestionarul fie la anumiți itemi).

Răspunsurile subiecților sunt influențate de patru categorii de factori și anume: factori ce țin de operatorul de interviu (date socio-demografice, experiență, personalitate, aspect, relația cu localitate), de caracteristicile subiectului (date socio-demografice, personalitate, experiență), de caracteristicile cercetării (caracteristicile chestionarului, tema cercetării, tipul anchetei, organizarea cercetării) și de mediul / contextul în care are loc interviul. Cu privire la caracteristicile operatorului de interviu analizele altor autori sugerează o rată de răspuns mai mare în cazul operatorilor de sex feminin, cu experiență medie, educație medie. O pondere mai ridicată au studiile cu privire la relația dintre caracteristicile cercetării și rata de răspuns. Chiar dacă uneori rezultatele sunt contradictorii se remarcă anumite constante. Se constată frecvent că rata de răspuns este mai mare în cazul unor chestionare mai scurte³, pe teme de interes pentru subiecți⁴, anunțarea prealabilă a interviului, număr mai mare de reveniri, recompense financiare sau de altă natură (comunicarea rezultatelor)⁵.

³ După Kolovski (Kolovski et al, 2001). Deși în alte studii (Torhild și Lund, 1998) influența lungimii chestionarului apare, în acest studiu influența nu este semnificativă statistic.

⁴ Se poate considera că titlul unui chestionar sintetizează tema cercetării. În cazul unui experiment (Torhild și Lund, 1998), în situațiile în care titlul conținea cuvinte care se adresau unui segment mai larg de populație, rata de răspuns era mai mare („Femeile și cancerul” versus „Contraceptivele orale și cancerul”).

⁵ În același studiu (Kolovski et al, 2001), se constată de asemenea că influența nu este semnificativă statistic, deși aceasta era în sensul așteptat. Într-un alt studiu (Singer et al, 2000) rata de răspuns cea mai mare a fost obținută în situația caracterizată prin „scrisoare prealabilă și recompensă financiară de 5 \$ (rata de răspuns a crescut cu 10 puncte procentuale). Este important totuși de notat faptul că sumele oferite în avans pot avea efecte diferite, nu întotdeauna pozitive (mobilizarea subiecților versus influențarea răspunsurilor date). S-a constatat că folosirea

asigurarea anonimității.⁶ Apar diferențe și după tipul beneficiarului, instituțiile academice obținând constant rate de răspuns mai mari decât cele comerciale,⁷ chiar dacă nu întotdeauna diferențele sunt semnificative statistic (Bachmann, 1987; Faria și Dickinson, 1996). În ceea ce privește influența tipului de apel⁸ (egoist, altruist, utilitatea socială) se constată de asemenea o influență parțială (Bachmann, 1987).

Relațiile dintre seturile de variabile considerate sunt prezentate sintetic în Figura 2.. Datorită faptului că anumite date nu sunt disponibile iar interesul nostru se concentrează în acest articol pe rata de răspuns, designul real de cercetare este mai simplu (variabila dependentă este rata răspunsului iar anumiți predictorii care apar în modelul teoretic vor lipsi din analizele empirice).

Modelul de analiză propus sugerează faptul că răspunsurile subiecților, într-un sens larg, sunt influențate direct de cele patru categorii de factori menționate. Pentru a testa acest model trebuie să realizăm măsuri pentru cele cinci categorii de variabile implicate. Măsurarea ratei de răspuns se poate face foarte simplu prin raportarea numărului de subiecți investigați la numărul de persoane care au fost necesare pentru a *strânge* acești subiecți. Pentru măsurarea caracteristicilor operatorilor de interviu am folosit un chestionar (vezi anexa) în cadrul căruia am investigat aspecte legate

recompenselor financiare în avans determină o rată de răspuns mai mare din partea unor populații marginale (mai puțin educați, venituri mai mici) pentru care ratele de răspuns sunt de obicei mai mici decât media, ceea ce duce în final la apropierea structurii eșantionului de structura populației.

⁶ În cazul unei cercetări pe dealeri, asigurarea anonimității a crescut rata de răspuns cu aproximativ 5 puncte procentuale (Faria și Dickinson, 1996).

⁷ Diferențele ajung uneori la 10 (Peterson, 1975; Hawkins, 1979, apud Bachmann, 1987) sau chiar 17 puncte procentuale (Faria și Dickinson, 1996), deși în general sunt în jur de 4-5 puncte (Bachmann, 1987).

⁸ Este vorba despre motivația oferită subiectului pentru a-l convinge să participe la cercetare.

de caracteristicile socio-demografice, experiența de operator, trăsături de personalitate, aspect fizic și relația cu localitatea în care a efectuat interviuri. Datele despre subiecții investigați au fost extrase din chestionarele aplicate acestora în cadrul cercetărilor considerate și se referă în principal la caracteristicile socio-demografice (pentru persoanele pentru care nu s-a reușit realizarea interviului au fost culese cu ajutorul fișei operatorului anumite date socio-demografice și de mediu). Caracterizarea mediului s-a realizat pe dimensiunile rezidență, provincie, cadrul de eșantionare utilizat și calitatea lui, datele fiind culese de asemenea printr-un chestionar. Pentru caracteristicile cercetării am realizat o analiză pe dimensiunile chestionar, temă și organizare (analiză de documente).

Selecția subiecților în cadrul anchetelor de opinie din România

O parte a datelor folosite în cadrul analizelor prezentate provin din diferite anchete realizate pe eșantioane reprezentative pentru populația adultă neinstituționalizată a României. Toate eșantioanele folosite au fost realizate după aceeași metodologie⁹ iar datele au fost culese de către același institut¹⁰ (Metro Media Transilvania) fapte care permit compararea datelor și implicit a ratelor de răspuns. În cadrul acestei metodologii de eșantionare, cadrul de eșantionare îl constituie listele electorale. De gradul de actualizare și implicit de corectitudine al acestor liste depinde

calitatea eșantioanelor realizate, motiv pentru care am încercat să aflăm cât mai multe informații despre starea acestor liste. Datele prezentate în continuare sunt rezultate în urma analizei rapoartelor metodologice¹¹ realizate de operatorii de interviu în cadrul cercetărilor Barometrul de Opinie Publică din mai 2000 și 2001.

Majoritatea persoanelor intervievate au fost selectate pe baza listelor electorale (Tabelul 1), doar aproximativ o zecime fiind alese prin alte metode (drum aleator, registrul agricol) fapt care justifică folosirea listelor drept cadru de eșantionare pentru realizarea unor eșantioane reprezentative la nivel național pentru populația adultă, neinstituționalizată a României. Selecția pe liste electorale s-a realizat într-o proporție mai mică înainte de alegeri decât după (accesul la liste a fost mai dificil înainte de alegeri). Se constată faptul că nu există diferențe mari (nici semnificative statistic) după tipul localității.

⁹ A fost folosită schema de eșantionare propusă de Dumitru Sandu (1996, 1999).

¹⁰ Se elimină astfel „efectul de institut” (ne referim la particularitățile fiecărui institut cu privire la aspecte precum selecția operatorilor, instruirea lor, recompensele și pedepsele date, interacțiunea pe parcursul cercetării). Acesta apare chiar și în condițiile în care restul variabilelor (chestionar, eșantionare, instrucțiuni) sunt similare. Pentru o estimare a acestui efect am avea nevoie de date comparabile de la principalele institute de cercetare socială din România.

¹¹ Forma raportului metodologic este prezentată în anexa 2.

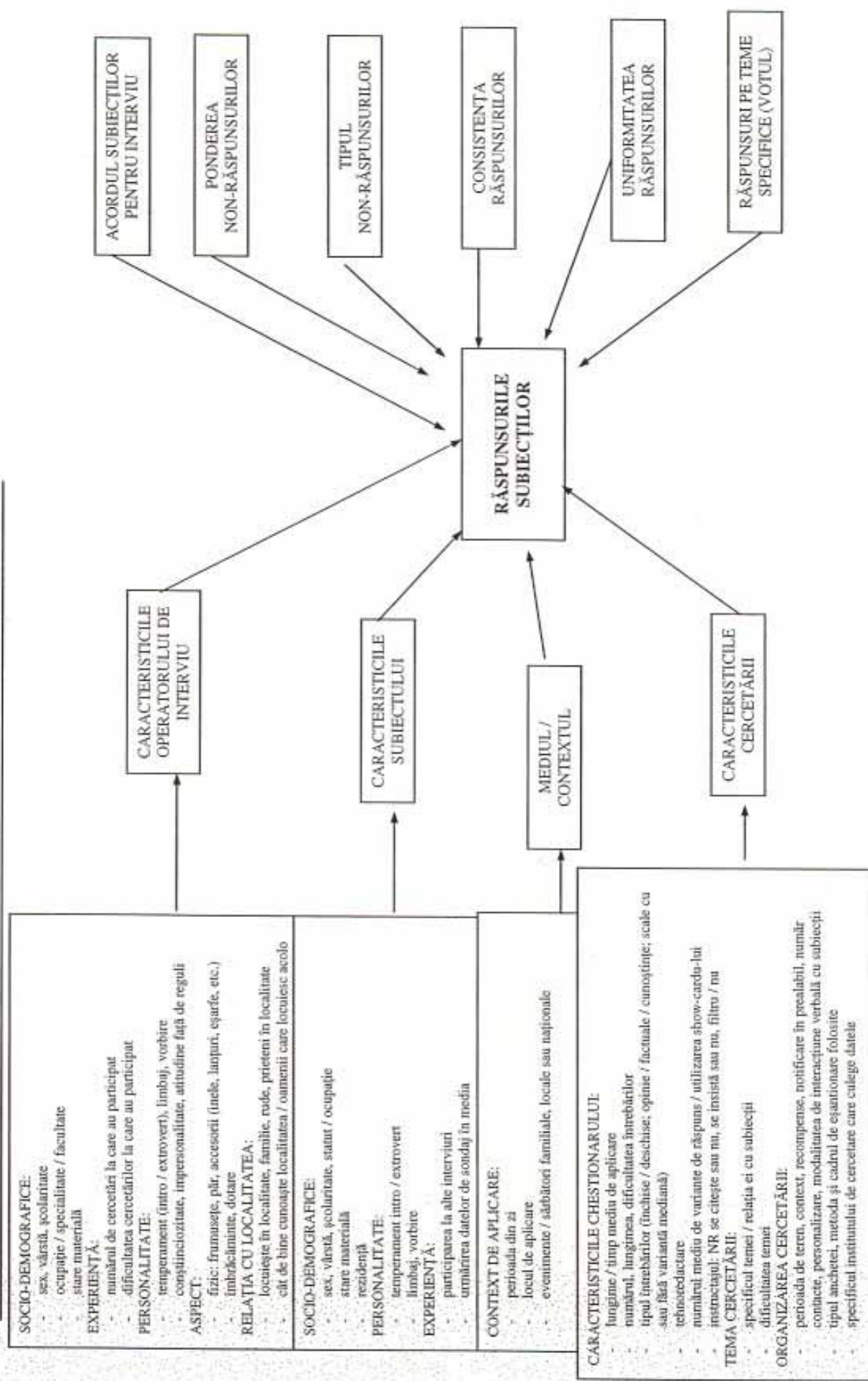


Figura 2: Mecanisme posibile de influență a răspunsurilor subiecților în anchetele de opinie

Tabelul 1: Ponderea secțiilor de votare în care selecția persoanelor intervievate s-a făcut pe liste electorale (%)

Anul	Total	Urban mare	Urban mic	Rural
Mai 2000	87	89	93	84
Mai 2001	96	100	91	96

În ceea ce privește localizarea listelor electorale avem de a face cu o situație relativ unitară, cea mai mare parte din liste aflându-se la primărie (Tabelul 2), fapt care constituie de asemenea un atu pentru folosirea lor drept cadru de

eșantionare. Se observă faptul că îndepărtarea de perioada alegerilor aduce cu sine și scăderea ponderii situațiilor în care listele se găsesc la primărie (în localitățile urbane mari ponderea este chiar mai scăzută).

Tabelul 2: Locul unde au fost găsite listele electorale: % - la Primărie

Anul	Total	Urban mare	Urban mic	Rural
Mai 2000	96	97	95	97
Mai 2001	88	80	86	94

Actualizarea listelor electorale, și aceasta la o lună¹² înainte de alegerile locale din iunie, este însă deficitară (Tabelul 3). Doar aproximativ o cincime din liste sunt actualizate fapt care determină o scădere importantă a ratei de eligibilitate a persoanelor (principalele motive sunt legate de mutare, emigrare, deces, etc.), motiv pentru care acest cadru de eșantionare trebuie privit ceva mai critic (suntem înclinați totuși să credem

că această etichetă acoperă situații destul de diferite, grade de actualizare diferite). În funcție de tipul localității se remarcă anumite diferențe, gradul de actualizare fiind foarte scăzut în localitățile urbane mari. După alegeri (locale și generale) situația listelor electorale este mult mai bună (aproximativ jumătate sunt actualizate), diferențele după tipul localității fiind aproape inexistente

Tabelul 3: Actualizarea listelor electorale (la nivel declarativ) (% liste actualizate)

Anul	Total	Urban mare	Urban mic	Rural
Mai 2000	21	6	29	27
Mai 2001	57	61	50	57

În ceea ce privește obținerea accesului la listele electorale, acesta se realizează în majoritatea situațiilor destul de ușor, menținându-se totuși un număr destul de mare de cazuri în care accesul este dificil (Tabelul 4), chiar în condițiile

în care aceste liste sunt publice conform legii. Accesibilitatea ridicată a listelor electorale constituie de asemenea un punct în favoarea utilizării lor drept cadru de eșantionare. Nivelul de accesibilitate scade însă pe măsură ce crește mărimea

¹² Este vorba de cercetarea Barometrul de Opinie Publică realizat de Metro Media Transilvania la cererea Fundației pentru o Societate Deschisă în mai 2000, cu o lună înainte de alegerile locale.

localității. După alegeri obținerea listelor electorale devine și mai ușoară, distanța dintre tipurile de localități după gradul de accesibilitate scăzând (accesibilitatea în

urban crește mai mult comparativ cu cea din rural, deși aceasta din urmă rămâne cea mai mare în continuare).

Tabelul 4: Dificultatea obținerii listelor electorale (%)

Obținerea listelor electorale a fost ...?	Total		Urban mare		Urban mic		Rural	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Dificilă	11	6	19	2	19	11	3	6
Relativ dificilă	9	14	19	26	14	11	2	8
Relativ ușoară	26	18	38	26	24	22	20	11
Ușoară	55	63	25	44	43	57	75	75

În baza datelor prezentate considerăm că listele electorale constituie un cadru de eșantionare adecvat. Probabil că în viitor, calitatea listelor electorale (actualizarea, corespondența dintre persoane, adresele lor și starea de fapt) va crește și va fi

menținută la cote ridicate și între alegeri, fapt care va contribui la creșterea ratei de răspuns. În acest sens, înființarea unui „Birou Electoral Permanent”, constituie cu siguranță o măsură utilă și necesară.

Rata de răspuns în anchetele naționale

Rata de înlocuire sau rata de răspuns?

În literatura de specialitate eticheta de non-răspuns se referă adesea la conținuturi dintre cele mai diferite. Uneori se are în vedere distincția dintre refuz total și parțial (persoana refuză să răspundă la chestionar în întregime sau doar la anumiți itemi), non-răspuns la un anumit item, non-răspuns la un număr de itemi, refuzuri (persoana nu acceptă să fie interviuată) și non-contacte (din diferite motive persoana nu este găsită), rată de eligibilitate (ponderea persoanelor din eșantionul proiectat care pot fi atinse în mod real) și rată de răspuns (ponderea persoanelor care acceptă să fie interviuate). În cadrul acestui articol prin rată de răspuns înțelegem raportul dintre numărul de persoane interviuate și numărul de persoane în cazul cărora s-a încercat interviuarea. Chiar și cu privire la această definiție clară există situații practice diferite care pot duce la interpretări relativ diferite și implicit la modalități de calcul parțial diferite.

În rapoartele realizate în cadrul cercetărilor efectuate în SUA se folosește frecvent termenul de *rată de răspuns*. Având în vedere situația de eșantionare specifică acestor cercetări (se selectează aleator stratificat un eșantion de persoane și se încearcă investigarea lor în întregime iar rata de răspuns se referă la ponderea persoanelor investigate din total persoane selectate în eșantionul inițial) termenul de rată de răspuns este mai conform cu realitatea. În cazul cercetărilor realizate în România, procedura de selecție a persoanelor din eșantion este parțial diferită (numărul de persoane care trebuie investigate este fix iar dacă din eșantionul inițial nu pot fi investigate anumite persoane acestea vor sunt înlocuite pe baza aceluiași proceduri aleatoare) fapt pentru care termenul de *rată de înlocuire* este mai adecvat.

În concluzie definim *rata de înlocuire* ca raportul dintre numărul total de interviuri efectuate unor persoane din eșantionul de rezervă și numărul final de subiecți în eșantion. *Rata de răspuns* este definită ca raportul dintre numărul de

interviuri efectuate și numărul de persoane în cazul cărora s-a încercat contactarea și aplicarea interviului.

Să presupunem că avem de interviuat un număr de 1000 (volumul proiectat al eșantionului). Pentru a realiza aceste interviuri avem nevoie de un eșantion de 1000 de persoane. Datorită unor factori diverși (refuzuri, migrație, deces, etc.) din aceste 1000 de persoane inițiale nu putem intervieva decât 800. Rata de răspuns va fi egală cu $800/1000 \times 100$ adică 80%. Dacă dorim să menținem volumul inițial al eșantionului vom fi nevoiți să interviuăm încă 200 de persoane (eșantion suplimentar; în acest exemplu presupunem că am reușit interviuarea tuturor celor 200 de subiecți din eșantionul suplimentar dar în realitate nu se întâmplă așa, deci calculele se complică puțin). Acest lucru este echivalent cu a spune că rata de înlocuire este de 20% ($200/1000 \times 100$) sau că rata de răspuns este de 83% ($1000/1200 \times 100$).

Deși conceptul de rată de înlocuire reflectă mai corect situația din România am preferat utilizarea termenului de rată de răspuns pentru a nu produce confuzii terminologice sau de altă natură. Modalitatea de calcul folosită pentru rata de răspuns a fost cea consacrată în literatura de specialitate (ponderea subiecților investigați în total subiecți contactați). O parte a analizelor empirice au fost realizate folosind ambele măsuri (rata de răspuns și rata de înlocuire).

Sursa datelor

Datele folosite în cadrul acestui articol provin din 7 cercetări realizate de Metro Media Transilvania în perioada 2000-2002. Mai exact este vorba despre 3 cercetări realizate în toamna anului 2000 cu ocazia alegerilor electorale generale (POL1, POL2, POL3), Barometrele de opinie publică din mai 2000 (BOP 2000), mai 2001 (BOP 2001) și octombrie 2002

(BOP 2002), Barometrul relațiilor etnice din octombrie 2002 (BARE 2002). Datorită faptului că nu în fiecare cercetare au fost culese toate tipurile de date care apar în modelul teoretic al influențării răspunsurilor subiecților, în funcție de tipul de relație investigat am folosit date provenind din anumite cercetări doar. Datele despre subiecți au fost preluate din modulele socio-demografice (dar nu numai) ale fiecărei cercetări, datele despre operatori au fost culese printr-un chestionar separat aplicat acestora, datele despre starea listelor electorale provin din raportul metodologic realizat de operatorii de interviu pentru fiecare din secțiile de votare din eșantion pe baza unui chestionar, calcularea ratei de răspuns și a motivelor neintervievării s-a realizat pe baza datelor culese de aceeași operatori prin intermediul fișelor de operator iar diferențele dintre tipurile de subiecți (intervievați / non-intervievați, intervievați inițiali / intervievați prin înlocuire) au fost analizate folosind date culese în fișa de operator (sexul, vârsta și educația au fost culese și pentru non-intervievați folosind diferite metode de aproximare) sau în chestionar (dacă subiectul face sau nu parte din eșantionul de bază). Pentru realizarea analizelor multivariate am unit atât baze de date din diferite cercetări cât și tipuri de date diferite (despre subiect, operator, context, cercetare).¹³

Rata de răspuns - starea actuală

În cadrul programului NES (National Election Studies; cuprinde cercetări pe teme politice) din SUA, rata de răspuns este în general mai mare de 70%. În cazul acestor cercetări convingerea subiecților selectați inițial în eșantion de a lua parte la cercetare are loc

¹³ În contextul analizelor cu date situate la nivele diferite (Multi-Level Analysis) ar fi fost necesară utilizarea unui program (HLM de exemplu) care să țină cont de acest fapt în calcularea coeficienților de regresie și a semnificației lor.

în două sau trei valuri (se revine la subiecții care la început refuză sau din anumite motive nu pot fi intervievați și se reîncearcă realizarea interviului). Care este nivelul ratei de răspuns în cadrul anchetelor de opinie din România? Din datele disponibile o putem aproxima la 60% (Tabelul 5). De exemplu, pentru anul 2000 (înainte de alegerile generale), în cadrul a trei cercetări pe teme politice (POL1-3), au fost aplicate 4414 chestionare fiind necesară contactarea / încercarea de contactare a 6887 persoane, deci rata de răspuns a fost de 64% ($4414 / 6887 \times 100$). Se observă că ratele de răspuns pentru anii următori deși scad, se mențin în jurul valorii de 60%.¹⁴

Tabelul 5: Rata de răspuns în cadrul anchetelor de opinie din România

Anul	Septembrie 2000 ¹⁵	Mai 2001 ¹⁶	Octombrie 2002 ¹⁷
Rata de răspuns (%)	64	61	56

În analizele care urmează vom încerca să identificăm principalii factori care determină rata de răspuns, atenția noastră îndreptându-se atât înspre compararea influenței factorilor intra-categorii (de exemplu cum influențează sexul operatorului și relația lui cu localitatea rata de răspuns) cât și inter-categorii (de exemplu cum sexul operatorului și mediul de rezidență al subiecților influențează rata de răspuns).

Factorii care influențează rata de răspuns

Examinarea literaturii de specialitate pe această temă relevă existența unei

multitudini de variabile care influențează rata de răspuns. După Sugiyama (1992), principalele variabile care influențează rata de răspuns sunt: tema(ele) cercetării, vârsta respondentului, durata interviului și rezidența. Acesta constată că rata de răspuns este mai mare în cazul persoanelor de sex feminin și din orașe mari sau dacă durata interviului este mai scăzută. Pe lângă aceste tipuri de efecte a fost remarcată și influența operatorilor. Analizele relative la caracteristicile operatorilor de interviu au arătat că cei cu experiență mică și cei cu experiență mare obțin rate de răspuns mai mici decât operatorii cu experiență medie.¹⁸ Analizele care au testat influența gradului de urbanizare au remarcat relația pozitivă dintre nivelul de urbanizare și rata non-răspunsurilor (Brehm, 1987, Morchio, 1987, Steeh, 1981) sau altfel spus, creșterea mărimii localității duce la o creștere a ponderii celor care nu pot fi intervievați.

Conform modelului nostru, factorii care influențează rata de răspuns țin de caracteristicile operatorilor, de cele ale subiecților, de context și specificul cercetării (vezi designul cercetării). Datorită faptului că operatorii sunt selectați în baza anumitor criterii și că se are totodată în vedere o anumită corespondență între caracteristicile localității în care aplică chestionare și caracteristicile lor personale ne așteptăm ca influența operatorilor să fie scăzută fără a fi nulă însă. În acest stadiu apreciem doar că efectul caracteristicilor operatorilor asupra ratei de răspuns va fi mai scăzut decât efectele determinate de caracteristicile subiecților, context sau specificul cercetării.

¹⁴ Evoluția ratei de răspuns și cauza acesteia este analizată spre sfârșitul articolului.

¹⁵ Medie pentru 2 cercetări pe teme politice realizate de Metro Media Transilvania în toamna anului 2000 (metodologia de eșantionare folosită a fost similară cu cea folosită în cazul BOP).

¹⁶ Barometrul de opinie publică, mai 2001.

¹⁷ Medie pentru 2 cercetări (BOP, BARE) realizate de Metro Media Transilvania în toamna anului 2002.

¹⁸ În analizele noastre vom ține cont de faptul că relația dintre experiență și rata de răspuns poate să nu fie liniară (similar și pentru cantitatea de accesorii).

Caracteristicile operatorilor

Caracteristicile operatorilor cum ar fi cele socio-demografice (sex, vârstă, educație, etc.), aspect (fizic, îmbrăcăminte), interes (pentru tema cercetării), competență (studii, limbă), experiență, seriozitate, personalitate, etc. influențează rata de răspuns prin faptul că afectează situația de interviu (atât producerea cât și desfășurarea afectivă a acestuia). Faptul că operatori de interviu diferiți au efecte diferite este un fapt extrem de bine cunoscut. Chiar în condițiile în care se realizează o selecție a

operatorilor pe baza unor criterii bine stabilite (încredere, relația dintre caracteristicile lor și localitatea în care trebuie să realizeze interviurile), unul dintre scopuri fiind obținerea unei rate de răspuns cât mai mare, se constată că în condiții relativ similare, unii operatori obțin totuși rate de răspuns sensibil diferite. Ipoteza care derivă din această constatare este aceea că anumite caracteristici ale operatorilor de interviu duc la diferențe în rata de răspuns.

Tabelul 6: Coeficienții de corelație dintre caracteristicile operatorilor și rata de răspuns (înlocuire) și semnificația lor

Caracteristicile operatorului	rata de răspuns		rata înlocuirilor	
	r	p	r	p
Coeficientul de corelația și pragul de semnificație				
bărbat	0,01	0,94	0,01	0,88
vârsta	0,04	0,61	-0,06	0,44
științe sociale	-0,12	0,09	0,07	0,34
reușita școlară	-0,10	0,20	0,07	0,35
anul de studiu	-0,09	0,24	0,07	0,36
suma de bani de care dispune / lună	0,05	0,46	-0,05	0,54
român	0,04	0,61	-0,03	0,70
experiență	-0,12	0,10	0,10	0,19
experiență mică	0,05	0,47	-0,02	0,83
experiență medie	-0,02	0,77	-0,03	0,65
experiență mare	-0,17	0,02	0,18	0,01
interes politică	0,15	0,03	-0,11	0,12
extrovertit	0,11	0,14	-0,06	0,41
fizic plăcut	-0,05	0,51	0,03	0,69
probleme cu înțelegerea limbajului	-0,02	0,76	0,01	0,93
se stresează ușor	-0,03	0,64	0,03	0,64
nu respectă regulile	-0,03	0,64	0,00	0,98
apropierea de localitate	-0,22	0,00	0,13	0,08
prieteni diferiți	0,11	0,14	-0,14	0,05
accesorii	0,10	0,17	-0,08	0,28

Prezentăm în continuare coeficienții de corelație dintre caracteristicile operatorilor¹⁹ și rata de răspuns²⁰ (datele provin din analiza fișelor de operator²¹)

¹⁹ Datele cu privire la caracteristicile operatorilor au fost culese prin chestionar aplicat fiecărui operator de interviu.

²⁰ Rata de răspuns pentru fiecare operator a fost calculată cu formula: număr de interviuri efectuate de operator / număr de persoane pentru care operatorul a încercat contactarea și interviuarea x 100

²¹ În cadrul instrucțiilor efectuate, operatorii de interviu au fost instruiți să completeze în fișa de operator toate persoanele contactate în vederea efectuării interviurilor. Pe aceleași fișe apar și informații cu privire la aplicarea interviului (da / nu) și la motivele pentru care nu a fost aplicat interviul.

Datorită faptului că numărul de cazuri este relativ mic (191²²) iar operatorii au fost în prealabil selectați conform anumitor criterii, se constată că valorile coeficienților de corelație sunt mici în general și doar foarte puține sunt semnificative statistic ($p = 0,05$). De exemplu, deși anticipam o rată de refuz mai mare în cazul operatorilor de sex masculin datele arată că nu există diferență semnificativă după această caracteristică. Numai că, lipsa diferenței este o concluzie greșită dacă luăm în considerare faptul că operatorii de sex feminin au aplicat chestionare într-o măsură mai mare în urban și că rata de răspuns în urban este mai mică decât în rural (sau altfel spus, deși au aplicat chestionare în condiții de mediu mai dificile fetele au reușit o rată de răspuns la același nivel cu băieții). Interesul pentru politică (tema principală a cercetărilor analizate) al operatorului corelează pozitiv cu rata de răspuns în timp ce apropierea de localitate în care realizează interviurile corelează negativ. Altfel spus, rata de răspuns este cu atât mai mare cu cât operatorul este mai interesat de tema cercetării (se implică mai mult) și nu este foarte apropiat²³ de localitate. Era de așteptat ca această din urmă corelație să fie pozitivă (cunosc mai bine zona, oamenii, sunt cunoscuți de aceștia) dar se pare că operatorii care realizează chestionare în localitatea lor de domiciliu, o fac cel mai adesea pe perioada week-end-ului și prin urmare, datorită timpului scurt în care pot aplica chestionarele, renunță mai ușor la subiecți. Pentru un prag de semnificație ceva mai scăzut, constatăm că rata de răspuns este influențată pozitiv și de orientarea spre ceilalți a operatorului (temperamentul extrovert, prieteni

diferiți, accesorii) respectiv negativ de apropierea de domeniul științelor sociale (experiență practică și cunoștințe teoretice de specialitate).

Pentru a testa comparativ influența caracteristicilor operatorilor am realizat un model de regresie multiplă folosind drept predictorii aceleași variabile menționate anterior. Având în vedere specificul de selecție al operatorilor și numărul mic de cazuri, modelul explicativ nu poate avea parametri buni (varianța explicată va fi mică, adică R^2 va fi mic). În cazul în care am fi avut un număr mai mare de cazuri, mai multe dintre variabilele considerate care ar fi avut o influență semnificativă asupra ratei de răspuns. Datele pentru cele două modele de regresie sunt prezentate în tabelul următor:

²² Am avut date doar despre operatorii din 2000 (cercetările POL 1-3).

²³ Pentru operaționalizarea gradului de apropiere de localitate vezi anexa cu variabilele folosite în analiză.

Tabelul 7: Model de regresie multiplă (backward elimination) – explicarea variației ratei de răspuns prin caracteristicile operatorilor

Variabilă dependentă: RATA DE RĂSPUNS	$R^2_{\text{adjustat}} = 0,11^{24}$		$R^2_{\text{adjustat}} = 0,16^{25}$	
	Beta	Sig. 1	Beta	Sig. 2
<i>Date despre operatorii de interviu</i>				
apropierea de localitate	-0,21	0,01	-0,21	0,00
experiență mare	-0,19	0,01	-0,19	0,00
interes politică	0,17	0,02	0,15	0,00
reușita școlară	-0,17	0,03	-0,16	0,00
accesorii multe	-0,14	0,06	-0,18	0,00
prieteni diferiți	-	-	0,09	0,01
fără / puține accesorii	-	-	-	-
experiență mică	-	-	-	-
student la științe sociale	-	-	-0,09	0,01
român	-	-	0,09	0,01
suma de bani de care dispune / lună	-	-	0,07	0,03
extrovertit	-	-	-	-
nu respectă regulile	-	-	-0,07	0,05
vârsta	-	-	0,08	0,02
fizic plăcut	-	-	-	-
anul de studiu	-	-	-	-
bărbat ²⁶	-	-	-	-
se stresează ușor	-	-	-	-
probleme cu înțelegerea limbajului	-	-	-	-

După cum se observă și era de altfel de așteptat, variația explicată este relativ mică în cazul ambelor modele. Datorită numărului mai mare de cazuri considerate, modelul doi are mai multe variabile care au o influență semnificativă statistic ($p = 0,05$). În condițiile în care

influența celorlalte variabile considerate este menținută constantă se observă faptul că rata de răspuns este influențată pozitiv de interesul operatorului pentru tema cercetării și negativ de prezența într-o măsură mare a *accesoriilor* (dacă sunt prea multe; numărul accesoriilor

²⁴ Model calculat pentru numărul real de cazuri (191).

²⁵ Model calculat pentru numărul de cazuri multiplicat cu 5.

²⁶ În cazul unor cercetări privind efectul genului operatorului asupra ratei de răspuns se constată că operatorii de sex feminin obțin rate de răspuns ușor mai mari. În cadrul unor anchete telefonice pe parcursul mai multor ani Groves (Groves et al., 1985) constată că rata de refuz în cazul operatorilor de sex masculin este mai mare decât în cazul operatorilor de sex feminin, în medie cu 5 procente (22% versus 17%). Implicit, rata de răspuns este mai mică pentru operatorii de sex masculin. Se constată însă că variația în rata de răspuns este mai mare însă în funcție de experiența operatorului, diferența de gen fiind datorată în cea mai mare parte diferenței de experiență între cele două categorii de operatori.

corelează cu sexul operatorului dar măsoară și atenția acordată modului în care arată o persoană; desigur, prea multe accesorii sau în prezența lor în locuri neobișnuite ar fi influențat și mai mult în sens negativ rata de răspuns dar această situație a fost eliminată prin selecția operatorilor), *relație apropiată cu localitatea în care realizează interviuri* (este din localitate, are rude, prieteni sau nu știe pe nimeni în acea localitate), *reușita școlară și experiență mare de teren*. Prin creșterea artificială a numărului de cazuri devine semnificativă statistic și influența variabilelor diversitatea prietenilor (facilitează interacțiunea umană), român (stăpânire mai bună a limbajului), vârstă (operatorii mai în vârstă dar din ani mai mici sunt mai conștiincioși), respectarea regulilor (influență pozitivă asupra ratei de răspuns) respectiv student la științe sociale (influență negativă, probabil datorită fie unei poziționări mai etice față

de subiect, refuzul acestuia de a răspunde, fie considerării acestui gen de muncă ca fiind mai puțin calificată, demnă de statutul lor de viitori specialiști în domeniu).

Caracteristicile cercetării

Cercetările considerate au rate de răspuns diferite (Tabelul 8). În condițiile în care o serie de trăsături ale cercetărilor au fost apropiate (tema, caracteristicile operatorilor de interviu, metodologia de eșantionare, populația investigată, etc.) considerăm că nivelul ratelor de răspuns este determinat în principal de caracteristicile cercetării și de cadrul de eșantionare (evoluția lui în timp raportat la perioadele de actualizare a listelor). Caracteristicile cercetării care credem că pot influența rata de răspuns și valorile lor pentru 6 cercetări sunt prezentate în tabelul următor:

Tabelul 8: Ratele de răspuns și câteva caracteristici ale cercetărilor analizate

Cercetarea	POL1 2000	POL2 2000	POL3 2000	BOP 2001	BOP 2002	BARE 2002
Rata de răspuns (%)	70	67	58	61	56	55
Anul	2000	2000	2000	2001	2002	2002
Volumul eșantionului	1228	2004	1746	1816	2128	1200
Durata medie de aplicare a chestionarului (minute)	25	35	45	55	56	36
Numărul mediu de chestionare pe operator	18	16	15	10	13	11
Încărcătura medie pe operator (ore muncă necesare)	17	17	19	14	18	12
Numărul de operatori folosiți	68	126	120	189	168	108
Număr de zile alocate pentru culegerea datelor	6	7	7	10	13	10
Numărul de zile ne-lucrătoare din perioada de culegere a datelor	2	2	2	4	4	2
Durata de la / până la alegeri electorale (ca o măsură pentru gradul de actualizare a listelor electorale)	Mică	Mică	Mică	Mică	Mare	Mare
Cercetare panel (primul val)	Nu	Nu	Da	Nu	Nu	Nu

Desigur, numărul de cercetări considerate este mult prea mic pentru a fundamenta niște concluzii valide.²⁷ Cu toate acestea, se observă faptul că în cazul în care se cere persoanelor intervievate un efort mai mare (participarea la o cercetare panel²⁸ - adică dacă acceptă să participe la valul 1 va mai trebui să participe și la valurile 2 și 3 - și durată mai mare a chestionarului) rata de răspuns este substanțial mai mică decât în cazul celorlalte cercetări (scăderea ratei de răspuns este asociată în acest caz într-o măsură mai mare cu refuzul subiecților). De asemenea, rata de răspuns scade pe măsură ce perioada de desfășurare a cercetării este mai îndepărtată de perioada alegerilor (în acest caz rata de răspuns scade datorită neactualizării listelor electorale). În ceea ce privește influența celorlalți factori, rata de răspuns pare a fi mai mică în situațiile în care numărul mediu de chestionare pe operator este mai mare, numărul de zile alocate pentru teren este mai mic și numărul de zile nelucrătoare în cadrul perioadei de teren este mai mic. Există desigur și alți factori care țin de organizarea cercetării și care influențează rata de răspuns.²⁹ Unii dintre aceștia sunt specifici doar anchetelor prin poștă (revenirea cu o scrisoare de exemplu) dar alții sunt comuni tuturor tipurilor de anchetă (plata subiecților, personalizarea interacțiunii, anunțarea în

prealabil, revenirea, asigurarea anonimului). Dat fiind faptul că anchetele realizate în România se realizează cel mai adesea cu operatori de interviu iar subiecții nu sunt plătiți, nu am inclus în analiză acești factori. În cazul anchetelor din România cerința de revenire ia forma condiției de 3 vizite, personalizarea este realizată oarecum prin adresarea directă persoanei selectate de pe listele electorale; anunțarea în prealabil a subiectului apare uneori dar nu ca o strategie constantă, generalizată iar respectarea anonimului este menționată explicit cel mai adesea.³⁰

Mediul și caracteristicile respondenților

Rata de răspuns în cadrul diferitelor categorii de subiecți nu este aceeași. Anumite variabile precum cele socio-demografice, de personalitate sau experiență de interviu pot fi responsabile de aceste variații. De exemplu, genul respondentului poate fi asociat cu o rată de răspuns diferită. Se constată adesea faptul că proporția persoanelor de sex feminin în cadrul eșantioanelor finale este mai mare decât proporția lor în populație. Aceasta înseamnă că rata de răspuns în cazul femeilor a fost mai mare decât cea înregistrată pentru bărbați. Motivele / cauzele care se ascund în spatele etichetei de gen pot fi destul de diferite (statutul ocupațional și tipul de ocupație, poziția și rolul femeii în societatea noastră și în familie, etc.). Diferențe de structură de acest tip apar și în cazul educației sau vârstei, variabile care au un impact mult mai mare decât genul asupra răspunsurilor subiecților și implicit a rezultatelor anchetei (în general,

²⁷ Numărul de variabile dependente este mai mare decât numărul de cazuri (cercetări) fapt care duce la un design de cercetare nedeterminat (vezi și King et al., 2000: 113-115). Având în vedere faptul că unele variabile dependente sunt constante iar inferențele posibile au mai degrabă statut de ipoteze, considerăm că datele prezentate sunt totuși utile.

²⁸ Se constată că în timp rata de răspuns în cadrul cercetărilor panel scade, nu numai din cauza unor condiții obiective ci și din cauza refuzurilor. Principalul motiv invocat de subiecții care refuză să mai participe este cel mai adesea lipsa timpului (Vogt și Stewart, 2001).

²⁹ O meta-analiză a factorilor care influențează rata de răspuns este realizată de Roth (Roth et al., 1998). Conform acestei meta-analize, plata subiecților duce la cea mai mare creștere a ratei de răspuns.

³⁰ La polul opus (foarte rar menționată în anchetele de opinie pe populație sub forma „o să vedeți datele la televizor” dar mai des în anchetele pe instituții, organizații sau firme) se află promisiunea accesului la rezultatele cercetării.

diferențele după vârstă și educație sunt mai mari decât cele după gen).

Analiza diferențelor în rata de răspuns în funcție de caracteristicile subiecților este dificil de realizat datorită lipsei informațiilor despre cei care ar fi trebuit să fie intervievați dar din anumite motive nu au fost. Pentru a face posibilă această comparație am folosit trei metode. Pentru subiecții care din diferite motive nu au fost intervievați am cules principalele date socio-demografice și de mediu.³¹ Prin compararea caracteristicilor structurilor socio-demografice ale celor două eșantioane inferențele cu privire la influența caracteristicilor subiecților asupra ratei de răspuns devin posibile. O altă posibilitate constă în compararea structurii socio-demografice a eșantionului cu cea a populației, folosind date de recensământ. O a treia posibilitate constă în compararea structurilor socio-demografice ale celor două eșantioane de intervievați, din primul val (eșantionul de bază) respectiv din valul 2 (eșantionul de rezervă; subiecții care i-au înlocuit pe cei

care din anumite motive nu au putut fi intervievați). Distribuția după variabila sex indiferent de tipul de comparație realizat este apropiată, de cu un ușor plus (1-2 puncte procentuale) în favoarea persoanelor de sex feminin. Sau altfel spus, rata de răspuns în cazul bărbaților este mai mică. În ceea ce privește vârsta medie a subiecților din eșantion comparativ cu cea din populație, cel mai adesea eșantionul obținut este mai „bătrân” (1-2 ani în medie). Diferențele după variabila vârstă se pot observa și prin compararea ponderii subiecților pe anumite intervale de vârstă (Tabelul 9). Tendința generală este ca populațiile mai tinere să fie sub-reprezentate iar cele mai vârstnice supra-reprezentate. Aceasta este echivalent cu a spune că rata de răspuns crește în medie cu vârsta. Nu doar subiecții din eșantionul final sunt mai în vârstă comparativ cu populația ci și cei din valul 2 sunt mai vârstnici decât cei din valul 1 (diferența este de 2 ani și este semnificativă statistic $p = 0.00$).

Tabelul 9: Diferența dintre structura eșantionului și structura populației după variabila vârstă

Vârsta	18-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65+
Diferența 1 (%) ³²	0	-2	-2	-1	0	-1	1	2	0	1	3
Diferența 2 (%) ³³	-2	-2	-2	-2	-1	-1	1	1	1	0	5
Diferența 3 (%) ³⁴	-4	1	1	-1	-2	-1	0	0	2	-1	4

³¹ Acest lucru a fost posibil prin intermediul fișelor de operator care conțin date despre mediul de rezidență pentru ambele tipuri de persoane. Am încercat de asemenea să culegem și date despre sex, vârstă și educație pentru persoanele în cazul cărora nu s-a reușit realizarea interviului. Aceste date au fost culese direct de la persoană sau din alte surse (rude, vecini, liste electorale). Am reușit în acest fel să culegem date despre aproximativ 30% dintre care ar fi trebuit să fie interviuate dar nu s-a reușit acest lucru (non-intervievați). Metoda are două limite: ponderea scăzută a subiecților non-intervievați pentru care s-a reușit culegerea datelor și caracterul nealeator al eșantionului rezultat (datorită operatorilor și mediului în principal).

Există diferențe și după nivelul de școlaritate. În general eșantioanele obținute sunt „puțin mai educate”, în medie cu 0,5 ani de școală. Diferențele de structură nu sunt liniare însă, persoanele cu studii medii fiind sub-reprezentate. Diferențele sunt de asemenea mai mari în cazul eșantionului de respondenți din valul 2 (Tabelul 10).

³² Diferența dintre eșantionul final și populație.

³³ Diferența dintre eșantionul de respondenți din valul 2 și populație.

³⁴ Diferența dintre eșantionul de respondenți din valul 2 și valul 1.

Tabelul 10: Diferența dintre structura eșantionului cu subiecți din valul 1 și 2 după educație³⁵

Numărul de ani de școală	0	4	8	10	12	14	15	16	20
Diferența (%)	0	1	1	-2	-1	0	1	0	0

Ne interesează în continuare să vedem dacă există diferențe în rata de răspuns după mediu (tipul localității și provincie). În acest caz structura finală a eșantionului este controlată astfel încât să corespundă cu structura din populație, fapt pentru care putem evidenția efectul mediului doar prin compararea structurii intervievaților cu cea a neintervievaților. Am calculat în Tabelul 11. ratele de

răspuns (și înlocuire) pentru trei tipuri de localități. Se observă faptul că diferențele sunt mari iar rata de răspuns tinde să scadă pe măsură ce crește mărimea localității. În schimb, diferențele după provincie sunt destul de mici dar ne semnificative statistic (cel mai probabil că diferențele înregistrate între provincii sunt determinate de diferențele în structura populației pe tipuri de localități).

Tabelul 11: Indicatori de răspuns în anchetele de opinie naționale – comparație după rezidență

Indicator / Operator în ...	Total	Urban mare	Urban mic	Rural
Rata de înlocuire (%)	56	86	51	43
Rata de răspuns (%)	64	54	66	70

Tabelul 12: Indicatori de răspuns în anchetele de opinie naționale – comparație după provincie

Indicator / Operator în ...	Total	Transilvania	Muntenia	Moldova
Rata de înlocuire (%)	56	61	57	47
Rata de răspuns (%)	64	62	64	68

*** eticheta „Muntenia” include Muntenia, Dobrogea și Oltenia*

Pentru a vedea efectul de interacțiune dintre genul operatorului și tipul localității am construit ratele de răspuns pentru patru dintre combinațiile posibile (Tabelul 13). După cum ne așteptam, variația ratei de răspuns este mult mai

mare decât în cazul în care am considera cele două variabile separat. Cea mai mică rată de răspuns se înregistrează în cazul operatorilor de sex masculin din localități urbane mari iar cea mai mare pentru operatorii fete din rural și aceasta în

³⁵ Comparația cu date statistice la nivel național nu a fost posibilă datorită inexistenței datelor. Doar pentru 30% dintre subiecții care trebuiau intervievați am reușit să obținem nivelul de școlaritate, fapt pentru care nu am realizat această comparație.

condițiile în care selecția operatorilor pe localități a fost orientată (pentru urban au fost favorizate fetele).³⁶ Diferențele după ambele variabile se mențin în continuare, cele mai mari fiind cele după rezidență.

Se observă de asemenea că selecția orientată a operatorilor (preferate fetele pentru localitățile urban mare) este justificată, diferența dintre ratele de răspuns după gen din urban mare fiind mai mare decât aceeași diferență dar în rural.

Tabelul 13: Ratele de răspuns și de înlocuire în anchetele de opinie naționale – comparație după două variabile legate (sexul operatorului și rezidența subiectului)

Sub-populație Indicator	Feminin + Urban mare	Masculin + Urban mare	Feminin + Rural	Masculin + Rural
Rata de înlocuire (%)	82	110	39	47
Rata de răspuns (%)	55	48	72	68

* diferențele sunt semnificative pentru $p = 0,05$ (excepție diferențele după sex în cadrul urbanului și a ruralului)

** datorită faptului că prin selecție nu se aleg operatori de sex masculin în urban mare, numărul de cazuri pentru această categorie este foarte mic (13) fapt care explică de ce diferențele nu sunt semnificative pentru $p < 0,05$, deși au o mărime absolută mare în general

Influența tipurilor de factori asupra ratei de răspuns

Pentru a testa simultan influența factorilor asupra ratei de răspuns am construit un model de regresie multiplă în care am introdus inițial toți predictorii construiți. În urma procedurii de eliminare a variabilelor fără influență semnificativă statistic a rezultat modelul următor: Caracteristicile operatorului de interviu continuă să influențeze rata de răspuns. Obțin rate de răspuns semnificativ mai mari operatorii care sunt de sex feminin, mai în vârstă, studenți la discipline altele decât cele sociale, în ani mai mici de studiu, cu o experiență medie de teren, cu o reușită școlară sub medie, interesați de politică (tema principală a cercetărilor). Reamintim faptul că aceste variabile au o influență semnificativă statistic în condițiile în care a fost operată

în prealabil o dublă selecție (caracteristicile operatorului și relația cu localitatea). Dintre factorii de mediu testați, o influență pozitivă asupra ratei de răspuns o au localizarea în rural (creșterea mărimii localității atrage după sine scăderea ratei de răspuns). Creșterea încărcăturii pe operator duce de asemenea la rate de răspuns mai mici. Îndepărtarea de perioadele de actualizare a listelor electorale cuplată cu erodarea în timp acestora duc de asemenea la rate de răspuns mai mici. O solicitare mai mare a subiectului (participarea la o cercetare panel; saturația la nivelul subiecților pe o anumită temă are același efect³⁷) atrage după sine și o scădere a ratei de răspuns (prin creșterea ratei de refuz). Cea mai mare influență asupra ratei de răspuns o au însă variabilele legate de cadrul de eșantionare și de circumstanțele subiectului. Liste de eșantionare

³⁶ Selecția orientată se referă la faptul că persoanele au un interes diferit pentru acest gen de muncă iar pe de altă parte institutul de cercetare selectează doar anumite persoane, fiecare dintre acestea pentru o anumită localitate, în funcție de anumite caracteristici.

³⁷ Vezi evoluția ratei de răspuns și a ratei refuzului la anchetele politice pe parcursul campaniei electorale din 2000.

neactualizate și mobilitatea (atât plecări acasă) ridicată a subiecților duc cu din localitate cât și timp puțin petrecut siguranță la rate de răspuns scăzute.

Tabelul 14: Analiza comparată a factorilor care influențează rata de răspuns (regresie multiplă – backward elimination; $R^2_{\text{adjustat}} = 0,26$)³⁸

Variabilă dependentă: RATA DE RĂSPUNS	Beta
<i>Date despre operatorul de interviu</i>	
Masculin (0, 1)	-0,07
Vârsta	0,07
Student la științe sociale (0, 1)	-0,06
Anul de studiu	-0,11
Experiență de teren mare	-0,11
Reușita școlară	-0,08
Interes pentru politică	0,11
<i>Date despre context / mediu</i>	
Selecția subiecților s-a realizat pe liste electorale	-0,08
Perioada de teren a fost după alegeri (0, 1)	-0,17
Urban mare	-0,12
Rural	0,21
Numărul de ore de muncă necesare pentru aplicarea chestionarelor	-0,09
<i>Date despre cercetare</i>	
Cercetare panel	-0,13
Rata refuzului	-0,16
Rata de non-contact datorat subiectului	-0,31
Rata de non-contact datorat cadrului de esantionare	-0,29

* coeficienți semnificativi statistic $p < 0,05$; masculin și vârstă pentru $p < 0,08$

Motivele nerealizării interviurilor

Motivele pentru care operatorii nu realizează interviuri cu anumiți subiecți sunt dintre cele mai diverse. O posibilă clasificare este următoarea: absența subiectului după 3 vizite, refuzul subiectului, plecat din localitate, decedat, mutat, o instituție la adresa respectivă, adresă neidentificată / necunoscută. Unii autori grupează aceste motive în clase mai mari, câteva clasificări fiind prezentate în continuare. O primă

clasificare distinge între motive datorate subiecților respectiv cadrului de eșantionare (neactualizare în urma deceselor, mutării unor persoane, schimbării destinației unor imobile sau a numelor unor străzi). Motivele datorate subiecților pot fi de asemenea de două tipuri: directe (refuz) și indirecte (mobilitate: plecat din localitate, absent după trei vizite în zile și ore diferite). Desigur, unele dintre motivele menționate se situează la intersecția dintre subiect, cadru și operator („adresă neidentificată /

³⁸ Pentru fiecare dintre categoriile de factori în modelul inițial au fost incluse mai multe variabile dar doar acestea au o influență semnificativă statistic $p < 0,1$. Datorită faptului că rata de răspuns a fost calculată la nivel de secție de votare datele despre subiecți nu pot fi introduse în model direct. Într-o anumită măsură, influența subiecților este dată de rata de refuz (chiar dacă aceasta este influențată parțial și de caracteristicile operatorului) și rata de non-contact datorat subiectului (mobilitate ridicată).

necunoscută”, absența subiectului după trei vizite). O altă clasificare a motivelor diferențiază între non-contacte (nu se ajunge la subiect) și refuz (se ajunge la subiect dar acesta refuză interviul). O clasificare a înlocuirilor după sursa care

le-a cauzat are în vedere cadrul de eșantionare, efortul depus de operatorii de interviu și circumstanțele respondenților (Sugiyama, 1992: 236). În cadrul anchetelor de opinie realizate în România, ponderea motivelor este următoarea:

Tabelul 15: Motivația înlocuirilor în anchetele de opinie naționale (pondere medie pe 6 cercetări din perioada 2000-2002)

Motivul	%
absența subiectului după 3 vizite	11
refuzul subiectului	21
plecat din localitate	21
decedat	5
mutat	23
o instituție la adresa respectivă	1
adresă neidentificată / necunoscută	9
altul	10

După cum se observă, situațiile de refuz efectiv au o pondere în total motive non-interviuri de doar 21%³⁹, restul (fără situația “alt motiv”) de 69% fiind non-contacte.⁴⁰ Dintre acestea, non-contactele datorate subiectului însumează 32% iar cele datorate cadrului de eșantionare 38%. Faptul că o mare parte a înlocuirilor este cauzată de neactualizarea cadrului de eșantionare ne arată că avem la dispoziție o modalitate eficientă (în sensul că nu depinde de subiecții cercetării, rata refuzului în special⁴¹) pentru creșterea ratei de răspuns cu condiția ca eșantionarea să se realizeze pe baza unor cadre mai corecte, actualizate. Creșterea

numărului de vizite obligatorii concomitent cu respectarea condiției de “zile și ore diferite” constituie o altă modalitate de creștere a ratei de răspuns (prin eliminarea parțială a situațiilor de non-interviu datorită mobilității subiecților).

Ponderea motivelor se schimbă foarte mult în funcție de rezidența subiecților (Tabelul 16).⁴² Rata refuzurilor și rata absenței de la domiciliu după 3 vizite sunt mai mari în urbanul mare. Rata de plecare din localitate scade cu mărimea localității iar rata de mobilitate rezidențială este mai ridicată în localitățile urbane. Desigur, problemele cu privire la identificarea adreselor se regăsesc într-o măsură mai ridicată în urban.

³⁹ Spre comparație, în cazul unei cercetări NES din 1992 rata de refuz este 20,8% (din eșantionul selectat inițial 20,8% au refuzat să răspundă) dar recalculată prin raportare doar la situațiile de non-interviu ajunge la 80%. Rata de refuz în cazul nostru, recalculată după metoda număr refuzuri / total înlocuiri este de 21% sau de 8% dacă ne raportăm la totalul subiecților pentru care s-a încercat realizarea interviului.

⁴⁰ Comparativ cu cercetări similare din SUA, situația la noi se prezintă exact invers. Astfel, în SUA, în cazul programului NES, pentru intervalul 1978-1986, ponderea medie pentru refuzuri din total non-interviuri a fost de 75% iar pentru non-contacte de 25% (Morchio, 1987).

⁴¹ De altfel, ne așteptăm ca rata de refuz să crească destul de mult în viitor.

⁴² În acest caz, analizele pe sub-populații au fost realizate considerând doar 3 eșantioane cumulate.

Tabelul 16: Motive ale neaplicării interviurilor în anchetele de opinie naționale - comparație după mediul de rezidență

Motivul / Populație	Total	Urban mare	Urban mic	Rural
absența subiectului după 3 vizite	11	15	7	7
refuzul subiectului	23	28	20	20
plecat din localitate	23	15	24	31
decedat	4	2	5	7
mutat	20	22	25	16
o instituție la adresa respectivă	2	3	1	0
adresă neidentificată / necunoscută	6	7	8	3
altul	11	9	10	15

Diferențele de motivație după provincie sunt în majoritatea situațiilor mici. Diferențe mai mari se înregistrează în cazul motivului "mutat" care are o pondere mai ridicată în cazul Munteniei decât în celelalte provincii.

Evoluția ratei de răspuns

Evoluția în timp a ratei de răspuns constituie unul din aspectele importante în contextul cercetării selective. Numeroase cercetări (NES, GSS, etc.) realizate pe baza unor metodologii comparabile pe parcursul mai multor ani au ilustrat o tendință crescătoare a ratei de non-răspuns datorată în principal creșterii numărului de persoane care refuză să participe la interviu.

]"Ratele de răspuns pentru toate anchetele – academice, guvernamentale, de afaceri, media – au scăzut continuu începând cu anul 1950." (Brehm, 1994)

"... creșterea ratelor de refuz constituie principala cauză a scăderii ratelor de răspuns și doar datorită faptului că au scăzut ratele non-contactelor și a celorlalte tipuri de non-răspunsuri a făcut ca să nu se ajungă la un mai mare declin a ratelor de răspuns." (Smith, 1994)

"Creșterea refuzului pune în discuție viitorul interviului față în față și impune găsirea unor metode alternative de interviu simultan cu educarea populației cu privire la utilitatea cercetărilor." (Sugiyama, 1992)

Faptul că tot mai mulți subiecți refuză să răspundă la interviu (Steeh, 1981, Morchio, 1987, Smith, 1994, Brehm, 1994) pune sub semnul întrebării viitorul anchetei pe bază de chestionar, precum și calitatea rezultatelor produse. Pe viitor, majoritatea instituțiilor, specialiștilor se așteaptă ca ratele de răspuns să scadă în continuare, puțini fiind aceia care cred că vor rămâne stabile. Chiar dacă tendința generală remarcată este aceea a creșterii ratelor de non-răspuns (NES, CAS), există și anchete în cadrul cărora aceasta este constantă (CPS, NCS, Misc.) sau oscilează (HIS, CED, CEIS). Studiile realizate în alte țări constată aceeași tendință descrescătoare a ratei de răspuns datorat refuzului în special. Factorii determinanți ai evoluției ascendente a ratei non-răspunsului menționați frecvent în studii sunt (Smith, 1994):

- modificarea procedurilor de interviu (de la interviu face-to-face la interviu prin telefon).
- creșterea numărului de itemi și dificultatea mai mare a acestora.
- creșterea competiției între institute (pe dimensiunea preț îndeosebi - afectează calitatea datelor, rata de răspuns).
- un mai mic interes pentru calitate din partea beneficiarilor anchetelor.
- creșterea ponderii femeilor care au slujbe full-time a determinat scăderea

bazei de selecție a unor operatori calificați, dotați.

- factorul menționat anterior combinat cu numărul de adulți pe gospodărie în scădere duc la micșorarea perioadei petrecute de un adult în gospodărie deci la reducerea șansei de a fi găsit acasă.

Datele prezentate anterior (Tabelul 5) arată o scădere a ratei de răspuns în perioada 2000-2002. Scăderea înregistrată pentru această perioadă poate avea însă cauze diferite. Având în vedere faptul că metodologia, caracteristicile cercetării și ale operatorilor în cazul cercetărilor considerate au fost similare, evoluția poate fi explicată în principal prin schimbări la nivelul populației sau a cadrului de eșantionare. Modificările de la nivelul populației pot fi legate de creșterea ratei de refuz și a mobilității indivizilor. Calitatea listelor electorale depinde de momentele în care sunt actualizate. Această situație poate induce un efect ciclic în rata de răspuns pe dimensiunea non-contacte. În ce măsură evoluția ratei de răspuns este una ciclică (datorată listelor electorale) și / sau reprezintă o tendință pe termen lung

(datorată circumstanțelor subiecților, refuz și mobilitate în special)? Pentru a răspunde la această întrebare vom analiza evoluția motivelor neintervievării pentru perioada respectivă. Faptul că datele nu acoperă decât 3 ani constituie o limită importantă, prin urmare concluziile obținute trebuie privite cu titlu de ipoteze (producerea unor date pentru o perioadă de timp mai mare, minimum două cicluri electorale, poate să confirme sau infirme concluziile prezentate).

Pe parcursul celor 3 ani se constată o modificare relativ ridicată a ponderilor diferitelor categorii de motive (Tabelul 17). Ponderea refuzurilor se menține la aproximativ aceleași cote sau scade, o situație similară înregistrându-se și în cazul non-contactele datorate mobilității subiecților. Ceea ce crește de fapt este ponderea motivelor datorate cadrului de eșantionare (mutare, deces, adrese greșite). În concluzie, scăderea ratei de răspuns pentru această perioadă este determinată în principal de degradarea cadrului de eșantionare.

Tabelul 17: Evoluția tipurilor de motive pentru înlocuiri (% din total înlocuiri)⁴³

Motive datorate ...	2000	2001	2002
subiectului - direct (refuz)	23	19	18
subiectului - indirect (mobilitate)	35	27	28
cadrului de eșantionare	32	42	47
altul	10	11	8

Situația prezentată arată faptul că rata de refuz a interviului se situează la o cotă relativ scăzută și constantă în timp ce rata non-contactelor datorate cadrului de eșantionare este ridicată și în creștere. Cel mai probabil însă, această creștere este una conjuncturală, ciclică, datorată

momentelor de actualizare a listelor electorale. Această situație sugerează totodată și mijloacele pe care le avem la dispoziție pentru a crește rata de răspuns în cadrul anchetelor de opinie și prin aceasta a calității eșantioanelor și implicit a datelor culese.

⁴³ Date din anchetele POL 1-3 (2000), BOP (2001), BOP și BARE (2002).

Influența înlocuirilor asupra datelor de anchetă

Mărirea ratei de răspuns în sine nu constituie o problemă. Ea devine o problemă cu adevărat atunci când există diferențe semnificative între subiecții care răspund și cei care nu răspund la chestionar. În general studiile nu raportează astfel de diferențe sau dacă da, cel mai adesea acestea nu sunt mari sau semnificative statistic. În cadrul unor analize realizate de Vogt și Stewart (2001) s-au găsit diferențe între cei care au participat și cei care au refuzat dar datorită numărului mic de cazuri acestea nu au fost semnificative statistic ($p = 0,05$). Singura diferență mare și semnificativă statistic înregistrată a fost cea cu privire la durata de auto-completare a chestionarului.

Posibilitățile de comparare a celor două populații sunt destul de limitate dar există câteva posibilități, fiecare cu avantajele și limitele ei. Una dintre posibilitățile pentru evaluarea efectului înlocuirilor constă în compararea răspunsurilor a două tipuri de subiecți intervievați: intervievat în primul val (intervievat din eșantionul inițial) respectiv intervievat în valul al doilea (intervievat care a înlocuit un subiect din valul I pentru care nu s-a reușit realizarea interviului). Dacă înlocuirile nu au influențat eșantionul atunci răspunsurile subiecților din cele două tipuri ar trebui să fie similare. Dacă înlocuirile au afectat caracterul aleator al eșantionului răspunsurile vor fi diferite. Am evaluat efectul înlocuirilor folosind 268 de variabile (socio-demografice, politice, nivel de trai, controversate, bunuri, etc.) din cadrul anchetei BOP nov. 2002, comparând răspunsurilor celor două tipuri de intervievați. Pentru evaluarea diferențelor dintre răspunsurile celor două tipuri de subiecți am calculat ponderea situațiilor în care există asocieri semnificative statistic între tipul de

subiect și celelalte variabilele din chestionar (pentru testarea asocierii am folosit testul χ^2 ; am considerat că o asociere este semnificativă dacă $p < 0,1$). Din totalul de 268 de relații de asociere testate, 50 au fost semnificative, adică 19%. Desigur, în general diferențele dintre cele două tipuri de intervievați nu sunt mari (cel mai adesea în jur de două, trei puncte procentuale). Existența diferențelor într-o proporție relativ ridicată arată faptul că înlocuirile afectează o parte a datelor de anchetă (pe total influența este în jur de un punct procentual dat fiind faptul că rezultatele finale sunt calculate pe total eșantion iar ponderea intervievaților în valul I este aproximativ aceeași cu a celor din valul 2).

Concluzii

Analiza de față se înscrie în contextul mai larg al reprezentativității eșantioanelor și al factorilor care modifică eșantioanele practice față de cele proiectate. În acest articol am explorat starea actuală a ratei de răspuns la nivelul unor anchete de opinie din România și factorii care o determină. Au fost identificate patru categorii de factori și anume caracteristicile subiecților, ale operatorilor de interviu, ale cercetării și contextul / mediul. Pentru analizele noastre am folosit date culese în cadrul mai multor anchete de opinie realizate în perioada 2000-2002 de institutul Metro Media Transilvania. Analiza ratei de răspuns constituie doar una din fațetele conceptului „răspunsurile subiecților” pentru analiza căruia am construit un model teoretic de influență complex. Ne propunem ca în articole viitoare să investigăm și celelalte forme de „răspunsuri”: *ponderea și variația non-răspunsurilor, tipul non-răspunsurilor, răspunsurile pe teme specifice, uniformitatea răspunsurilor sau a altor*

factori care influențează rata de răspuns, răspunsurile subiecților în general. Avem în vedere și realizarea unor studii experimentale pentru a controla mai bine efectul anumitor variabile și a evidenția efectul lor. Într-o anumită măsură, lipsa controlului și a determinării corecte a cauzalității constituie limitele principale ale acestui studiu. O altă limită este dată de lipsa încadrării demersului și rezultatelor într-o teorie sociologică (teoria schimbului social sau a influenței sociale de exemplu).

Principalele concluzii ale analizelor realizate vizează mărimea ratei de răspuns, factorii care influențează rata de răspuns, evoluția acesteia în ultimii 3 ani, motivația și efectul înlocuirilor asupra datelor de anchetă. Rata de răspuns în cadrul anchetelor de opinie din România este destul de scăzută (60%), datorită în principal calității cadrului de eșantionare (listele electorale) și nu a refuzurilor

subiecților (rata refuzurilor este mică - 8%). Chiar dacă selecția operatorilor de interviu este intențională, aceștia exercită o anumită influență asupra ratei de răspuns (obțin rate de răspuns mai mari operatorii cu experiență medie, care nu au domiciliul în localitatea în care aplică chestionare, interesați de tema cercetării, fără multe accesorii, cu rezultate școlare sub medie). Rata de răspuns depinde și de anumite caracteristici ale cercetării (mai mare în cazul unor anchete care solicită mai puțin subiecții: chestionare mai mici, intervievarea într-un singur val) sau ale subiecților (mai mare pentru subiecții de sex feminin, din localități rurale, mai educați, interesați de tema cercetării). Am arătat de asemenea că rate de răspuns scăzute sau altfel spus ponderi ridicate a înlocuirilor influențează datele de anchetă, diferențele ajungând uneori la două sau trei puncte procentuale .

Anexe

1. Variabilele folosite în analiză:

A. Caracteristicile operatorul de interviu

- bărbat (0;1)
- vârstă (numărul de ani împliniți)
- școlaritate (numărul de ani de școală absolviți)
- venit (venitul net pe ultima lună)
- reușita (reușita școlară – medie ponderată din itemii: bursă în ultima lună și poziția mediei școlare în anul de studiu)
- experiență (scor factorial din itemii: număr cercetări la care a participat indiferent de institut, număr cercetări la care a participat la MMT, număr cercetări BOP la care a participat; KMO = 0,73; un singur factor ce explică 79% din variație; saturații mai mari de 0,88)
- interes politică (medie aritmetică din itemii citesc ziare și discut politică)
- extrovertit (scor factorial din itemii g1 – 1, 2, 3, 4, 6, 7, 11; KMO = 0,80; factor 1 = 39%; saturații mai mari de 0,42)
- plăcut (scor factorial din itemii H7 – 1-3; KMO = 0,60; factor 1 = 55%; saturații mai mari de 0,55)
- limbaj (se poate face mai greu înțeles de ceilalți; scor factorial din itemii I; KMO = 0,53; factor 1 = 34%; saturații mai mari de 0,46)
- stres (nu face față stresului; scor factorial din itemii K; KMO = 0,47; factor 1 = 30%; saturații mai mari de 0,31)
- reguli (nu respectă regulile; scor factorial din itemii L; KMO = 0,65; factor 1 = 39%; saturații mai mari de 0,50)

O analiză a ratei de răspuns în anchetele de opinie naționale

- relația cu localitatea (relația cu localitatea în care a efectuat chestionare, gradul de apropiere de localitate; scor factorial din itemii M7; KMO = 0,76; factor 1 = 39%; saturații mai mari de 0,43)
- prieteni diferiți (prieteni diferiți – media aritmetică a ponderilor prietenilor diferiți; vezi j2)
- accesorii (cantitatea de accesorii folosite; scor factorial din itemii H6; KMO = 0,74; factor 1 = 55%; saturații mai mari de 0,62)

B. Caracteristicile subiectului:

- bărbat (0-1)
- vârsta (numărul de ani împliniți)
- școlaritate (numărul de ani de școală absolviți)
- ocupat (are o ocupație sau este elev / student; 0-1)
- venit (venitul net pe ultima lună)
- urban (rezidență în urban; 0-1)
- român (naționalitate română) (folosit drept indicator indirect de cunoaștere / înțelegere a limbii române)
- interes (interes pentru alegeri; 0-100)

2. Raport metodologic:

SEL. Selecția subiecților din această localitate a fost făcută:

1. din listele electorale
2. din alte liste, în afară de cele electorale
3. prin metoda drumului aleator
4. prin alte metode, care? _____

Pentru situațiile în care selecția a fost făcută din listele electorale, Datele se referă la secția de votare din care ați realizat selecția persoanelor.

LOC. Unde au fost găsite listele electorale?

ACTUAL. Listele erau actualizate (conțineau și persoanele nou venite în localitate, pe cele care au primit drept de vot; nu le mai conțineau pe cele plecate, decedate, etc.)? (se întreabă persoana de la care le-ați luat)

1. Da
2. Nu

RELAȚII. Obținerea listelor electorale a fost ...?

1. dificilă
2. relativ dificilă
3. relativ ușoară
4. ușoară

STRUCT. Câteva date despre structura listelor electorale	DA	NU
1. Persoanele din secție sunt ordonate alfabetic?	1	2
2. Persoanele din secție au un număr de ordine atașat?	1	2
3. Numerotarea persoanelor din secție începe de la 1 pentru fiecare pagină?	1	2
4. (pentru RURAL) Secția de votare conține persoane din sate ale comunei. (trece nr. de sate)		

Pentru toate situațiile

INTERES. Care este gradul general de interes al subiecților pentru temele propuse în chestionare?

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10
Extrem de scăzut Extrem de mare

INTEREQ. Care au fost întrebările cele mai interesante pentru subiecți?

1. _____ 2. _____ 3. _____

Mircea Comșa

PROBLEM. Au fost întrebări / teme în cazul cărora ați constatat ...?

a) lipsa interesului 1. DA 2. NU

Care?

b) dificultăți în a da un răspuns 1. DA 2. NU

Care?

JUDEȚ: _____	COD JUDEȚ	_ _
LOCALITATE: _____	COD LOCALITATE (SIRUTA)	_ _ _ _ _
(nume oraș/comună)		
NUME OPERATOR: _____	COD OPERATOR	_ _ _

Pe verso treceți vă rog ceea ce considerați DVS. relevant / interesant / neobișnuit / etc. cu privire la activitatea de teren / subiecții intervieuați / probleme întâlnite / etc.

3. Chestionarul aplicat operatorilor de interviu:

CHESTIONAR

- se completează de operatorul de interviu -

A1. Cercetarea la care ați participat: _____

A2. Numele și prenumele: _____

A3. Cod operator: |_|_|_|

B1. Sex: 1. Masculin 2. Feminin

B2. Vârsta: _____

B3. În prezent: (posibilă alegere multiplă)

1. Sunt student
2. Lucrez cu jumătate de normă
3. Lucrez cu normă întreagă

Dacă sunteți student:

B3_11. La ce facultate: _____

B3_12. Anul: |_|

B3_13. Media pe ultimul an: |_|_|_|_|_|

B3_14. Ați avut bursă în ultimul semestru? 1.

DA 2. NU

B3_15. În general, învățați pentru examene ...?

1. doar în sesiune 2. pe parcursul semestrului și în sesiune

O analiză a ratei de răspuns în anchetele de opinie naționale

B3_16. Dacă vă gândiți la o săptămână obișnuită, mergeți la seminarii la ...?

1. toate 2. aproape toate 3. jumătate 4. mai puțin de jumătate 5. nici unul

B3_17. Raportându-vă la anul dvs. de studiu, aproximați poziția dvs. după media pe ultimul an.

1. primul sfert 2. al doilea sfert 3. al treilea sfert 4. ultimul sfert

Dacă lucrați:

B3_21. Cât ați câștigat în ultima lună? _____ | | | | milioane lei

B4. Care este venitul total obținut în septembrie de către Dvs. (incluzând salarii, pensii, dividende, chirii, etc.)?

| | | | | milioane lei

B5. Numărul de ani de școală (absolviți până în prezent): | | |

B6. Care este suma de bani de care dispuneți de obicei într-o lună? | | | | | milioane lei

B7. Care este naționalitatea Dvs.?

1. Român
2. Maghiar

3. Rrom
4. German
5. Alta

C1. În ce an ați fost la prima cercetare de teren, indiferent de institutul de cercetare?

C2. Numărul de cercetări la care ați participat până în prezent, indiferent de institutul de cercetare?

C3. Numărul de cercetări la care ați participat până în prezent, la institutul nostru?

C4. Numărul de cercetări "Barometrul de opinie publică" la care ați participat până în prezent?

C5. Numărul de semestre în care ați urmat un curs de metode și tehnici de cercetare sociologică?

E1. Dvs. cât de des ...?	Zilnic	De câteva ori pe săptămână	De câteva ori pe lună	O dată pe lună sau mai rar	Deloc	NS/NR
1. Citiți ziare	5	4	3	2	1	9
2. Ascultați radio	5	4	3	2	1	9
3. Vă uitați la televizor	5	4	3	2	1	9
4. Discutați politică	5	4	3	2	1	9
5. Citiți cărți	5	4	3	2	1	9

E2. Și cât de des ...	O dată pe săptămână	De câteva ori pe lună	De câteva ori pe an	O dată pe an sau mai rar	Deloc	NS/NR
1. Mergeți la biserică	5	4	3	2	1	9
2. Mergeți la cinematograful	5	4	3	2	1	9
3. Mergeți la discotecă / bal, spectacole de muzică ușoară	5	4	3	2	1	9
4. Mergeți la teatru, spectacole de comedie, concerte operă /operetă, concerte de muzică clasică	5	4	3	2	1	9
5. Mergeți la bar / restaurant	5	4	3	2	1	9
6. Faceți sport	5	4	3	2	1	9

E3. Dvs. țineți zilele de sărbătoare religioasă (nu lucrați)... ?

4. de fiecare dată 3. de cele mai multe ori 2. uneori 1. nu le țin niciodată 9. NS/NR

F1. Dvs. personal, ați urmărit în ultimul an, în mass-media, rezultatele sondajelor de opinie cu privire la viața politică?

1. DA 2. NU



F1_1. Dacă DA: Aveți încredere în rezultatele acestor sondaje? 1. DA 2. NU

F2. Aveți de gând să mergeți la vot pentru alegerile parlamentare și prezidențiale din toamna acestui an?

1. Da 2. Nu 9. NȘ/NR

F2_1. Dacă mergeți la vot, Care dintre următorii este candidatul la președinție pe care îl veți vota la alegerile prezidențiale din noiembrie 2000?

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| 1. Teodor Meleșcanu | 7. Petre Roman |
| 2. Mugur Isărescu | 8. Gyorgy Frunda |
| 3. Ion Iliescu | 9. Altul |
| 4. Corneliu Vadim Tudor | 97. Nu știu, nu sunt hotărât |
| 5. Nicolae Cervei | 98. NC (nu votez) |
| 6. Theodor Stolojan | 99. NR |

F2_2. Dacă mergeți la vot, Care este partidul sau formațiunea politică cu care veți vota la alegerile parlamentare din noiembrie 2000?

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| 1. ApR | 8. PRM |
| 2. AN (Alianța Națională: PUNR, PNR) | 9. Alt partid |
| 3. CDR 2000 (PNȚCD, UFD, FER, PM, / | 97. Nu știu, nu sunt hotărât |
| 4. PNL | 98. NC (nu votez) |
| 5. PDSR | 99. NR |
| 6. UDMR | |
| 7. PD | |

G1. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații alegeți gradul în care vă caracterizează, folosind următoarele coduri:

- 1 = afirmația nu mă caracterizează deloc
 2 = afirmația mă caracterizează puțin
 3 = afirmația mă caracterizează moderat
 4 = afirmația mă caracterizează mult
 5 = afirmația mă caracterizează foarte mult

1. De obicei mă simt inconfortabil când sunt într-un grup de oameni pe care nu-i cunosc	1	2	3	4	5
2. De obicei mă simt relaxat când vorbesc unei persoane de sex opus	1	2	3	4	5
3. Mă simt inconfortabil atunci când trebuie să vorbesc cu un profesor sau șef	1	2	3	4	5
4. Petrecerile mă fac adesea să mă simt inconfortabil și stresat	1	2	3	4	5
5. Probabil sunt mai puțin timid în relațiile sociale decât majoritatea oamenilor	1	2	3	4	5
6. De obicei mă simt relaxat atunci când sunt cu oameni, chiar dacă sunt foarte diferiți de mine	1	2	3	4	5
7. În general, sunt o persoană timidă	1	2	3	4	5
8. Lucrez mai bine în prezența altora	1	2	3	4	5
9. În general, vorbesc mai mult decât ascult	1	2	3	4	5
10. Îmi place să fiu în centrul atenției	1	2	3	4	5
11. Adesea mă simt nervos atunci când vorbesc cu o persoană atractivă de sex opus	1	2	3	4	5

H1. Ce înălțime aveți? |_|_|_| m

H2. Ce greutate aveți? |_|_| kg

H3. Cum ați caracteriza stilul dvs. de a vă îmbrăca pe următoarea scală?

1. obișnuit, comun 2 3 4 5. neobișnuit, original

H4. Părul dvs. este ...? 1. lung 2. mediu 3. scurt

O analiză a ratei de răspuns în anchetele de opinie naționale

H5. Pentru bărbați: De obicei, purtați barbă? 1. Da 2. Nu

H6. Care dintre următoarele accesorii le folosiți într-o zi obișnuită?

Accesoriu	Folosiți?		Dimensiune			Unde / loc?		Câte?	Material
	DA	NU	1. mic	2. mediu	3. mare	1. deget	4. ureche		
1. inel	1	2	1	2	3	2. gât	5. nas		1. aur
2. cercei	1	2	1	2	3	3. mână	6. sprânceană		2. argint
3. lanț	1	2	1	2	3	4. ureche	7. altul		3. altul
4. brățară	1	2	1	2	3				

H7. Următoarele vi s-au întâmplat sau nu?	DA	NU
1. Observ de obicei că bărbații / femeile întorc capul după mine pe stradă	1	2
2. Când merg la discotecă fără prieten (ă), băieții / fetele intră în vorbă cu mine	1	2
3. Când merg la discotecă, simt că unele fete / băieți mă privesc mai insistent	1	2

I. Următoarele afirmații vă caracterizează sau nu?	DA	NU
1. De obicei vorbesc repede astfel încât ceilalți înțeleg mai greu ceea ce spun	1	2
2. Când vorbesc cu ceilalți îi privesc	1	2
3. Când am fost mic am avut probleme cu pronunțarea anumitor sunete (s, r)	1	2
4. Câteodată am probleme cu pronunțarea corectă a anumitor sunete	1	2
5. Cel mai adesea vorbesc lent	1	2
6. Cel mai adesea oamenii înțeleg ceea ce le spun	1	2
7. Reușesc să-mi fac repede noi prieteni	1	2

J1. Câți prieteni aveți? [] [] []

J2. Câți dintre aceștia vă sunt apropiați? [] [] []

J2_1. Câți dintre prietenii apropiați sunt de același sex cu dvs.? [] [] []

J2_2. Câți dintre prietenii apropiați au aproximativ aceeași vârstă cu dvs.? [] [] []

J2_3. Câți dintre prietenii apropiați au aceeași educația ca dvs.? [] [] []

J2_4. Câți dintre prietenii apropiați sunt colegi cu dvs.? [] [] []

J3. Cât de des vă întâlniți (film, teatru, discotecă, discuții, etc.) cu prietenii dvs.?

1. zilnic 2. săptămânal 3. mai rar

J4. Câte ore petreceți de obicei, într-o zi, împreună cu prietenii dvs.? [] [] [] [] [] ore

K. Următoarele afirmații vă caracterizează sau nu?	DA	NU
1. Îmi place să mă joc cu copiii	1	2
2. Îmi place să mă joc animalele	1	2
3. Când sunt nevoit să stau la o coadă devin repede nervos	1	2
4. Când o persoană nu înțelege ceea ce-i explic, reiau explicația fără să mă supăr	1	2

Mircea Comșa

L. Sunteți de acord sau nu cu următoare afirmații?	DA	NU
1. Regulile sunt făcute pentru a fi încălcate	1	2
2. Chiar dacă nu înțeleg rostul unei reguli o respect	1	2
3. Oamenii ca mine nu trebuie să respecte regulile	1	2
4. Dacă o șeful îmi spune să fac ceva într-un anumit fel, respect în totalitate ceea ce mi-a spus	1	2
5. Regulile sunt pentru fraieri	1	2
6. Regulile sunt pentru oameni fără creativitate	1	2

M1. Localitatea în care v-ați petrecut cea mai mare parte din viață? _____

M2. Județul: _____ M3. Este o localitate din ..? 1. Urban 2. Rural

M4. În ce localitate ați efectuat chestionare? _____

M5. Județul: _____ M6. Este o localitate din ..? 1. Urban 2. Rural

M7. Care este relația dvs. cu localitatea în care ați aplicat chestionare?	DA	NU
1. Locuiesc în această localitate	1	2
2. Părinții mei locuiesc în localitate	1	2
3. Am rude în localitate	1	2
4. Am prieteni / colegi în localitate	1	2
5. Părinți / rude / prieteni locuiesc într-o localitate din apropiere	1	2
6. Am făcut naveta spre această localitate	1	2
7. Pe perioada aplicării chestionarelor am locuit în localitate	1	2
8. Am mai efectuat chestionare în această localitate	1	2

VĂ MULȚUMIM

Bibliografie

- Bachmann, P. Duane. (1987) *Cover Letter Appeals and Sponsorship Effects on Mail Survey Response Rates*, în *Journal of Marketing Education*, Fall
- Brehm, John. (1987) *Who's Missing? An Analysis of Nonresponse and Undercoverage in the 1986 National Election Studies Post-election Survey*, Technical Report and Other Occasional Papers, NES
- Couper, P. Mick. Groves, M. Robert. (1995) *An Exploration in Nonresponse in the 1990 National Election Study*, Technical Report and Other Occasional Papers, NES
- Curtin, Richard. Presser, Stanley. Singer, Eleanor. (2000) The effects of response rate changes on the index of consumer sentiment, *Public Opinion Quarterly*, vol. 64: 413-428
- Faria, A. J. Dickinson, R. John. (1996) The effect of reassured anonymity and sponsor on mail survey response rate and speed with business population, în *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 11, no. 1
- Ghiglione, Rodolphe. Matalon, Benjamin. (1985) *Les enquêtes sociologiques. Théorie et pratique*, Armand Colin, Paris

- Gram, Torhild. Lund Eiliv. (1998) Response rate according to title and length of questionnaire, în "Scandinavian Journal of Sociology and Medicine," vol. 26, no. 2
- Groves, M. Robert. Fultz, H. Nancy. (1985) Gender Effects Among Telephone Interviewers in a Survey of Economic Attitudes, în "Sociological Methods & Research", vol. 14, no. 1
- King, Gary. Keohane, Robert. Verba, Sidney. (2000) *Fundamentele cercetării sociale*, Polirom, Iași
- Koloski, A. Natasha. Talley, J. Nicholas. Boyce, M. Philip. Morris-Yates, D. Allen. (2001) The effects of questionnaire length and lottery ticket inducement on the response rate in mail surveys, în "Psychology and health", vol. 16
- Luevano, Patricia. (1994) *Response Rates in the national Election Studies, 1948-1992*, Technical Report and Other Occasional Papers, NES
- Michelat, Guy. Simon, Michel. (1992) *Care sunt semnificațiile non-răspunsurilor la întrebările de opinie: greșală sau sursă de informare?*, în La qualité de l'information dans les enquêtes, Dunod, Paris
- Morchio, Giovanna. (1987) *Trends in NES Response Rates*, Technical Report and Other Occasional Papers, NES
- Rotariu, Traian. (1986) *Curs de metode și tehnici de cercetare sociologică*, Univ. "Babeș-Bolyai"
- Rotariu, Traian. Iluț, Petre. (1997) *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*, Polirom, Iași
- Roth, L. Philip. BeVier, A. Craig. (1998) *Response Rates in HRM/OB Survey Research: Norms and Correlates, 1990-1994*, Journal of Management, vol. 24, no. 1
- Sandu, Dumitru. (1996) *Sociologia tranziției. Valori și tipuri sociale în România*, Staff, București
- Sandu, Dumitru. (1999) *Spațiul social al tranziției*, Polirom, Iași
- Schuman, Howard. Presser, Stanley (1996) *Questions and Answers in Attitude Surveys*, Sage Publications
- Singer, Eleanor. Hoewyk, Van John. Maher, P. Mary. (2000) Experiments with incentives in telephone surveys, în *Public Opinion Quarterly*, vol. 64
- Smith, W. Tom. (1994) *Trends in Non-Response Rates*, National Opinion Research Center, University of Chicago
- Steeh, Charlotte. (1981) *Trends in NES Response Rates, 1952-1979*, Technical Report and Other Occasional Papers, NES
- Steiner, Jean-François. Auliard, Olivier. (1992) *Semiometria: un instrument de validare a non-răspunsurilor*, în La qualité de l'information dans les enquêtes, Dunod, Paris
- Sugiyama, Meiko. (1992) *Răspunsuri și non-răspunsuri*, în La qualité de l'information dans les enquêtes, Dunod, Paris
- Vogt, A. Christine. Stewart, I. Susan. (2001) Response Problems in a Vacation Panel Study, în *Journal of Leisure Research*, vol. 33, no. 1
- Wentland, J. Ellen. Smith, W. Kent. (1993) *Survey Responses. An Evaluation of Their Validity*, Academic Press

Abstract

The present analysis belongs to the wider context of sample representativeness and of the factors that modify actual sample reported to the projected ones. In this article we explored the present state of the response rate in some opinion surveys lead in Romania and the factors that determine it. We identified four categories of factors, namely the characteristics of the subjects, of the field operators, of the research and the context / environment. We used for our analyses data gathered within several opinion surveys conducted by Metro Media Transilvania during 2000-2002.

The main conclusions of the analyses were regarding the extent of the response rate, the factors influencing it, its evolution during the past 3 years, the motivation and effect of replacements on the survey data. The response rate in the Romanian survey is rather low (60%), due mainly to the quality of the sampling frame (the election lists) and not to the subjects' refusals (the refusal rate is rather low – 8%). Even if the selection of the interview operators is intentional, they still exert an influence on the response rate (higher response rates are obtained by the operators with an average experience, who do not have the residence in the locality were they apply the survey, who are interested in the research topic, having an under average scholar grades, and who wear few accessories). The response rate also depends on some characteristic of the research: it is higher in those surveys that are less imposing on the subject – shorter questionnaires, one-wave interviewing. It also depends on some characteristics of the subjects, being higher in female subjects, from the rural area, more educated and more interested in the research topic.