

PODSTAWOWE PROBLEMY METODOLOGICZNE BADAŃ NAD SPOŻYCIEM  
ALKOHOLU PRZEPROWADZANYCH W POPULACJI GENERALNEJ\*

1. Uwagi wprowadzające

Zadaniem niniejszego tekstu jest zwrócenie uwagi na podstawowe kwestie jakie nasuwają od strony metodologicznej badania nad spożyciem alkoholu przez osoby należące do populacji generalnej, jaką stanowi ogół ludności kraju albo jej część w postaci mieszkańców jakiegoś mniejszego terytorium czy pewnej podgrupy (np. młodzieży, kobiet). Takie zarysowanie granic zbiorowości będącej przedmiotem zainteresowania ma istotne znaczenie dla zawartych w tej pracy wywodów. Podpowiada ono, że będzie się dalej mówiło o badaniach typu sondażowego - a często nawet węższej, typu epidemiologicznego - przeprowadzanych w zbiorowościach obejmujących tak "zdrowych" jak "chorych", tak osoby zachowujące się w interesujący badacza sposób, jak i nie angażujące się w takie zachowania. Tak więc - i to jest ważne - nie chodzi tu będzie o populacje wyróżnione przez zachowania i stany związane z alkoholem, takie jak np. zbiorowość "intensywnie pijących", "uzależnionych od alkoholu", "osób, których picie powoduje dla nich i dla ich otoczenia niekorzystne następstwa", itp.

Jedną z konsekwencji takiego właśnie wyboru rodzaju populacji generalnej jest wyłączenie z zakresu analizy problemów wiążących się ze stosowaniem instrumentów badawczych używanych w badaniach klinicznych albo w badaniach małych grup (np. metody socjometryczne). Nie wchodzi się też w ogólne zagadnienia metodologiczne badań socjologicznych czy psychologicznych, ani epidemiologicznych; nacisk położony jest na kwestie mające w badaniach nad społeczno-kulturowymi determinantami (czy ogólniej - korelatami) picia alkoholu

---

\* Artykuł stanowi rozwiniętą wersję referatu wygłoszonego w Opolu 5.XII.1988 r. na konferencji naukowej: "Problemy badań przejawów patologii społecznych oraz ich profilaktyki wśród dzieci i młodzieży", zorganizowanej przez Instytut Pedagogiki Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Opolu.

specjalne znaczenie i przejawiających się w tych badaniach w sposób specyficzny, zachęcający do osobnej refleksji metodologicznej. Trzeba też od razu powiedzieć, że badania te w swoim ogólnym kształcie nie różnią się od analogicznych badań sondażowych nad innymi zachowaniami, poglądami czy ocenami.

Tematyka badań alkoholowych jest zróżnicowana i obejmuje ona ogromną różnorodność zagadnień. Aby to sobie uświadomić wystarczy przypatrzeć się czym zajmowano się np. w dziewięciu ogólnopolskich badaniach<sup>1</sup> tego typu przeprowadzonych począwszy od pionierskich na naszym terenie prac A. Świącickiego z 1961 i 1962 r.<sup>2</sup> Były to takie kwestie jak: rodzaje konsumowanych napojów alkoholowych i ich wypijane ilości; częstość picia; okazje, miejsce i towarzystwo, w którym respondent pił ostatnim razem (ostatnimi rązy); dopuszczalność picia przez młodzież; stosunek do spożywania alkoholu przez mężczyzn i przez kobiety; motywy picia; powody abstynencji; sposoby rozumienia abstynencji; picie w pracy; zachowania osób będących pod wpływem alkoholu; ocena rozmiarów zjawiska pijarstwa i jego dynamiki; przyczyny nadużywania alkoholu; pozytywne i negatywne następstwa picia dla konsumentów alkoholu; środki jakie należałoby przedsięwziąć aby ludzie mniej pili; objawy nadużywania alkoholu i uzależnienia od niego; stanie się ofiarą zamachu ze strony osoby pijanej oraz zamachu w sytuacji gdy sam respondent był w stanie nietrzeźwym; inicjacja respondenta w picie alkoholu; stosunek jego rodziców do picia; sytuacje, w których nie należy pić; zawody w których pije się mniej i pije się więcej niż przeciętnie; okazje, w których dozwolone jest nadmierne picie; ocena takich samych zachowań osób trzeźwych i nietrzeźwych; potępienie i karanie postępów osób nietrzeźwych; poziom intoksykacji alkoholem w następstwie picia;

<sup>1</sup> Wyliczenie i ogólna charakterystyka tych badań zawarta jest we wstępnej części pracy J. Jasiński: Spożycie napojów alkoholowych w Polsce w 1985 r. Część I. Wzory zachowań, "Archiwum Kryminologii" t. XVI, 1989 (w druku)

<sup>2</sup> A. Świącicki: Alkohol. Zagadnienia polityki społecznej, wyd. II SKP, Warszawa 1977

stosunek do apeli o trzeźwość i ich skuteczność; stosunek do pikietowania sklepów monopolowych; ocena działań przeciw-alkoholowych władz państwowych, organizacji społecznych i wyznaniowych.

Przy formułowaniu dalszych uwag nacisk położony jest na kwestie, przy których ujawnia się specyfika badań alkoholowych. Wiąże się ona, co oczywiste, przede wszystkim z takimi zmiennymi jak postawy wobec alkoholu, zachowania związane z alkoholem, itp.

## 2. Specyficzne cechy przedmiotu badań

Szczególne problemy metodologiczne badań alkoholowych wiążą się przede wszystkim ze stosunkiem respondentów do przedmiotu badań oraz z rozkładem w populacji generalnej elementów wyznaczających spożywanie alkoholu.

Po pierwsze, w badaniach w których stara się dowiedzieć od ludzi o ich zachowaniach, poglądach i ocenach związanych z piciem alkoholu, nie chodzi na ogół o kwestie traktowane jako wstydlive lub takie, które z jakichś względów chciałyby się specjalnie ukrywać, czy przedstawiać w zniekształconej postaci na jakiś jeden, dominujący sposób. W odróżnieniu od np. przyjmowania środków odurzających, picie alkoholu jest akceptowane w naszej kulturze. Spotyka się ono z negatywnymi ocenami przede wszystkim wtedy, i to zresztą nie zawsze, gdy spożywane są nadmierne ilości alkoholu, gdy picie prowadzi do jakichś ekscesów, przynosi szkodę innym, albo gdy piją pewne kategorie osób, co do których uważa się, że nie powinny tego robić, np. nieletni, kobiety w ciąży, osoby na których spoczywa obowiązek zachowania trzeźwości zawodowej. Z drugiej strony fakt, że picie alkoholu jest czymś tak zwykłym sprawia, że nie zapada ono szczególnie w pamięć jego konsumentów. Wychodząc z tych obserwacji można domniemywać, że wypowiedzi respondentów odnoszące się do ich własnego picia nie są z reguły dotknięte świadomie powodowanymi zniekształceniami, nie są jednak zapewne wolne od zniekształceń nieświadomych, wiążących się z zapamiętywaniem tego kiedy, czego i ile się wypilo. Czy tak jest w istocie, jest kwestią faktu i wymaga ustalenia za pośrednictwem badań tym zagadnieniom poświęconych (o których jest niżej mowa).

Po drugie, badania dokonywane w różnych krajach i różnym czasie, w każdym razie w jednym punkcie okazały się zgodne: ujawniły, że przeważająca większość konsumentów alkoholu spożywa niewielkie jego ilości, większość natomiast alkoholu wypijana jest przez stosunkowo nieliczną mniejszość pijących. Fakt ten określa się mianem koncentracji spożycia i za jej miarę przyjmuje się wysokość odsetka pijących, którzy spożywają połowę ogólnej ilości konsumowanego alkoholu. Badania społeczno-kulturowych determinant spożycia alkoholu w Polsce przeprowadzone w 1961, 1980 i 1985 r. pokazały, że połowę konsumowanego u nas alkoholu spożywa 8-9% pijących<sup>3</sup>, co zgodne jest z danymi pochodzącymi z rozmaitych innych krajów<sup>4</sup>. Można spotkać się z opinią, że 25% całego alkoholu spożywa ok. 2% najintensywniej pijących konsumentów<sup>5</sup>, co świadczyłoby, że na skrajcu skali koncentracja spożycia ulega dalszemu zwiększeniu. Okoliczność ta ma bardzo ważne konsekwencje dla badań nad spożyciem alkoholu, będzie więc o niej jeszcze mowa.

Po trzecie, istotnym i - powiedzmy to od razu - czekającym dopiero należytego rozwiązania problemem badań alkoholowych jest kwestia właściwego odzwierciedlenia rytmu picia. Chodzi mianowicie o odpowiedź na pytanie jak często i ile piją konsumenci alkoholu, jeśli patrzy się na ich zachowania związane z alkoholem w pewnej dłuższej perspektywie czasowej. Odwołując się w tym miejscu do fińskiego badacza T. Alanko można ze względu na rytm picia wyróżnić następujące kategorie konsumentów: 1) abstynenci (a więc osoby mające zerowe spożycie); 2a) regularnie pijący w stałych odstępach czasu (np. codziennie, w każdą sobotę); 2b) regularnie pijący ze zmieniającymi się w powtarzający się sposób przerwami między okazjami (np. pijący w każdy piątek i każdą sobotę); 3a) nieregularnie

<sup>3</sup> A. Świącicki: Spożycie napojów alkoholowych w Polsce w świetle badań ankietowych, "Archiwum Kryminologii" t. II, 1964, s. 306; J. Jasiński: Spożycie..., jw.

<sup>4</sup> Co do informacji dotyczących koncentracji spożycia w innych krajach, por. J. Jasiński: Spożycie alkoholu w opinii publicznej, Wyd. Radia i Telewizji, Warszawa 1985, s. 52.

<sup>5</sup> R.M.J. Haglund, M.A. Schukit: The epidemiology of alcoholism, (w:) N.J. Estes, M.E. Heinemann (eds.): Alcoholism. Development, consequences, and interventions, wyd. II, The C.V. Mosby Company, St Luis, Toronto, London 1982, s. 34-35.

pijący; 3b) nieregularnie pijący, których picie charakteryzują jednak pewne elementy powtarzalności (np. nasilone picie w czasie wakacji, świąt i wyjazdów, oraz umiarkowane picie w pozostałych okresach); 4) regularnie lub nieregularnie pijący mający ciągi alkoholowe (a więc osoby, u których okresy abstynencji przeplatają się z bardzo intensywnym picciem trwającym niekiedy przez wiele dni)<sup>6</sup>. Rytm picia można więc określać posługując się dwiema zmiennymi, jedną wiążącą się z czasem (tj. odstępami między okazjami) i drugą wiążącą się z ilościami wypijanymi jednorazowo (tj. przy jednej okazji). Oczywiście wymienione wyżej rytmy picia mają charakter przybliżony i schematyczny, pokazują jednak złożoność problemu, który winien być w jakiś sposób uchwycony, opisany i sklasyfikowany w badaniach nad spożyciem alkoholu.

Specyficzne problemy nasuwane przez te badania wiążą się przede wszystkim z wymienionymi wyżej kwestiami i ich konsekwencjami.

### 3. Źródła informacji

Pośród wstępnych rozstrzygnięć, których dokonać trzeba podejmując badania nad picciem alkoholu, jedno odnosi się do tego skąd badacz zamierza czerpać wiadomości jak i ile piją interesujące go osoby. Przyglądając się dotychczasowej praktyce badawczej wyróżnić można trzy podstawowe źródła takich informacji.

Jednym jest bezpośrednia obserwacja zachowań związanych ze spożywaniem alkoholu. Świadomie używam tego napuszonego wyrażenia, bo badaczowi nie chodzi o picie w rozumieniu wlewania do organizmu zawierających alkohol płynów, ale co najmniej w równym stopniu o kontekst sytuacyjny picia, przypisywane mu społeczne znaczenie, oczekiwany i osiągnany efekt psychologiczny, itp. Pomimo, że picie alkoholu odbywa się przede wszystkim grupowo - picie samotne i w izolacji stanowi stosunkowo niewielki margines - okazje jego spożywania mają na ogół

---

<sup>6</sup> J. Alanko: An Overview of Techniques and Problems in the Measurement of Alcohol Consumption; (w:) R.G. Smart, H.O. Cappell, F.B. Glaser, Y. Israel, H. Kalant, R.E. Popham, W. Schmidt, E.M. Sallers (eds): Research Advances in Alcohol and Drug Problems, t. 8, Plenum Press, New York 1984, s. 211.

charakter prywatny. Nie pozostawiają one z reguły miejsca dla uczestniczącego w nich obserwatora z zewnątrz. Jego ewentualnej obecności nie dałoby się usprawiedliwić, a gdyby została narzucona zmieniałaby zupełnie sytuację, co podważyłoby sens badania. Stąd obserwacja taka bywa stosowana tam gdzie pozwala na nią ogólna dostępność miejsca, a więc np. w barach, restauracjach, piwiarniach, na promach kursujących na międzynarodowych trasach. Zmierza ona do poczynienia specjalnych ustaleń dotyczących sposobu picia w miejscach publicznych i zachowań osób tam pijących, rodzaju stałej klienteli tych miejsc, otaczania opieką osób które poważnie przekroczyły tam granice trzeźwości, itp.<sup>7</sup> Badania takie nie dają oczywiście podstaw do wyrabiania sobie poglądu na to jak przedstawia się "picie w ogóle", a więc ich wyniki nie upoważniają do przenoszenia na populację generalną.

Innym źródłem informacji o picciu jednych osób bywa odwoływanie się do wiedzy innych osób, zorientowanych w tym, co dzieje się w ich środowiskach lub w ich otoczeniu. Można tu przytoczyć dawny bo pochodzący sprzed ponad 70 lat przykład takiego właśnie postępowania. Chodzi o pracę D.N. Woronowa, który analizował następstwa - przede wszystkim dla ludności wiejskiej - ustawy prohibicyjnej wprowadzonej w Rosji w lipcu 1914 r. wraz z ogłoszeniem mobilizacji, i przedłużonej następnie na czas trwania wojny. Analizę swą oparł on na doniesieniach paru set korespondentów z kilku guberni, którzy opisywali mu sytuację w zakresie picia alkoholu jaka wytworzyła się w znanych im wsiach, a w wypadku jednej guberni - także w miastach<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Badania takie napotkać można w bardzo rozmaitych miejscach, np. w Kanadzie (R. Sommer: The Isolated Drinker in the Edmonton Beer Parlor, "Quarterly Journal of Studies on Alcohol" vol. 26, 1965, s. 95-110), w Rodezji (H.W. Wolcott: The African Beer Gardens of Bulawayo. Integrated Drinking in a Segregated Society, Rutgers Center of Alcohol Studies, New Brunswick N.J. 1974), w Finlandii (L.-M. Kruse: Erikoisympäristö - alkoholinkäyttö - kontrolli. Havainnointitutkimus matkustaja-aluksista (The use of alcohol and its control on board passenger ferries), Reports from the Social Research Institute of Alcohol Studies No 109, Helsinki 1977, informacje o treści tej pracy czerpię z angielskiego streszczenia), w Gruzji (A.A. Gabiani: Ob osnovnykh rezultatach kompleksnogo issledovaniya problemi pjanstva i alkogolizma, (w:) Nowaja Konstitucija i aktualnyje woprosy bor by s priestupnostju, Institut Ekonomiki i Prawa AN Gruzinskoj SSR, Tbilisi 1979, s. 211-214).

<sup>8</sup> D.N. Woronow: Žizn' dierewni w dni trezвости, Pietrograd 1916.

Możliwość opierania się na zdaniu innych odkryta została na nowo przez E.M. Jellinka i zastosowana np. w badaniu typu sondażowego przeprowadzonym w 1978 r. w okolicach Toronto w Kanadzie. Autorzy tej pracy dla określenia m.in. rozmiarów spożycia alkoholu w rozmaitych środowiskach społecznych posłużyli się opiniami pochodzącymi od zorientowanych w nich "ekspertów". Na tak zebranych materiale przeprowadzili epidemiologiczną ocenę wielkości spożycia alkoholu, przy czym okazała się ona bliższa rozmiarom konsumpcji wynikającym z danych o sprzedaży alkoholu niż ocena dostarczona przez standardowe badanie, w którym korzystano z próby gospodarstw domowych<sup>9</sup>.

Opieranie się na opiniach innych - wówczas w okresie I wojny światowej - przy obecnym rozwoju technik badania opinii publicznej wydaje się mało atrakcyjne, i niewiele dałoby się powiedzieć na jego rzecz, a bardzo dużo przeciwko niemu<sup>10</sup> jako o metodzie określania rozmiarów spożycia alkoholu w społeczeństwie i jego dystrybucji w rozmaitych grupach społecznych. Nie znaczy to, abyśmy mieli w tym wypadku do czynienia z bezwartościowym źródłem informacji, przeciwnie, w pewnych specjalnych sytuacjach lub dla pewnych specjalnych celów może okazywać się ono bardzo cenne.

Trzecim, powiedzmy od razu, najczęściej stosowanym w praktyce badawczej sposobem rozwiązania problemu źródła informacji o piciu alkoholu, jest zwracanie się do respondentów z zapytaniem o to jak piją oni sami. Chodzi tu więc o powszechnie stosowany w badaniach opinii publicznej sposób uzyskiwania wiadomości o przekonaniach, sądach i - ewentualnie - zachowaniach, przez zapytywanie o nie przedstawicieli tej opinii, i to "zwykłych" takich przedstawicieli, a nie jakichś specjalnych, np. jej liderach. W dalszych częściach tego tekstu mowa będzie o problemach wiążących się z postępowaniem po tej właśnie drodze.

---

<sup>9</sup> R.G. Smart, C.B. Liban: Alcohol Consumption as Estimated by the Informant Method; A Household Survey and Sales Data, "Journal of Studies on Alcohol", vol. 43, 1982, s.9.

<sup>10</sup> Przede wszystkim to, że nie można określić znanym prawdopodobieństwem błędu stopnia wiarygodności opinii osób uznanych za ekspertów i stopnia ich rzeczywistego zorientowania w sprawie.

#### 4. Rodzaje i dobór próby

Podjęcie decyzji, aby informacje o tym jak się w społeczeństwie pije czerpać z wypowiedzi "zwykłych" ludzi należących do populacji generalnej, prowadzi do potrzeby rozstrzygnięcia kwestii, jak ma się ich wybierać. W odniesieniu do niej trudno byłoby mówić o jakiejś specyfice badań alkoholowych. Badania te, podobnie jak inne w dziedzinie nauk społecznych najczęściej opiera się na reprezentatywnych próbach ludności - i na tym stwierdzeniu można byłoby poprzestać, gdyby nie pewne dodatkowe okoliczności. Otóż próba spełniająca kryteria reprezentatywności dobierana być może na różne sposoby. "Najlepszy" spośród nich polega na losowaniu osób mających utworzyć próbę w taki sposób, że biorą w nim udział (a więc są potencjalnymi respondentami) wszystkie osoby należące do zbiorowości generalnej (np. ludności kraju w wieku 16 lub więcej lat), i że dla każdej z nich prawdopodobieństwo znalezienia się w próbie jest równe.

Rzadko rozporządza się tak uporządkowanymi i zaktualizowanymi spisami ludności, aby można było dokonywać bezpośredniego losowania osób wchodzących do próby. Z reguły losowanie przeprowadza się warstwowo, np. najpierw losuje się większe jednostki terytorialne, na terenie wylosowanych - mniejsze, a później zupełnie małe, a na nich dopiero osoby mające stać się respondentami (chyba, że te ostatnie jednostki terytorialne są tak małe, że do próby wejść mają wszyscy je zamieszkujący). Przy takim sposobie losowania znana jest liczba - a czasem i pewne cechy - osób, które miały znaleźć się w próbie, ale które do niej nie trafiły, bo nie udało się nawiązać z nimi kontaktu (np. wyjechały, zmieniły miejsce zamieszkania, zmarły), albo które odmówiły udziału w badaniu. Czasem postępuje się nieco inaczej, losuje się nie osoby, ale gospodarstwa domowe przy czym respondentami stają się albo wszystkie wchodzące do nich osoby (odpowiadające oczywiście kryterium wieku), albo np. pierwsza napotkana osoba dorosła. Również i w tym wypadku rozmiary i niektóre cechy grupy osób, które nie stały się respondentami (na skutek nieobecności lub odmowy) - są znane.



Charakterystyka tych ostatnich osób jest ważna, gdyż jeśli byłoby tak, że różniłyby się one pod jakimś względem istotnym z uwagi na przedmiot badania - w naszym wypadku np. piłyby więcej, częściej czy jakoś inaczej - reprezentatywność próby (oczywiście tej zrealizowanej, a nie założonej), byłaby naruszona. Z jednej strony dąży się więc do zmniejszenia liczby takich osób, np. przez ponawianie prób nawiązania z nimi kontaktu, drugiej - stara się czegoś bliższego dowiedzieć o nich, a także o motywach odmowy udziału w badaniu<sup>11</sup>.

Reprezentatywność badań zagrożona jest jednak również od innej strony, już sam bowiem schemat losowania prowadzić może do wyłączenia pewnych ważnych ze względu na temat badań grup przyszłych respondentów. Np. losowanie gospodarstw domowych nie obejmuje tzw. gospodarstw zbiorowych, wśród których znajdują się obok szpitali i domów dziecka także koszary, hotele, domy studenckie i hotele robotnicze, a więc takie gospodarstwa, których mieszkańcy mają zapewne odrębny obyczaj picia, "nie-typowy" w tym sensie, że odbiegający od przeciętnego. Stawianie znaku równości między mieszkańcami kraju a osobami mającymi stałe miejsce zamieszkania, czynione przy losowaniu bezpośrednim, możliwym przy wykorzystaniu np. aktualnych spisów wyborczych, też nie jest pozbawione wad, wyłącza bowiem z możliwości dostania się do próby osób nie mających takiego miejsca zamieszkania, wśród których sporą część stanowią ludzie marginesu społecznego, pijący zapewne więcej niż przeciętnie i prawdopodobnie inaczej także pod innymi względami. Jak widać nie ma idealnych rozwiązań, problem polega jednak nie tyle na tym, aby takie rozwiązanie konieczne znaleźć, ale aby zdawać sobie sprawę z niedostatków dostępnych możliwości, starać się je minimalizować, a potem pamiętać o nich przy interpretowaniu uzyskanych wyników.

---

<sup>11</sup> Np. P. Wilson: *Drinking in England and Wales*, HMSO 1980, Appendix A. Sample design and sampling errors, s. 60-62; P. H. H. M. Lemmens, E. S. Tan, R. A. Knibbe: *Bias due to Nonresponse in a Dutch Survey on Alcohol Consumption*, "British Journal of Addiction" vol. 83, 1988, s. 1069-1077. Por. też K. Pernanen: *Validity of Survey data on alcohol use*, w: R. J. Gibbins, Y. Israd, H. Kalant, R. E. Popham, N. Schmidt, R. G. Smart (eds.): *Research Advances in Alcohol and Drug Problems*, vol. 1, John Wiley & Sons, New York, London, Sydney, Toronto 1974, s. 359-361.

Większość przeprowadzonych u nas badań sondażowych nad spożyciem alkoholu obejmujących ludność kraju, oparta była na próbach udziałowych (kwotowych), ze stosowaniem których łączą się nieco inne problemy. Próbę udziałową otrzymuje się w ten sposób, że na podstawie znanego (np. ze spisu ludności) rozkładu podstawowych cech zbiorowości generalnej, ustala się zgodny z nimi skład próby. Następnie ankieterom określa się ich przyszłych respondentów poprzez posiadane cechy społeczno-demograficzne (np. wiek, płeć, wykształcenie, grupę społeczno-zawodową, wielkość zamieszkiwanej przez nich miejscowości, itp.). Wybór spośród odpowiadających tym kryteriom osób, z którymi przeprowadzone będą wywiady - pozostawia się już ankieterom. Jeśli ci ostatni trzymają się ściśle udzielonych im wytycznych, reprezentatywność próby jest formalnie zapewniona. Pozostają jednak niemożliwe do usunięcia wątpliwości czy ankieterzy nie kierowali się świadomie bądź nawet nieświadomie jakimiś dalszymi kryteriami doboru swoich respondentów, w następstwie czego uzyskano próbę odbiegającą od populacji generalnej pod jakimiś względami istotnymi z uwagi na przedmiot badań. Wątpliwości takie muszą pozostać nierozstrzygnięte a ich występowanie stanowi nieuniknioną konsekwencję posługiwania się próbą udziałową. Można oczywiście sprawdzić czy występują odchylenia próby założonej od zrealizowanej, sprawdzenie takie będzie jednak z natury rzeczy zmierzało do kontroli trzymania się przez ankieterów wytycznych określających cechy osób, które stać się miały respondentami, co tylko bardzo odlegle przypomina kontrolę reprezentatywności próby dokonywaną w odniesieniu do prób wyłonionych drogą losowania. W wypadku próby udziałowej w ogóle nie wchodzi w rachubę analiza powodów odmowy uczestniczenia w badaniu; naturalnie analizę taką można zawsze podjąć, ale byłaby ona już odrębnym badaniem, nie pozostającym w bezpośrednim związku z tym opartym na wymienionej wyżej próbie.

## 5. Sposób uzyskiwania informacji

Kiedy wiadomo już jak dobrana ma być próba, pojawia się kwestia sposobu otrzymywania informacji o picciu alkoholu i związanych z nim poglądach, postawach i zachowaniach osób

wchodzących do próby. Przy rozstrzyganiu tej kwestii krzyżują się rozmaite względy, z których najważniejszymi są dążenia: do otrzymania odpowiedzi możliwie ścisłych, do zachowania anonimowości wypowiedzi respondentów, oraz do obniżenia kosztów badania. Pierwszy z tych względów przemawia za ustrukturalizowanym wywiadem przeprowadzanym przez fachowego ankietera, uzupełnionym prowadzonym przez respondenta dzienniczkiem<sup>12</sup>, drugi - za ankietą pocztową, trzeci - za krótkim wywiadem przez telefon. Każde z tych rozwiązań, podobnie jak i in- wchodzące tu w grę, ma pewne dobre i złe strony. Ogromna większość związanych z nimi problemów ma charakter ogólnometo- logiczny, nie ma więc potrzeby w nie tutaj wchodzić<sup>13</sup>.

Wskazać wszakże warto, że również w badaniach alkoholo- wych zaobserwowano, że treść udzielonych odpowiedzi zależała w pewnym stopniu od sytuacji w jakiej przeprowadzany był wy- wiad, od niektórych cech ankietera oraz respondenta. Wspomi- nając o nich dogodnie odwołać się do przeglądowej pracy K.Pernanen'a, który opierając się na sporej liczbie badań pochodzących z różnych krajów (przede wszystkim - anglosas- kich), wskazał m.in. na następujące wyniki<sup>14</sup>. Jeśli chodzi o sytuację wywiadu - okazało się np. że więcej pijących kobiet ujawniała ankieta pocztowa lub wywiad telefoniczny niż prze- prowadzany przez ankietera, a więc w najmniejszym stopniu dający poczucie anonimowości. Przykładów wpływu osoby ankie- tera dostarcza badanie, które pokazało, że przeprowadzający wywiady mężczyźni ujawniali więcej osób pijących niż przepro- wadzające takie wywiady kobiety. W innym badaniu okazało się, że ankieterzy sami mało pijący znajdowali wśród swoich respon- dentów mniej osób dużo pijących niż tacy ankieterzy, którzy sami pili więcej. Wyniki jeszcze innego badania pokazały, że od osób o niższym statusie społeczno-ekonomicznym bliższe praw- dy wypowiedzi dotyczące picia częściej uzyskiwali ankieterzy mający ten sam status społeczno-ekonomiczny niż ankieterzy o wyższym statusie. O rezultatach tych i zbliżonych do nich

<sup>12</sup> O sprawie dzienniczeków będzie jeszcze mowa niżej w pkt 6.

<sup>13</sup> Co do nich można odesłać np. do wielotomowej serii studiów pod red. Z.Gostkowskiego (t.I, 1966), Z.Gostkowskiego i J.Lutyńskiego (t.II-V, 1968, 1970, 1972, 1975), oraz K.Lu- tyńskiej i J.Lutyńskiego (t.VI, 1986) pod wspólnym tytułem: Analizy i próby technik badawczych w socjologii, IFiS PAN Ossolineum.

<sup>14</sup> K.Pernanen: Validity..., jw., s. 365-370.

pisze K. Peranen, że świadczą one o znanej tendencji ludzi do dostosowywania swoich wypowiedzi do przypuszczalnych oczekiwań ich rozmówców.

Jeśli chodzi o badania wykonywane w naszych warunkach opowiedzieć by się trzeba było raczej przeciwko uzyskiwaniu informacji drogą telefoniczną. Abstrahując nawet od faktu braku przyzwyczajenia ludzi do tej formy badań, decydujące znaczenie ma ciągle niewielka liczba prywatnych telefonów i fakt, iż ich posiadaczy nie można traktować jako reprezentatywnej podgrupy mieszkańców kraju. Ryzykowne wydaje się również posługiwanie się ankietą pocztową, przede wszystkim ze względu na notorycznie niskie proporcje otrzymanyh odpowiedzi; pewne znaczenie ma także trudne do uniknięcia wrażenie nie zachowywania anonimowości, zwłaszcza w wypadku rozsyłania przynaglań i ponownych zachęt do wypełnienia przekazanego kwestionariusza. I ta technika zbierania materiału badawczego jest u nas mało rozpowszechniona, co sprawia, że liczyć się trzeba z brakiem zaufania do niej ze strony potencjalnych respondentów.

W tej sytuacji najwłaściwszy wydaje się wywiad swobodny lub z kwestionariuszem, z różnymi możliwymi tutaj wariantami, np. pozostawienia go do wypełnienia respondentowi czy wypełnienie go przez ankietera w toku rozmowy z respondentem. Ten ostatni sposób postępowania stosowany był w naszych dotychczasowych ogólnopolskich badaniach nad społeczno-kulturowymi determinantami spożywania alkoholu. Wadą tej drogi uzyskiwania informacji jest poza kosztownością i to, że na ogół w niewielkim tylko stopniu zapewnia respondentowi poczucie zachowania anonimowości wypowiedzi<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> I w tej sprawie eksperymentuje się już i uzyskuje obiecujące rezultaty. J.C.Duffy i J.J.Waterton (Under-Reporting of Alcohol Consumption in Sample Surveys: The Effect of Computer Interviewing in Fieldwork, "British Journal of Addiction" vol. 79, 1984, s.303-308), przeprowadzili w końcu 1982 r. w Edynburgu następujące badanie na losowej próbie 506 osób dorosłych. Próbę podzielono losowo na dwie części; z osobami które znalazły się w jednej - wywiad z kwestionariuszem przeprowadzili ankieterzy, natomiast w wypadku drugiej - ankieter po wstępnym wyjaśnieniu, uzyskaniu zgody badanego i niezbędnym poinstruowaniu, zostawiał go z przywiezionym komputerem, na którego monitorze ukazywały się pytania zawarte w kwestionariuszu; respondent udzielał na nie odpowiedzi przez naciśnięcie odpowiednich klawiszy, a komputer nagrywał je bez udziału ankietera. Przy tej procedurze poczucie anonimowości odpowiedzi wyraźnie wzrastało, uchylało się wszelkie ewentualne,

Wówczas gdy w badaniu używa się kwestionariusza rozstrzygnięcia wymagają liczne problemy związane z jego budową, sposobem formułowania pytań, kategoryzowania odpowiedzi, decyzji, jakie pytania pozostawić otwarte, itp.<sup>16</sup>. W odniesieniu do tych problemów trudno byłoby mówić o jakiejś specyfice ich rozwiązywania wiążącej się z przedmiotem badań alkoholowych.

## 6. Informacje dotyczące picia

Kluczowe znaczenie jakie ma w badaniach alkoholowych ujęcie informacji dotyczących picia sprawia, że kwestii tej poświęcić przyjdzie nieco więcej uwagi. W praktyce badawczej ukształtowały się dwa podstawowe podejścia do sprawy ustalania faktów znamionujących picie przez respondenta: jedno polega na pytaniu go o konkretne zdarzenia, drugie zaś - na pytaniu o globalną ocenę pewnej grupy zdarzeń<sup>17</sup>. Zdarzenia te

---

dok.<sup>15</sup>

nawet nieświadome, wpływające ankietera na treść odpowiedzi respondenta. Wywiad komputerowy ujawnił o 33% wyższe spożycie niż wywiad przeprowadzany przez ankietera.

<sup>16</sup>Również i jeśli chodzi o te kwestie w literaturze z dziedziny alkoholologii napotkać można obserwacje, a nawet badania naświetlające rozmaite aspekty wpływu jaki sposób ujęcia pytań lub odpowiedzi wywiera na otrzymywane wyniki. Np. K.Poikolainen i P.Kärkkäinen (Nature of Questionnaire Options Affects Estimates of Alcohol Intake, "Journal of Studies on Alcohol" vol. 46, 1985, nr 3, s.219-222), wykazali, że jeśli kategoryzacja odpowiedzi na pytania o częstość i ilość spożywanych napojów alkoholowych rozbudowana jest tak aby szeroko uwzględniała częste picie i picie dużych ilości alkoholu, otrzymuje się znacznie wyższe oceny globalnej konsumpcji, niż przy kategoryzacji nastawionej przede wszystkim na picie rzadkie i niewielkich ilości alkoholu. Badanie to przeprowadzone było na niewielkiej grupie (86) pacjentów przyjętych do szpitala w związku z objawami abstynencyjnymi, a więc na osobach intensywnie pijących.

Sprawa jest o tyle istotna, że w kwestionariuszach stosowanych w badaniach wykonywanych w populacji generalnej, przewiduje się kategoryzacje odpowiedzi przystosowane do "potrzeb" większości respondentów, tj. rzadko i mało pijących. Jednak to właśnie ów intensywnie pijący margines (w sensie liczbowym), tworzony przez osoby dużo i często pijące, waży najbardziej na globalnych rozmiarach spożycia.

<sup>17</sup> K.Mäkelä: Pomiar spożycia alkoholu, w: I.Wald (red.): Alkohol oraz związane z nim problemy społeczne i zdrowotne, PWN, Warszawa 1986, s.55-56.

- to okazje picia alkoholu<sup>18</sup>.

Pierwsze podejście do ich ustalania (opisywania) występuje w dwóch wariantach. Jeden polega na pytaniu o ostatnią okazję picia, lub o pewną ich liczbę, np. o trzy ostatnie okazje<sup>19</sup>. Drugi wariant polega na pytaniu o wszystkie okazje jakie miały miejsce w ciągu pewnego okresu czasu, najczęściej - ostatniego tygodnia poprzedzającego badanie<sup>20</sup>. Pytanie to na ogół zadawane jest tak, że pytający odwołuje się do pamięci respondenta, ale czasami respondent proszony jest o prowadzenie dzienniczka<sup>21</sup>, w którym notować ma "na bieżąco" (np. każdego dnia wieczorem), wszystkie okazje i ilości spożytego

---

<sup>18</sup> Ścisłe określenie okazji picia może być kłopotliwe. Np. R.Room pytał (Measurement of Drinking Patterns and Problems in General Population, w: G.Edwards, M.M. Gross, M.Keller, J.Moses, R.Room (eds.): Alcohol-related disabilities, WHO Offset Publications No 32, Geneva 1977, s.65), czy wypicie aperitif przed obiadem, wina w czasie obiadu i brandy po obiedzie uważać należy za trzy okazje picia czy za jedną. W polskim badaniu z 1985 r. znalazło się w próbie parę osób, które czas trwania ostatniej okazji picia określili na przekraczający 48 godzin, przy czym z ich innych odpowiedzi zorientować się było można, że nie chodziło w ich wypadku o ciąg picia tylko o udział w wielkich uroczystościach rodzinnych - pewnie weselach. Przyjęto, że w każdym z tych wypadków miało się do czynienia z jedną okazją, mając świadomość, że w ten sposób nadaje się terminowi "okazja" dość szerokie znaczenie.

<sup>19</sup> Takie rozwiązanie przyjęto w badaniu zespołu pracowników Instytutu Psychiatrii i Neurologii (A.Bielewicz, J.Moskalewicz, J.Sierosiński, G.Świątkiewicz, A.Zieliński) przeprowadzonym w 1984 r.

<sup>20</sup> Okresy te bywają bardzo rozmaite, czasem różne w zależności od tego jak dawno respondent pił ostatnim razem. Co do szczegółów patrz J.Jasiński: Spożycie napojów alkoholowych w Polsce w 1980 r., "Archiwum Kryminologii" t. XI, 1984, s. 10-11.

<sup>21</sup> Postępowanie takie przypomina codzienne zapisywanie swoich wydatków stosowane w badaniach budżetów rodzinnych, albo bieżące zapisywanie przez respondenta własnych czynności - w badaniach budżetu czasu.

alkoholu<sup>22</sup>. Jak można było oczekiwać dzienniczki takie ujawniały na ogół wyższe spożycie niż wynikało z informacji uzyskiwanych na podstawie odpowiedzi na pytania retrospektywne obejmujące taki sam okres.

Istotne znaczenie mają naturalnie okoliczności związane z ową ostatnią okazją bądź okazjami picia. Do kwestii, o które pyta się niemal zawsze należą: określenie czasu kiedy okazja picia miała miejsce, pitego w czasie napoju alkoholowego (czy napojów), oraz wypitej (wypitych) ilości. Warto rodzaj tych informacji zapamiętać, odgrywają one bowiem bardzo ważną rolę w oszacowywaniu rozmiarów spożycia każdego respondenta, poszczególnych ich kategorii i grup oraz całej badanej zbiorowości. Ponadto dąży się często do ustalenia wielu dalszych okoliczności związanych z okazją picia, jak np. ściślejszego określenia jej charakteru, rodzaju spożywanych w tym czasie posiłków (lub ich braku), towarzystwa innych osób biorących udział w spotkaniu, ich liczby, związku z respondentem itp.

Tyle o pierwszym z wymienionych podejść; drugie polega na pytaniu o globalną ocenę rodzaju, częstości i ilości napojów alkoholowych wypijanych w jakimś okresie, np. tygodnia, dwóch tygodni, miesiąca, kwartału czy roku. Z reguły pytanie przybiera w takich wypadkach postać dowiadywania się o to, ile, czego, i jak dużo pił respondent w tym okresie na ogół, i jak częste były okazje picia.

Gdy porównuje się ze sobą te dwa podejścia zwraca uwagę nie tylko to, że w jednym wypadku pyta się o zdarzenia,

---

<sup>22</sup> Np. R.K. Fuller, H.T. Bees, A.S. Littell, H.B. Houser, J.C. Witschi: Drinking practices recorded by a diary method, "Quarterly Journal of Studies on Alcohol" vol. 33, 1972, s. 1106-1121; G.O. Williams, S.S. Aitken, H. Malin: Reliability of Self-Reported Alcohol Consumption in a General Population Survey, "Journal of Studies on Alcohol" vol. 46, 1985, nr 3, s. 223-227; K. Poikolainen, P. Kärkkäinen, J. Pikkarainen: Correlations between Biological Markers and Alcohol Intake as Measured by Diary and Questionnaire in Men, "Journal of Studies on Alcohol" vol. 46, 1985, nr 5, s. 383-387; P. Lemmens, R.A. Knibbe, F. Jan: Weekly Recall and Diary Estimates of Alcohol Consumption in a General Population Survey, "Journal of Studies on Alcohol" vol. 49, 1988, nr 2, s. 131-135.

a w drugim o ich sumaryczną ocenę, ale także to, że w pierwszym wypadku mniej oczekuje się od respondenta: przypomnienia sobie i ścisłego opisanie elementów pewnego zdarzenia lub ich serii, przy czym w tej ostatniej sytuacji - bardzo niedawnych. W drugim wypadku oczekuje się od respondenta więcej, prawidłowej oceny rozmiarów swojego picia, co zakłada posiadanie przez niego jakiegoś stopnia wglądu w owo picie.

Z pierwszym podejściem wiążą się pewne dalsze problemy; uzyskane na jego drodze informacje stają się bowiem następnie podstawą określania rozmiarów picia respondenta i zaliczenia go do odpowiedniej kategorii pijących tworzonej zgodnie z wielkością jego konsumpcji. To, co przy drugim podejściu dokonywane jest przez samych respondentów<sup>23</sup>, przy pierwszym - wykonuje badacz interpretujący dane dostarczone przez nich. Aby tego dokonać, musi on przyjąć założenie typowości opisanych przez respondentów zdarzeń dla ich picia. Jeśli czynione jest to na podstawie wszystkich okazji z pewnego okresu, jest to oczywiście mniej ryzykowne, niż wówczas gdy czyni się to opierając się na paru, a zwłaszcza na jednej - ostatniej okazji picia.

Trzeba w tym miejscu zaznaczyć, że w większości naszych badań alkoholowych ostatnia okazja picia stanowiła podstawę określania rozmiarów spożycia; podejście to, idąc śladem fińskiego badacza P.Kuusi<sup>24</sup>, wprowadził u nas A.Święcicki<sup>25</sup>. Podstawową zaletą tego rozwiązania jest jego prostota, jego główną wadą - potrzeba przyjmowania bardzo mocnych założeń co do typowości owej okazji oraz rozkładu takich okazji w próbie<sup>26</sup>.

Wymienione wyżej dwa podejścia do kwestii ujęcia w badaniach alkoholowych informacji dotyczących picia, nie zawsze stosowane są alternatywnie, przeciwnie nawet - często stoso-

---

<sup>23</sup> I w tym wypadku pojawić się może potrzeba interwencji badacza: jeśli oceny respondentów dotyczyły ich picia np. w ciągu ostatniego kwartału, określenie ich rocznego spożycia odbywa się na podstawie przyjęcia przez badacza założenia, że kwartał ten był typowy dla ich spożycia, założenia usprawiedliwiającego przemnożenie tego spożycia przez 4 i uznanie, że wynik odzwierciedla ich roczną konsumpcję.

<sup>24</sup> P.Kuusi: Alcohol sales experiment in rural Finland, The Finnish Foundation for Alcohol Studies, Helsinki 1957.

<sup>25</sup> A.Święcicki: Spożycie napojów... j.w.

<sup>26</sup> J.Jasiński: Spożycie napojów alkoholowych w Polsce w 1980r. jw., s.12.



wane są komplementarnie. W jednym badaniu zadaje się zarówno pytania o ostatnią (ostatnie) okazję, jak i ocenę częstości picia i spożywanych jednorazowo ilości napojów alkoholowych w pewnym okresie czasu<sup>27</sup>, albo pytania o wszystkie okazje picia z ostatniego tygodnia i o to czy tydzień ten był - jeśli chodzi o picie respondenta-typowy, a jeśli nie, to czy zwykle pije więcej (częściej), czy mniej (rzadziej)<sup>28</sup>.

Powróćmy teraz do opisanych przez T. Alanko kategorii konsumentów alkoholu wyróżnionych ze względu na rytm picia. Wszystkie wyżej opisane rozwiązania kwestii ujmowania w badaniach sposobu picia respondentów oddają go dobrze w wypadku pijących regularnie takie same ilości alkoholu (kategoria 2<sup>a</sup>). Jeśli chodzi o drugą wymienioną grupę pijących regularnie, tj. w zmieniających się wg jednego wzoru odstępach (kategoria 2b), wyższość opierania się na większej liczbie okazji bądź wszystkich okazjach z jakiegoś okresu, nad porzuceniem na danych o ostatniej okazji jest wyraźna, chyba oczywiście, że wspomniane odstępy dłuższe były niż okres, z którego pochodzą opisywane okazje picia. Oba wymienione podejścia nie prowadzą do należytego uchwycenia rzeczywistego rytmu picia regularnie pijących i mających ciągi picia. Pewnym, częściowym naturalnie, wyjściem z sytuacji jest nie posługiwanie się przy opracowywaniu rezultatów badania wynikami indywidualnymi, ale tylko obejmującymi możliwie duże grupy respondentów w nadziei, że odchylenia, czyli po prostu nieścisłości w określaniu rozmiarów spożycia poszczególnych respondentów będą się znosić, i dzięki temu nie wpłynąć na wartość średniej spożycia obliczanej dla całej rozpatrywanej grupy. Trafność takiego założenia nie została niestety empirycznie sprawdzona i porzucić trzeba na tym, że intuicyjnie wydaje się ono sensowne.

---

<sup>27</sup> Tak uczynił np. J.K. Falewicz w badaniu z 1968 r. i piszący te słowa w badaniach z 1980 i 1985 r. We wszystkich tych badaniach pytano o ocenę częstości picia i spożywanych ilości w okresie ostatnich 3 miesięcy.

<sup>28</sup> Tak uczyniła S.E. Dight: Scottish drinking habits. A survey carried out for the Scottish Home and Health Department, HMSO, London 1976.

Niekiedy próbuje się coś w tej sprawie zrobić i np. poza pytaniami o zwykle wypijane ilości poszczególnych napojów w objętym badaniem okresie, włącza się do kwestionariusza pytania o proporcję okazji, w czasie których wypito największe ilości w tym okresie<sup>29</sup>. Jest to bardzo niedoskonały sposób uchwycenia nieregularności picia, jest w każdym razie krokiem we właściwym kierunku. Inną próbę uchwycenia zmienności picia zawierają badania sondażowe prowadzone przez Alcohol Research Group, University of California at Berkeley. Np. w badaniu z 1979 r. zastosowano następującą procedurę. Najpierw proszono respondenta o przypomnienie sobie okazji z okresu ostatnich 12 miesięcy kiedy wypił najwięcej (całą poniższą serią pytań powtarzano osobno dla wina, dla piwa, i dla napojów spirytusowych). Potem pytano ile wówczas wypił, a następnie jak często wypijał podobne ilości, dalej nieco mniejsze ilości, itd. aż do najmniejszych. Liczba szczebli tak ustalonej drabiny częstości-ilości spożytych napojów uzależniona była od tego jaką największą ilość wypitą jednorazowo wymienił respondent<sup>30</sup>.

## 7. Trafność pomiaru spożycia

O trafności (validity) pomiaru spożycia mówi się mając na myśli jego zdolność do mierzenia tego co miał w założeniu mierzyć. W naszym wypadku chodzi o to, czy odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu, a następnie przyjęte sposoby ich ekstrapolacji prowadzą do oceny rozmiarów spożycia napojów alkoholowych przez respondentów zgodnej z rzeczywistym poziomem ich konsumpcji. O tak rozumianej trafności pomiaru spożycia można mówić na poziomie indywidualnym, na poziomie rozmaitych kategorii i grup respondentów oraz na poziomie całej ich zbiorowości.

---

<sup>29</sup> D. Cahalan, I.H. Cisin, H.M. Crossley: American Drinking Practices. A National Study of Drinking Behavior and Attitudes, New Brunswick 1969, zwłaszcza s.10-17. Por. też G. Simpura: Comparison of indices of alcohol consumption in the Finish 1984 drinking habits survey data, "The Drinking and Drug Practices Surveyor" 1988, nr 2, s.3-10; J.C. Ouffy: Questionnaire Measurement of Drinking Behaviour in Sample Surveys, "Journal of Official Statistics" vol.1 1985, nr 2, s.229-234.

<sup>30</sup> M.E. Hilton: Inconsistent Responses to Questions about Alcohol Consumption in Specified Settings, "American Journal of Drug and Alcohol Abuse" vol. 12, 1986, nr 4, s.405.

O pewnych aspektach trafności pomiaru na poziomie indywidualnym, a w skromnym zakresie i - grupowym, była już wyżej mowa w związku z wyróżnionymi przez T. Alanko kategoriami konsumentów alkoholu i wskazaniem, że w wypadku niektórych ich kategorii odpowiedzi na umieszczone w kwestionariuszu pytania nie mogą oddać należycie sposobu ich picia. Można stąd przypuszczać, że trafność pomiaru na poziomie indywidualnym bywa dość niska, a w odniesieniu do niektórych grup respondentów - wręcz zła, aczkolwiek nie jest jasne w stosunku do jakiej części respondentów ma to miejsce. Ma to niewątpliwie różne znaczenie na poziomie grup respondentów, np. wyróżnionych ze względu na zmienne społeczno-demograficzne, gdyż zależy od tego, jak wielka jest wśród każdej z tych grup proporcja osób, których sposób picia był nieściśle ujęty. Trzeba wszakże zwrócić uwagę, że niedokładności pomiaru na poziomie indywidualnym i grupowym mogą się - przynajmniej częściowo - znosić, jeśli pojawią się raz w postaci przeceniania, a drugi - niedoceniań wielkości spożycia, i dzięki temu mniej zakłócać wyniki pomiaru na poziomie całej zbiorowości.

Dla wyznaczenia trafności pomiaru potrzebny jest jakiś niezależny od niego miernik (standard), z którym porównanie powie jaki jest stopień owej trafności. Jest rzeczą dość oczywistą, że bardzo trudno o obiektywny i dający się zastosować w rozmaitych sytuacjach miernik tego rodzaju, co sprawia, że opierać się trzeba po prostu na innych źródłach informacji, o których uważa się, że dają podstawę "lepszego" (czasem zresztą tylko - innego) pomiaru spożycia lub jego korelatów w postaci np. powodowanych nim problemów społecznych i zdrowotnych. L. Midanik w obszernym artykule przeglądowym przytacza pięć rodzajów informacji dostarczających takich mierników: 1. dane uzyskiwane od osób bliskich lub dobrze znających badanego; 2. dane urzędowe; 3. dane o sprzedaży napojów alkoholowych, 4. dane pochodzące z obserwacji i chronologicznych zapisów; 5. testy chemiczne<sup>31</sup>.

Ograniczając się do badań prowadzonych w populacji general-

<sup>31</sup> L. Midanik: The Validity of Self-Reported Alcohol Consumption and Alcohol Problems: A Literature Review, "British Journal of Addiction" vol. 77, 1982, s. 357-382. W tej bardzo wartościowej pracy analizowanych jest kilkadziesiąt badań empirycznych, w których podejmowano ocenę trafności informacji o piciu uzyskanych od respondentów. Autorka wydzieliła prace kliniczne, prowadzone w zbiorowości generalnej oraz w specjalnych podgrupach (jak np. przestępcy, których żony zgodziły się na przeprowadzenie z nimi wywiadu; lotnicy w służbie czynnej; uczeńnice w wieku 15-18 lat, zatrzymani za prowadzenie pojazdu w stanie nietrzeźwym). Ponadto ściśle określa ona rodzaje zachowań będących przedmiotem pomiaru oraz mierniki jego trafności. Omawiane prace badawcze pochodzą prawie wyłącznie z piśmiennictwa anglosaskiego.

nej w największym skrócie można by tak podsumować spostrzeżenia płynące z jej analizy. Badania, w których odwoływano się do pierwszego rodzaju informacji nie dały jednoznacznych wyników w tym sensie, że na ogół dane o picciu respondentów dostarczane przez ich bliskich nie różniły się od podawanych przez samych zainteresowanych w jakiś jednokierunkowy sposób. Korzystanie ze źródeł urzędowych sprowadzało się do odwoływania się do danych policyjnych odnoszących się do zatrzyr i za zachowania związane z nadużywaniem alkoholu; autorka powołała tylko jedno badanie, zgodnie z wynikami którego osoby jednorazowo zatrzymywane podawały to na ogół w wywiadzie, zatrzymywanym więcej razy - częściej zdarzało się pomijanie tej informacji. O kwestii danych o sprzedaży będzie obszerniej mowa niżej. W wypadku danych z obserwacji i chronologicznych zapisów chodzi przede wszystkim o dzienniczki prowadzone przez respondentów, o których wspominaliśmy wyżej. Autorka uznaje je za bardzo ułomny sposób oceny trafności pomiaru spożycia i słusznie zwracą uwagę, że w wypadku dzienniczek samo ich prowadzenie może spowodować modyfikację odnotowywanego zachowania respondenta<sup>32</sup>. Rezultaty powołanych przez nią dwóch amerykańskich badań były niejednoznaczne. Wreszcie wyniki stosowania testów chemicznych (przede wszystkim analizujących poziom alkoholu we krwi), nie mają tu dla nas znaczenia, nie były bowiem stosowane jako metoda oceny trafności pomiaru spożycia w badaniach prowadzonych w populacji generalnej.

Pówrócmy jeszcze na chwilę do czwartego spośród wyróżnionych przez L. Midanik rodzaju mierników. Wydaje się, że nie sprowadzają się one do dzienniczek prowadzonych przez respondentów. Można byłoby z powodzeniem zaliczyć do nich wszelkie zawarte w kwestionariuszach sposoby kontroli ścisłości odpowiedzi respondenta o rozmiarach jego spożycia napojów alkoholowych. Znaleźć się więc wśród nich powinny umieszczone obok pytań o konkretne okazje picia - pytania o ocenę rozmiarów własnego spożycia<sup>33</sup>; włączenie obok pytań o ogólną częstość i ilość spożywanych na-

<sup>32</sup> Nie jest to tylko teoretyczne przypuszczenie. W badaniu przeprowadzonym wśród mieszkańców Helsinek K. Poikolainen i P. Kärkkäinen (Diary gives more accurate information about alcohol consumption than questionnaire, "Drug and Alcohol Dependence" vol. 11, 1983, s. 209-216), ustalili, że większość badanych prowadzących dzienniczki, w których odnotowywali swoje spożycie alkoholu przez dwa co najmniej 6 tygodniowe okresy była zaskoczona rozmiarami własnej konsumpcji alkoholu i postanowiła zmniejszyć ją w najbliższej przyszłości (s. 214)

<sup>33</sup> Por. ods. 27.

pojów - pytania o picie w konkretnych sytuacjach<sup>34</sup>; umieszczenie w kwestionariuszu jakiejś skali kłamstwa<sup>35</sup>, itd.

Traktowanie danych o sprzedaży napojów alkoholowych jako miernika trafności pomiaru wielkości spożycia otrzymanego na podstawie badań sondażowych jest bardzo rozpowszechnione m.in. dlatego, że danych takich badacz nie musi specjalnie gromadzić, po prostu są one i tak zbierane, wystarczy więc tylko do nich sięgnąć. Jest rzeczą oczywistą, że ogólna ilość alkoholu wytego w ciągu roku nie równa się ogólnej ilości alkoholu zakupionego w ciągu tegoż roku<sup>36</sup>. Z jednej strony spożywany jest alkohol nie kupiony (np. zrobiony domowym sposobem, przywieziony z zagranicy), czy alkohol niekonsumpcyjny, z drugiej - nie wszystkie alkohol kupiony w jakimś czasie jest w tymże czasie wypity (pije się również alkohol kupiony przedtem, a część kupionego wówczas zostaje na później; część alkoholu kupionego przeznaczana jest nie na cele konsumpcyjne; część ulega pewnie zniszczeniu, rozlaniu, część wywieziona jest za granicę).

Nie ma więc wątpliwości, że alkohol wypity i alkohol zakupiony to dwie nietożsame, aczkolwiek zachodzące na siebie wielkości. Z faktu tego wyciągane bywają przeciwstawne konsekwencje. Jedni stoją na stanowisku, że skoro dane o sprzedaży i pochodzące z badań sondażowych odnoszą się do różnych zjawisk, nie należy ich ze sobą zestawiać<sup>37</sup>. Inni uważają, że pierwsze z tych danych traktować można jako źródło oceny wyników badań sondażowych, a zwłaszcza trafności dokonywanego na ich podstawie pomiaru wielkości spożycia i z tego powodu zestawianie ich ma głęboki sens. Zwolennicy pierwszego stanowiska podnoszą dodatkowo, że wielkość spożycia wynikająca z badań sondażowych jest funkcją nie tylko odpowiedzi na zadane respondentom pytania dotyczące ich konsumpcji, ale także przyjętego przez badacza sposobu oszacowywania spożycia globalnego

<sup>34</sup> Por. pracę powołaną w ods. 30.

<sup>35</sup> D.J.Cooke, C.A.Allan: Self-reported alcohol consumption and dissimulation in a Scottish urban sample, "Journal of Studies on Alcohol" vol. 44, 1983, s.617-629.

<sup>36</sup> L.Midanik: The Validity..., jw. s.367-371.

<sup>37</sup> Sixth Special Report to the U.S. Congress on Alcohol and Health From the Secretary of Health and Human Services, Rockville, MA, 1987, s.1-3. Ocena rozmiarów spożycia dokonuje się tu na podstawie danych o sprzedaży; dane z badań sondażowych służą do określania wzorów spożycia i jego dystrybucji wśród ludności.

na podstawie owych odpowiedzi. Ten ostatni argument nie wydaje mi się trafny, gdyż za przyjętymi sposobami oszacowywania stają argumenty merytoryczne, niezależne od otrzymywanych rezultatów i one to winny dawać podstawę oceny zasadności wybranej procedury. Nie jest więc tak, że sprawą nie ma się co zajmować; nie chodzi tu tylko o manipulacje rachunkowe, które - jeśli odpowiednio dobrane - przyniosą pożądany rezultat.

Będąc zwolennikiem drugiego stanowiska za istotne uważam wyniki zestawiania obu tych rodzajów danych o rozmiarach spożycia. Pokazują one, że badania sondażowe przeważnie ujawniają 40-60% spożycia ocenianego na podstawie sprzedaży<sup>38</sup>, pewnie dość bliskiego rzeczywistej konsumpcji pomniejszonej o wypijaną ilość alkoholu niekonsumpcyjnego i napoje alkoholowe pędzone domowym sposobem. Rozmiary spożycia tych ostatnich muszą być oszacowywane odrębnie i łącznie ze spożyciem alkoholu kupowanego pokazują przybliżone rozmiary rzeczywistej konsumpcji.

Rozbieżność między rozmiarami spożycia wynikającymi z badań sondażowych i z danych o sprzedaży napojów alkoholowych zachęca do zastanowienia się nad tym, czy można by ją wytłumaczyć. Różne powody jej występowania wymienione były wyżej w związku z wyliczaniem względów powodujących, że tworzą one zbliżone ale nie tożsame wielkości. Wydaje się rzeczą oczywistą, że wymienionymi wówczas powodami nie dałoby się wytłumaczyć różnic sięgających albo nawet przewyższających połowę spożycia, muszą więc tu interferować również inne względy.

Na ogół uważa się, że podstawowe znaczenie mają trzy takie powody. O jednym z nich była już mowa, a mianowicie o nieobejmowaniu próbą pewnych kategorii osób, wśród których - jak można domniemywać - jest szczególnie nagromadzenie intensywnie pijących. Nawet niewielka ich więc liczba ważyć może znacznie na wielkości spożycia. Dwa następne powody zawarte są w zaniżaniu przez respondentów swojej konsumpcji. Płyną one z dwóch trudnych do empirycznego rozdzielenia, lecz pojęciowo wyraźnie różnych przyczyn: zapominania i zatajania. Jedno i drugie odnosić się może zarówno do liczby okazji picia, rodzaju napoju,

---

<sup>38</sup> K. Peranen: Validity..., jw, s.357. Tak np. w badaniach z 1980 r. odsetek ten wyniósł 46,8%, z 1985 r. - 55,9%.

jak i do wypitych ilości. I znów jesteśmy w o tyle dobrej sytuacji, że rozporządzamy rozmaitymi badaniami, w których stawiano sobie za cel określenie rozmiarów zarówno zapominania jak zatajania.

O zatajaniu była już mowa w pktcie 5 w związku z przedstawianiem niektórych wyników badań świadczących o wpływie na treść udzielanych odpowiedzi na pytania dotyczące picia sytuacji przeprowadzenia wywiadu, osoby ankietera, osoby respondenta i zachodzących między nimi relacji. Przejdźmy więc do kwestii zapominania.

## 8. Zapominanie

Punktem wyjścia dla jego analizowania jest na ogół założenie, zgodnie z którym rozkład liczby okazji i wypijanych ilości jest dla większych zbiorowości respondentów - z wyjątkiem specjalnych okresów, jak np. rozmaitych świąt - równomier-ny. Oznacza to, że liczba okazji i wypitych ilości poszczególnych napojów w dniu (tygodniu)  $x$  równa się liczbie okazji i wypitym ilościom w dniu (tygodniu)  $x-1$ ,  $x-2$  itd. Jeśli więc wyniki badań pokazały, że im bardziej oddalamy się wstecz od momentu przeprowadzania wywiadu, o tym mniejszej liczbie okazji i o tym mniejszych wypitych ilościach alkoholu informowali respondenci - fakt ten należałoby przypisać zapomnieniu<sup>39</sup>.

K. Mäkelä analizował zagadnienie zapominania na danych fińskiego badania spożycia alkoholu z lat 1968-1969<sup>40</sup>. Dociekania swoje oparł na informacjach o ostatnich trzech okazjach picia osób mówiących, że piją nie rzadziej niż co 2 miesiące, przy czym interesował go rozkład tych okazji w ciągu 9 tygodni

---

<sup>39</sup> Jeśli miałoby się go wiązać z zatajaniem, odpowiedzieć by należało na pytanie dlaczego respondenci bardziej gotowi są do informowania o swoim spożyciu np. we środy lub w trzecim tygodniu miesiąca, niż we wtorki lub w drugim tygodniu miesiąca, co nie byłoby łatwe. Oczywiście odpowiedzi ich zniekształcone być mogły także zatajeniem, ale trudno byłoby przyjąć, że dokonywane ono było z tego rodzaju regularnością.

<sup>40</sup> K. Mäkelä: Measuring the consumption of alcohol in the 1968-1969 alcohol consumption study, Social Research Institute of Alcohol Studies, No 2, Helsinki 1971.

poprzedzających wywiad z respondentem. Liczba podawanych okazji spadała szybko w odniesieniu do drugiego i trzeciego tygodnia (w porównaniu z pierwszym), następnie pozostawała już jednak na zbliżonym poziomie tak, że można było uznać, iż respondenci informowali o ok. 60-70% swoich okazji picia w okresie 3-9 tygodni poprzedzających badanie. Podobnie było z informowaniem o spożytych ilościach z tym, że spadek w odniesieniu do okresu 3-9 tygodnia poprzedzającego badanie był mniejszy, w rezultacie czego można było przyjąć, że respondenci informowali o 80% spożywanych ilości alkoholu<sup>41</sup>. Więcej okazji zapominali respondenci pijący często niż pijący rzadziej; bardziej zapominane były okazje kiedy wypito mało niż kiedy wypito więcej, kiedy poziom alkoholu we krwi nie przekroczył 1,0% niż gdy przewyższył ten poziom, itd.<sup>42</sup>.

Podobne badanie podjął K.Pernanen w ramach przeprowadzonego w 1969 r. studium spożycia alkoholu w prowincji Ontario w Kanadzie. Jako pamiętane w pełni traktował on okazje picia "wczoraj" (tj. w ciągu dnia poprzedzającego badanie) i analizował o ile mniej przypominali sobie respondenci okazji picia w ciągu poprzednich 6 dni. Okazało się, że w czasie całotygodniowego okresu mężczyźni zapominali o 16% okazji, zaś kobiety o 17%<sup>43</sup>.

Nieco inaczej postąpili I.Knight i P.Wilson, autorzy szkockiego badania przeprowadzonego w latach 1976-1978. Uznali oni za istotniejsze od sprawdzenia zapominania okazji picia, zapominanie ilości wypitego alkoholu i temu poświęcili swoją analizę. Przeprowadzona ona została z wielką starannością wyrażającą się m.in. w wyeliminowaniu wpływu specjalnego czynnika współwyznaczającego wielkość spożycia, jakim jest dzień tygodnia (zwłaszcza sobota!). Zakładając, że ilość wypita w ciągu dnia poprzedzającego rozmowę z badanym równała się 100% spożytego tego dnia alkoholu, ilości o których zapomniano wynosiły: jeśli chodzi o wypite przed 2 dniami - 3%, przed 3 dniami - 9%,

---

<sup>41</sup> Tamże, s. 38-39

<sup>42</sup> Tamże, s. 40-46

<sup>43</sup> K.Pernanen: Validity... jw., s. 363-364.



przed 4 dniami - 8%, przed 5 dniami - 13%, przed 6 dniami - 17% i ponad 7 dniami - 14%. W ciągu całego tygodnia zapomniano o 10% wypitego alkoholu. Autorzy zaznaczają, że jest to ocena przeprowadzona dla całej badanej zbiorowości, i może nie stosować się ona do pijących szczególnie dużo, a więc wypijających nieproporcjonalnie wielką do swojej liczebności alkoholi<sup>44</sup>.

Z innym podejściem do zagadnienia mamy do czynienia przy posługiwaniu się dzienniczkami. Np. w holenderskich ogólnokrajowych badaniach spożycia alkoholu w 1983 r., w toku szczegółowego wywiadu otrzymano od respondentów informacje o ich picciu w ciągu siedmiu dni poprzedzających spotkanie z ankietorem. Losowo dobraną grupę stanowiącą połowę ogółu respondentów poproszono dodatkowo o prowadzenie dzienniczek i odnotowywania w nich spożycia napojów alkoholowych w ciągu następných 14 dni. Zestawienie informacji uzyskanych z wywiadu z informacjami dotyczącymi pierwszego oraz drugiego tygodnia prowadzenia dzienniczka pokazało, że ten ostatni sposób uzyskiwania danych o spożywaniu alkoholu prowadzi do określenia konsumpcji respondentów na poziomie o 22% wyższym. Różnica ta była tym większa im wyższy był ogólny poziom spożycia respondentów<sup>45</sup>.

Nieścisłe informacje o własnym spożyciu płynące z zapomnienia i zatajania, nie wyczerpują zagadnienia, liczyć się bowiem również trzeba ze świadomym zawyżaniem własnej konsumpcji. Wydaje się, że ma ono jednak zasięg marginalny, aczkolwiek w niektórych podgrupach respondentów nabierać ono może znaczenia. Z zawyżaniem spożycia alkoholu spotykano się np. w zbiorowościach osób uzależnionych od alkoholu (poddających się

---

<sup>44</sup> I. Knight, P. Wilson: Scottish licensing laws. A survey carried out on behalf of the Scottish Home and Health Department, HMSO, London 1980, Appendix C. The effect of memory on recall of alcohol consumption over the previous seven days, s. 71.

<sup>45</sup> P. Lemmens, R.A. Knibbe, F. Tan. Weekly Recal..., jw., s. 132-133.

leczeniu odwykowemu)<sup>46</sup>.

Przedstawiony powyżej przegląd rozmaitych kwestii metodologicznych nasuwanych przez badania alkoholowe, daleki jest od ich wyczerpania. Celem tego przeglądu było przede wszystkim pokazanie różnorodności, specyfiki i kierunków poszukiwania rozwiązań poszczególnych problemów. Chodziło przy tym, aby nie ograniczać się do ogólnoteoretycznych rozwiązań, ale zarysować jak w praktyce badawczej podchodzi się do konkretnych zagadnień i co o nich wiadomo na podstawie przeprowadzonych analiz materiału empirycznego. Sondażowe badania alkoholowe ciągle dalekie są od rozwiązania wielu podstawowych kwestii, zwłaszcza odnoszących się do zadowalającego odzwierciedlenia w nich spożycia respondentów. Pomimo swoich niedostatków są one jednak i pozostaną zapewne głównym źródłem informacji o tym jak w społeczeństwie pije się alkohol.

#### BASIC METHODOLOGICAL PROBLEMS OF RESEARCH ON DRINKING CARRIED OUT GENERAL POPULATION

##### SUMMARY

In the paper some general issues of epidemiological research on alcohol drinking are considered. According to the author these issues are related to: (1) The peculiarity of the research subject viz. the inquiring into behaviour usually considered by the community as acceptable; the fact that although drinking is fairly common - heavy drinking is restricted to a relatively small minority of drinkers; and difficulties of different drinking patterns measurement. (2) Sources of information, viz. the fact that the main source of information on drinking is the drinker himself. (3) The kind of samples used (quota versus random samples) and sampling methods and subgroups of population often excluded from the samples studied. (4) Type of questions asked in order to estimate the total amount of alcohol consumed and the pattern of drinking, viz. asking about specified incidence or incidences versus asking about an estimate of the frequency of drinking and the amount drunk. (5) Difficulties in securing the anonymity of respondents. (6) Validity of measurement of alcohol consumption in population studied, and sources of distortions of the above measurement.

<sup>46</sup> L. Midanik: Over-reports of recent alcohol consumption in a clinical population: A validation study, "Drug and Alcohol Dependence" vol. 9, 1982, s. 101-110; K. Pernanen: Validity..., jw., s. 369.