



*Дмитрий Рогозин
Анна Ипатова
Надежда Галиева*

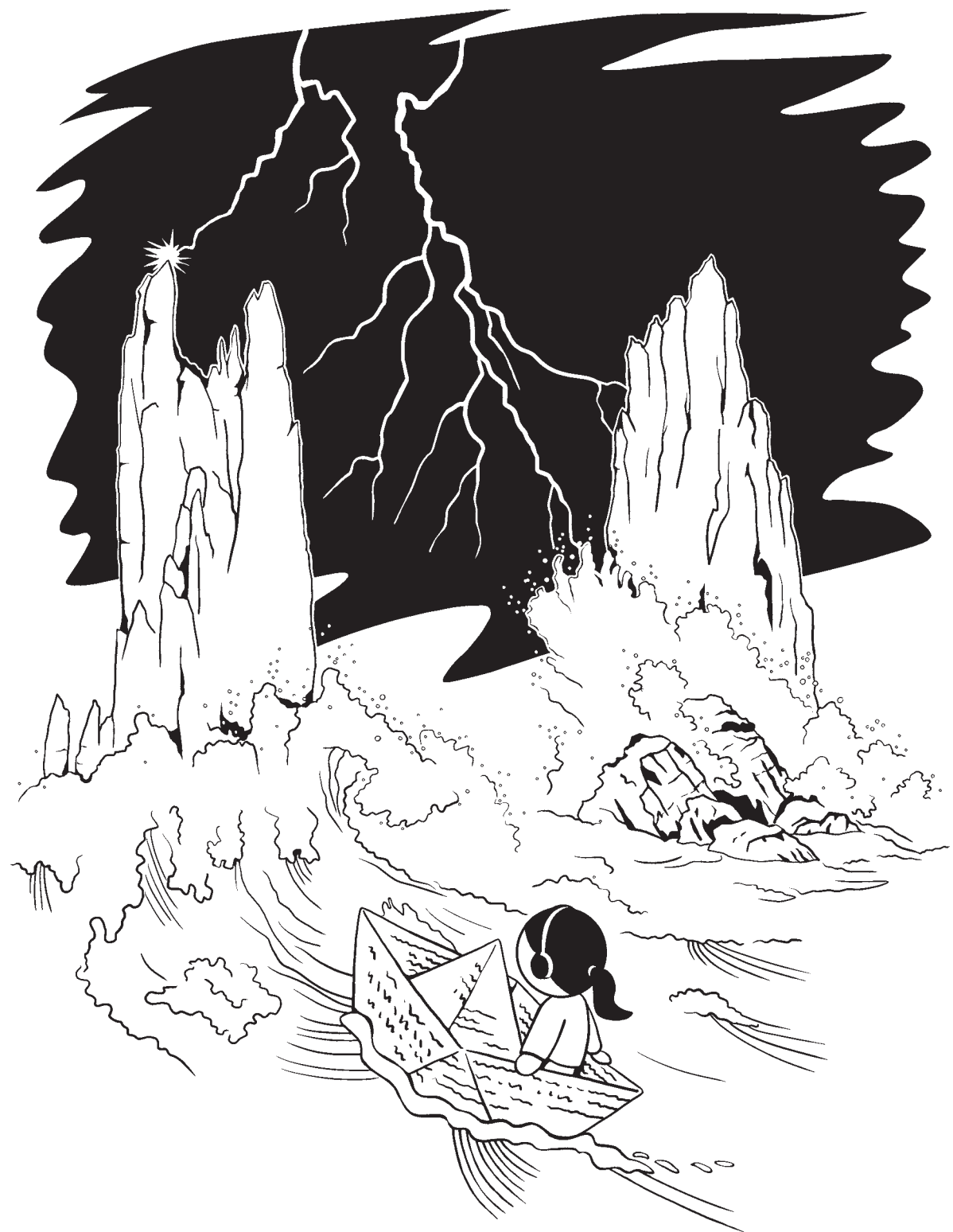
Стандартизированное (телефонное) интервью

Издательство

пункт.

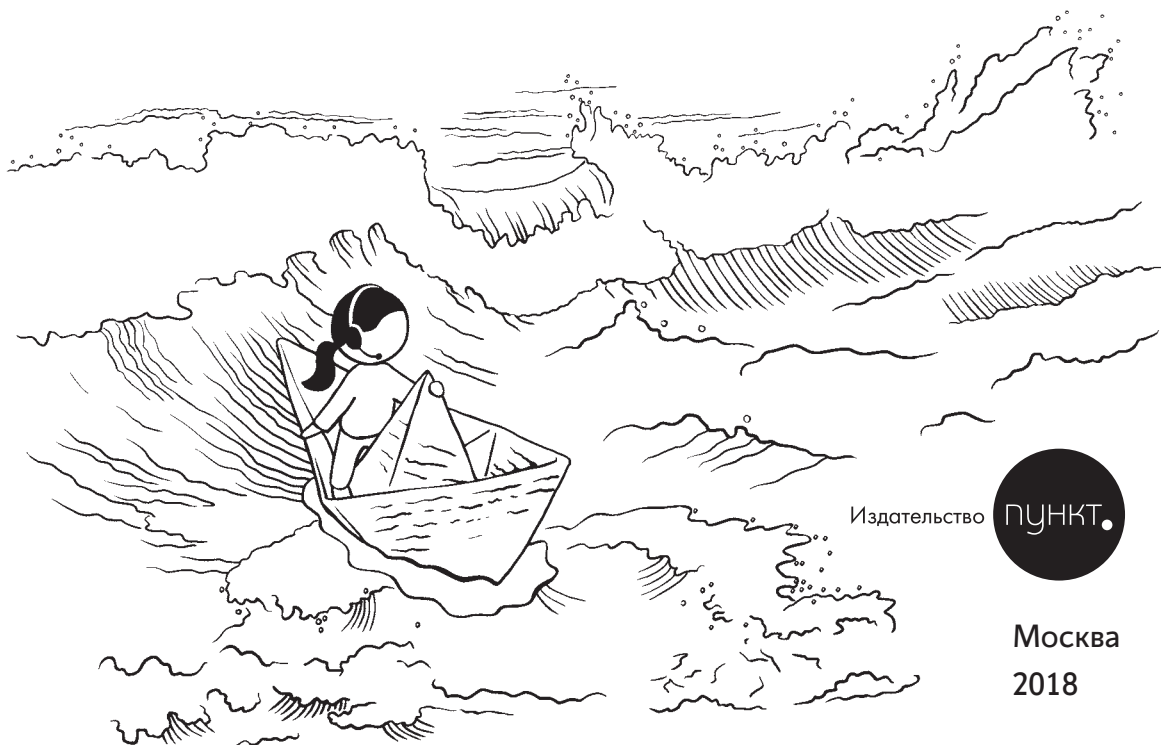
Д. Рогозин, А. Ипатова, Н. Галиева

**СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ
(ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ**



Дмитрий *Рогозин*
Анна *Ипатова*
Надежда *Галиева*

Стандартизированное (телефонное) интервью



Издательство



Москва
2018

УДК 303.621.22
ББК 60.5
Р59



Издание выполнено при финансовом и организационном содействии фонда поддержки социальных исследований «Хамовники»

Рецензенты:

Доктор философских наук Б.З. Докторов

Кандидат социологических наук Р.Е. Бумагин

Дизайн: М.В. Григоренко

Иллюстрации: В.П. Спиренков

Р59 Рогозин Д. М., Ипатова А. А., Галиева Н. И.

Стандартизированное (телефонное) интервью / Д.М. Рогозин, А.А. Ипатова, Н.И. Галиева. — М. : Пункт, 2018. — 416 с. : ил.

ISBN 978-5-6041409-0-1

Стандартизированное интервью — основной метод в опросной индустрии. В книге предлагается новый подход к описанию стандартизации, который позволяет оценить качество коммуникативных практик, конструируемых через отношение с различными видами интервью. На примере более ста фрагментов телефонных интервью, взятых из опросов, проведенных Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, показано, что стандартизированное интервью реализуется с помощью техник, далеко выходящих за рамки стандартизированных процедур.

Книга будет полезна специалистам в области опросов общественного мнения, заказчикам массовых опросов, социальным исследователям, а также студентам, аспирантам и преподавателям по социологическим и маркетинговым специальностям.

УДК 303.624.3
ББК 60.5

ISBN 978-5-6041409-0-1

© Рогозин Д. М., Ипатова А. А., Галиева Н. И., текст, 2018

© Спиренков В. П., иллюстрации, 2018

© Григоренко М. В. Оформление, макет, 2018

Предисловие / 10

Введение / 25

I. Настройка методической оптики / 37

II. Корпус коммуникативных ситуаций [Фрагменты 1–104] / 63

III. Истории интервьюеров [Истории 1–53] / 195

IV. Правильные решения (хорошо) [Хорошо 1–12] / 245

V. Неправильные решения (плохо) [Плохо 1–12] / 293

VI. Методология стандартизированного интервью / 345

Заключение / 385

Литература / 392

Тематический указатель / 404

Содержание

Предисловие / 10

А. Ослон. **Простое понятие С(Т)И** / 10

Б. Докторов. **О нестандартном стандартизированном интервью** / 11

Введение / 25

I. Настройка методической оптики / 38

Теоретическая рамка / 42

Модератор / 47

Критик / 50

Собеседник / 52

Контролер / 55

Выводы / 59

II. Корпус коммуникативных ситуаций / 63

Ф1 «А то скажете, что мы вас обижаем» / 65

Ф2 «Я поняла. Я так и думала» / 66

Ф3 «Так вы сказали, вы живете вдвоем с мужем...» / 67

Ф4 «Можно перезвонить в другое время?» / 69

Ф5 «Город Самара» / 71

Ф6 «Если бы потребовалось к знакомым обратиться?» / 72

Ф7 «Я же тоже на работе» / 73

Ф8 «Под работой подразумевается
трудоустройство...» / 75

Ф9 «Пожалуйста, не ложите трубку,
мы уже заканчиваем...» / 76

Ф10 «Можете из этого выбрать?» / 77

Ф11 «Я вам сказал, что я на пенсии» / 78

Ф12 «Подождите. Варианты хоть слушайте!» / 79

Ф13 «Гипотетически оно мне на фиг не надо» / 80

Ф14 «Даже не знаю, как тут с садовым участком...» / 82

Ф15 «И внуки теперь, а там и правнуки скоро!» / 84

Ф16 «Сможете, да, поучастовать? Да?» / 85

Ф17 «Ну, тебе недолго осталось!» / 86

Ф18 «Менее трети или от трети до половины?» / 88

Ф19 «Вот он в кредит у нас, как его считать?» / 88

Ф20 «Сколько вам еще времени надо?» / 89

Ф21 «Ну нет, значит, мы пропускаем» / 90

Ф22 «Нейтральное... есть такое?» / 91

Ф23 «Это организация, значит, у вас же не ИП?» / 92

Ф24 «Вы позвонили, вы телефон записали» / 93

Ф25 «Обязана спросить» / 96

Ф26 «Запишите, пожалуйста, себе» / 97

Ф27 «Да жена недовольна здесь...» / 98

Ф28 «Как вам ответить-то?» / 99

Ф29 «Неплохие — у нас нет такого варианта» / 100

Ф30 «Еще, может, номер дать сберкнижки вам?» / 102

Ф31 «Нет вариантов / затрудняюсь ответить» / 103

Ф32 «Работаю, я же говорю» / 104

Ф33 «Ванну и душ не принимаете?» / 105

Ф34 «На самой низкой — это какая?» / 107

Ф35 «Когда мы выясним, я вам перезвоню» / 108

Ф36 «Можете без подробностей» / 108

Ф37 «Я, наверное, уже ответила на этот вопрос» / 109

Ф38 «А вы на какой звоните?» / 110

Ф39 «А другие — это что? Что можно написать?» / 112

Ф40 «Вы уже по три раза один и тот же
вопрос задаете» / 113

Ф41 «Вы сказали с супругой?» / 114

Ф42 «А в агентство по трудоустройству
обращались?» / 115

Ф43 «Сложно ответить» / 116

Ф44 «Вернемся к тем вопросам
или оставить, как есть?» / 117

Ф45 «Как вы будете обрабатывать мои ответы?» / 118

Ф46 «Вот как раз это следующий вопрос» / 119

Ф47 «А почему вы не проходили?» / 120

Ф48 «Там самые важные вопросы остались» / 121

Ф49 «Зачем это нужно, я не могу понять?» / 122

Содержание

- Ф 50 «Меня не интересует,
есть у вас деньги или нет!» / **124**
- Ф 51 «Пусть будет среднее» / **126**
- Ф 52 «Всё вместе если сложить» / **127**
- Ф 53 «Получается, никто не работает?» / **128**
- Ф 54 «Евгений, а что смешного?» / **129**
- Ф 55 «Идем далее» / **131**
- Ф 56 «Обобщаем данные по возрастным группам» / **132**
- Ф 57 «Вопросы построены для всяких» / **133**
- Ф 58 «Секундочку, долго загружается» / **134**
- Ф 59 «Я уже закрыла анкету» / **135**
- Ф 60 «Ну пожалуйста, вы отвечайте...» / **137**
- Ф 61 «Коза — это вообще замечательно» / **138**
- Ф 62 «Не просто так все это делается» / **139**
- Ф 63 «Мне нужно отметить на самом деле» / **141**
- Ф 64 Огород и дача / **142**
- Ф 65 «Вот это статистика!» / **143**
- Ф 66 «Бананов хочется, там, еще что-то хочется» / **144**
- Ф 67 «Приезжайте ко мне в Домодедово» / **146**
- Ф 68 «Спасибо большое Президенту» / **147**
- Ф 69 «Ой, такие заморочки...» / **148**
- Ф 70 «Сейчас я быстренько заполню» / **149**
- Ф 71 «По телефону как-то такие опросы
не проводятся» / **150**
- Ф 72 «Вы откажетесь, другой откажется» / **152**
- Ф 73 «В Университете я работаю» / **154**
- Ф 74 «Ёшкин ты кот!» / **155**
- Ф 75 «Извините, пожалуйста,
что у нас такие вопросы» / **156**
- Ф 76 «Я, извините, дочитаю, обязана по инструкции» / **157**
- Ф 77 «Да ну, я в принципе вам все сказала» / **158**
- Ф 78 «Они будут оценивать» / **160**
- Ф 79 «Не надо так напрягаться, что вы!» / **161**
- Ф 80 «Тут у меня нет отдельно деду» / **162**
- Ф 81 «Хорошо, удовлетворительно или плохо» / **164**
- Ф 82 «Поможете в нашем исследовании?» / **165**
- Ф 83 «А какой тут нужен ответ?» / **167**
- Ф 84 «Я вам зачитаю еще раз» / **167**
- Ф 85 «Они вам за деньги помогают?» / **169**
- Ф 86 «Все дети именно вот ваши, нажитые?» / **170**
- Ф 87 «Девять тысяч, это много?» / **171**
- Ф 88 «По регионам обобщаем данные» / **173**
- Ф 89 «По параметрам анкеты я должна изменить» / **173**
- Ф 90 «Нас ваши ответы интересуют» / **175**
- Ф 91 «Какая тут карьера в 75 лет?» / **176**
- Ф 92 «Лучше обращаться так, как есть» / **177**
- Ф 93 «Ни один из вариантов вам не подходит?» / **178**
- Ф 94 «Даже неинтересно
со мной беседовать, да?» / **179**
- Ф 95 «Очень жаль. Вы очень хорошо отвечали» / **181**
- Ф 96 «Любой город уничтожает все!» / **182**
- Ф 97 «Автомобиля можно сказать, что и нету» / **183**
- Ф 98 «Все они мои близкие» / **184**
- Ф 99 «Я пока буду продолжать» / **185**
- Ф 100 «Я вас понимаю,
но об этом следующий вопрос» / **187**
- Ф 101 «Видите, это как-то принужденные ответы» / **188**
- Ф 102 «Ну хозяйства у нас нету» / **190**
- Ф 103 «Всех перечислили?» / **191**
- Ф 104 «Ну а почему не назвали?» / **193**

III. Истории интервьюеров / 195

И1–5. «Всё через сердце» / 200

- И1. «Задерживаются те, кто любит людей» / **200**
- И2. «Почувствовала такую заботу» / **201**
- И3. «Заказчики — злодеи» / **202**
- И4. «Стала чувствовать людей» / **203**
- И5. Четыре бабушки / **204**

И6–9. «Выполнять свою работу, а не переживать» / 204

- И6. «Не надо складывать руки» / **204**
- И7. «Обстановка переживательная» / **205**

И8. «Бывают разные анкеты» / 206

- И9. «Просто стараешься выполнять
свою работу» / **207**

И10–14. «Мы стоим на острие атаки» / 208

- И10. «Для меня это обычная работа, ненапряжная» / **208**
- И11. «Составьте проще, всем легче будет!» / **209**
- И12. Три группы респондентов / **210**
- И13. «Что же вы так боитесь?» / **211**
- И14. «Соцопрос просто так не идет» / **212**

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

И15–19. «Это работа: надо звонить, проводить опрос» / 212

- И15. «У меня растут показатели эффективности» / 212
И16. «Мы занимаемся полезной работой» / 213
И17. «Бывают очень нелепые вопросы» / 213
И18. «У нас был проект по технической конопле» / 214
И19. «Нет, не отстану» / 215

И20–24. «Когда мы задаем вопросы, человек задумывается» / 216

- И20. «У меня просто глаза горят» / 216
И21. «Надо найти равновесие» / 216
И22. «А это другая история» / 218
И23. «Это тяжелая работа, нелегкая» / 219
И24. «Важно оттачивать навык рассуждения» / 219

И25–29. «При опросе моего личного отношения не должно быть» / 220

- И25. «Мне казалось, я в аду!» / 220
И26. «Как сообщающиеся сосуды» / 221
И27. «Разговариваю доброжелательно» / 222
И28. «Просто не удержалась» / 223
И29. «Зачем телефон записала — не знаю» / 223

И30–34. «Хотелось работать с людьми» / 224

- И30. «Я не устаю от работы интервьюером» / 224
И31. «Это закон природы» / 225
И32. «Люди разные бывают» / 225
И33. «А я тоже хотел продолжить» / 226
И34. «Нельзя приглашать
неквалифицированных людей» / 227

И35–39. «Я пришла на работу — я приняла условия игры» / 227

- И35. «Я с удивлением поняла, что довела
эту первую анкету до конца» / 227
И36. «Разные попадают респонденты» / 228
И37. «Я не могу ему подсказать, где он живет!» / 229
И38. «Женщины начинают нервничать,
мужчинам надоедает» / 230
И39. «Я предлагаю сотрудничество» / 231

И40–43. «Мне очень нравится здесь работать, это мое» / 232

- И40. «Не всем дано работать интервьюером» / 232
И41. «Заказчики не прислушиваются к нам» / 233
И42. «Обманул кого-то — обманул себя» / 234
И43. «И в конце она меня поблагодарила» / 234

И44–48. «Анкеты даются потом, большим трудом» / 235

- И44. «Интервьюер — это низкооплачиваемая работа» / 235
И45. «У меня часто вопросы к анкете» / 236
И46. «Но это никого не интересует, пусть он бросает» / 236
И47. «Я со многими разговаривала» / 237
И48. «Узнаёшь настроения людей в обществе» / 238

И49–53. «Я люблю респондентов... но не всех!» / 239

- И49. «Да и много узнаёшь» / 239
И50. «Не любишь тех, кто тебя посылает» / 240
И51. «А почему не хотите высказать свое мнение?» / 241
И52. «У нас не фабрикуют» / 242
И53. «Разные анкеты бывают» / 242

IV. Правильные решения (хорошо) / 245

Обеспечение адекватности ответа / 248

- Х1. Уточнение ответа
(Ф29, Ф56, Ф65, Ф81, Ф92) / 252
Х2. Объяснение вопроса (Ф23, Ф83) / 255
Х3. Ремонт неответа (Ф9, Ф56, Ф57, Ф37, Ф75) / 257
Х4. Оценка адекватности ответа
(Ф3, Ф80, Ф85, Ф89) / 261

Сохранение (неформальности) разговора / 263

- Х5. Сопереживание, симпатия (Ф15, Ф100) / 264
Х6. Объединяющий смех (Ф66) / 267
Х7. Речевая синхронизация (Ф24, Ф81, Ф68) / 269
Х8. Вежливое завершение интервью
(Ф67, Ф68) / 271

Содержание

Стандартизация интервью / 276

Х9. Объяснение правил и процедуры
(Ф7, Ф36, Ф71, Ф76, Ф89) / **278**

Х10. Информация об исследовании
(Ф24, Ф57, Ф72) / **282**

Х11. Ответы на вопросы респондента
(Ф56, Ф83, Ф82, Ф94) / **286**

Х12. Статусность исследования (Ф68, Ф82) / **288**

Выводы / 289

V. Неправильные решения (плохо) / 293

Ошибки получения целевой информации / 296

П1. Фальсификация / фабрикация
(Ф21, Ф18, Ф22, Ф55) / **298**

П2. Сужение / расширение вопроса
(Ф6, Ф47, Ф84, Ф98) / **304**

П3. Смещение ответа
(Ф18, Ф43, Ф52, Ф66, Ф74, Ф98) / **308**

П4. Нечувствительность к логическим
противоречиям (Ф44, Ф93, Ф97, Ф98) / **312**

Ошибки (не)построения эмпатических отношений / 316

П5. Раздражение (Ф12, Ф50) / **316**

П6. Нечувствительность к напряжению
(Ф6, Ф11, Ф25, Ф28, Ф94) / **321**

П7. Панибратство (коммуникативная
интерференция) (Ф79, Ф61, Ф66, Ф90) / **325**

П8. Доминирующая позиция
(Ф31, Ф54, Ф66) / **327**

Ошибки конструирования информированного согласия / 330

П9. Необъяснение правил и процедуры
(Ф31, Ф44, Ф96, Ф101) / **331**

П10. Предоставление ложной информации
(Ф45, Ф62, Ф74, Ф101) / **335**

П11. Игнорирование вопросов респондента
(Ф40) / **338**

П12. Обесценивание исследования
(Ф74, Ф101) / **340**

Выводы / 342

VI. Методология стандартизированного интервью / 345

Методологическая рамка / 349

Шаг первый: Методы интервью / 352

Шаг второй: Исследовательское
интервью / 361

Шаг третий: Метод стандартизированного
интервью / 365

Выводы / 376

Заключение / **385**

Литература / **392**

Тематический указатель / **404**

Предисловие

Простое понятие С(Т)И

Александр Ослон, кандидат технических наук, президент Фонда «Общественное мнение».

В этой книге содержатся две большие идеи о главном инструменте опросов общественного мнения — стандартизированном (телефонном) интервью — С(Т)И. И обе сильно удивят читателя.

Во-первых, есть мир, в котором обитают различные формы Интервью, релевантные определенным социальным ролям: Терапевт, Адвокат, Священник, Социальный работник, Психоаналитик, Социальный исследователь, Журналист, Следователь. В этом мире есть форма, имеющая для авторов особое значение — Исследовательское интервью, выполняемое Полевым интервьюером, точнее одна из его разновидностей: работа Полевого интервьюера в роли Следователя. Это и есть С(Т)И (!). Вот такая удивительная онтология, открывающая глубины в простом и знакомом понятии.

Во-вторых, Полевой интервьюер как Социальный исследователь, да еще в роли Следователя-Модератора, стандартизирующего речевую активность Респондента. Это уже неожиданность. Но самое важное: работа Полевого интервьюера раскладывается на ряд задач, и для их решения требуется исполнение всех

указанных ролей, но уже в профессиональном варианте: Контролер, Собеседник, Слушатель, Экзаменатор, Интерпретатор, Критик, Парламентер, Модератор. Вот каким многомерным и сложным предстает усилиями авторов простой и знакомый Полевой интервьюер!

Таким образом, авторы создают методическую оптику для понимания работы реальных интервьюеров в реальных С(Т)И. И она реально работает: основной объем книги — эмпирический анализ большого массива фрагментов С(Т)И. Поверьте, это захватывающее чтение!

Июнь 2018

О нестандартном стандартизированном интервью

Борис Докторов, доктор философских наук, профессор, почётный доктор Института социологии РАН, действительный член Российской Академии социальных наук, независимый аналитик и консультант.

С большим интересом и несомненной пользой для себя прочел книгу Дмитрия Рогозина, Анны Ипатовой и Надежды Галиевой «Стандартизированное (телефонное) интервью». Ниже объясню, чем вызван интерес и в чем я вижу пользу — не только для себя — этой книги, но прежде всего замечу, что ознакомление с концепцией этой работы и с ее содержанием породили во мне массу воспоминаний о, как кто-то скажет, неблизких 1960—1980-х, когда методолого-методическая тематика, особенно технологии,

процедуры опросов активно обсуждались советскими социологами. Безусловно, в отдельных случаях исследователи обращались к территориальной выборке, проводили опросы в домах респондентов, сопоставляли данные, полученные разными методами, но не эти технологии были доминирующими. Реальная практика того времени была весьма ограниченной: прежде всего использовались нехитрые приемы анкетирования по производственной выборке с привлечением распространителей анкет, в лучшем случае прошедших непродолжительный инструктаж непосредственно перед выходом в поле. Но я не хотел бы, чтобы у читателей возникло представление о том, что в те годы социологи переоценивали качество получаемой ими информации и не знали других практик. Моя социологическая деятельность начиналась в Ленинграде в середине 1960-х, но уже к тому времени В.А. Ядов и Б.М. Фирсов прошли обучение в Англии и активно делились своими знаниями и привезенной литературой. И не только они.

Приведу пример того, как наше профессиональное сообщество осваивало методическую культуру, подробнее эта история описана в монографии [Докторов, 2013]. Входявшие в социологию во второй половине 1960-х годов, не только ленинградцы, помнят перевод книги У. Гуда и П. Хатта [Goode, Hutt, 1952] по методам эмпирической социологии. Этот неизданный текст многим помог в овладении азами социологических методов. Через четыре десятилетия после описываемых ниже событий на мой вопрос В.А. Ядову, знакомили ли студентов в годы его обучения на философском факультете ЛГУ с основами тестирования и опросными методами, он ответил: «Конечно, о тестах, эксперименте в психологии я знал, но впечатления это не произвело. Гуд и Хатт — совсем другое, так как я понял, что есть эмпирическая социология». По мнению А.Г. Здравомыслова, Гуд и Хатт вооружили первое поколение социологов методами, т.е. грамотными средствами реализации идей.

В моем историко-социологическом проекте тема перевода данной книги возникла в 2005 году в продолжительной беседе по электронной почте с В.А. Ядовым. По его воспоминаниям, все началось с того, что однажды И.С. Кон сказал: «Володя, мне попалась книга Гуда и Хатта о методах социологического исследования. Посмотри, я думаю, тебе будет интересно». И далее Ядов отметил, что книга произвела на него сильное впечатление.

Завершив интервью с Ядовым, я обратился за комментариями к Кону. Он написал, что видит свою заслугу лишь в том, что «раньше других понял необходимость эмпирической социологии, выписал нужную книгу и не был собакой на сене, а отдал ее тем, кому она была реально нужна». Получив книгу, он, по его воспоминаниям, «...отдал ее ребятам, среди которых был и мой аспирант Эдик Беляев. Они немедленно начали ее осваивать, и это существенно облегчило их собственный старт». Здесь «ребята» — это, прежде всего, Ядов и Здравомыслов, отчасти и Беляев, ведь в то время в лаборатории было лишь несколько сотрудников.

Завершу это воспоминание словами из интервью с В.А. Ядовым 2005 года. Говоря о переводе Гуда и Хатта, он заметил, что текст ходил по рукам в машинописном виде, и закончил следующими словами: «Если полистаешь мое пособие по методам исследования, там немало ссылок на эту книгу» [Ядов, 2005]. Говоря о «пособии по методам исследования», Владимир Александрович имел в виду свою классическую книгу [Ядов, 1972], а это значит, что все поколения читателей книги Ядова в той или иной мере погружены в контекст книги Гуда и Хатта.

И еще: приведу ранее не публиковавшееся письмо И.С. Кона. 21 апреля 2010 года в письме Игорю Семеновичу я кратко изложил биографии Гуда и Хатта и заметил: «Так вот, поскольку методы пришли в СССР во многом через книгу Ядова, который основательно изучал и цитировал Гуда и Хатта, то

можно проследить цепочку связей (правда, нет прямого контакта) от Ядова к Гуду-Хатту, и возникает вход в американскую социологию... такое интересное коммуникационное древо.. безусловно, подобное можно делать применительно к Парсонсу и другим американцам... как они проникли в СССР...» И в тот же день получил ответ: «Конечно, Боря, я знал, кто такие Гуд и Хатт. С Гудом я позже был хорошо знаком, был у них дома в Кембридже (когда был в Гарварде). Если память не изменяет, его книга, которую я читал, называлась вроде *World revolution of family pattern*, мне это было интересно, я ее где-то цитировал. Его жена была профессором *Women studies* в Гарварде, она рассказала мне много интересного о женских колледжах, я как раз получил приглашение в Уэллсли. Но это было 20 лет спустя. А книгу Гуда я знал много раньше, это одна из важнейших работ по социологии семьи. И статьи его я читал. Харчев тоже, вероятно, был с ним знаком. Так что цепочек было несколько». И буквально через пять минут пришло дополнение: «Боря, неужели Вы думаете, что я мог потратить дорогую валюту на покупку книги неизвестно кого и неизвестно какого качества? Книгу я просмотрел в Москве, а работы Гуда знал. Меня интересовали именно сравнительные исследования. Игорь».

Далее, как мне представляется сейчас, теория и практика опроса в СССР развивались своими собственными путями, которые пересекались относительно редко. С одной стороны, книга В.А. Ядова по методам социологии (1972), работа В.Э. Шляпентоха «Проблемы достоверности статистической информации в социологических исследованиях» (1973), «Рабочая книга социолога» под редакцией Г.В. Осипова (1976) и еще небольшое количество книг, увидевших свет несколько позже, знакомили советских социологов с разными версиями опросов, рассматривали правила конструирования и проверки работоспособности шкал. С другой стороны, при отсутствии в стране социологи-

ческого образования и продолжительной неопределенности статуса социологии, наша наука развивалась «самодеятельно». Активные молодые обществоведы, узнав о том, что анкетирование — это уже социология (а многие и вообще думали, что социология и есть анкетирование) начинали самостоятельно проводить опросы в производственных коллективах, наиболее решительные — создавали лаборатории, ехали в Москву и Ленинград, Свердловск или Новосибирск за знаниями. Не обошла «анкетомания» и академическую науку, ведь во многих случаях анкетный опрос был единственным приемом сбора первичной информации. Все немалые расходы в этом случае возлагались на предприятия, которые заказывали исследования, они же выделяли людей для распространения анкет и сбора заполненных документов. Нередко на их же вычислительной технике обрабатывались полученные данные.

На рубеже 1970—1980-х годов такая практика началась. Отмечу, что пионерами здесь можно считать Владимира Шляпентоха и его сотрудников, а также Елену Башкирову и Франца Шереги. Но коренные перемены принесла перестройка и особенно создание в 1987 году Всесоюзного центра изучения общественного мнения. Опросы ушли с производства и перебрались в дома респондентов, стали регулярными и потребовали создания общенациональной сети интервьюеров. Как следствие, актуализировались проблемы проведения формализованного (на базе анкеты) интервью и обострились вопросы методологии личного общения интервьюера (анкетера) с респондентом. Прошло еще несколько лет, и в России стали развиваться телефонные опросы, до того использовавшиеся крайне редко, поскольку телефонизация населения даже в городах-миллиониках долго оставалась крайне низкой, не обеспечивавшей построение репрезентативной выборки.

В последние годы уже мало кто сомневается в эффективности телефонного стандартизированного интервью, более того,

этот метод стал доминирующим при сборе социологической и социально-статистической информации.

Этот краткий экскурс в прошлое сделан в силу двух обстоятельств. Очевидно, книга рождена не на пустом месте. Значит, во-первых, необходимо было показать, в какой линии развития советской / российской социологии следует рассматривать настоящую книгу. Во-вторых, этот историко-социологический анализ показывает своевременность книги о стандартизированном телефонном опросе и позволяет допустить, что книга авторского коллектива Рогозин, Ипатова и Галиева будет востребованной по крайней мере тремя группами читателей. Социологами-методологами, концентрирующими свое внимание на опросных технологиях; социологами-преподавателями, ибо существует определенный дефицит литературы, подробно останавливающейся на анализе и процедурных аспектах методов социологии; и практиками проведения телефонных опросов.

И еще я хотел бы указать на тот факт, что книга «Стандартизированное (телефонное) интервью» может рассматриваться как прямое продолжение линии развития российской социологии, заданной переводом работы У. Гуда и П. Хатта, и этот вывод не предполагает, что авторы рецензируемой работы хотя бы слышали о ней. В моем понимании близость двух этих книг определяется более глубоким механизмом научного и человеческого общения В.А. Ядова, Г.С. Батыгина и Д.М. Рогозина. Батыгин не учился у Ядова, так что здесь нет обыденной связи «профессор—студент», но их соединяло понимание роли метода в социологическом исследовании и осознание необходимости тщательного анализа социологического инструментария. Что касается влияния Батыгина на Рогозина, то оно многоканально и охватывает все аспекты профессионального и личностного общения.

Об отношениях Ядова и Батыгина мне известно из многочисленных бесед с Ядовым и его статьи под: «Свидетельствую:

Геннадий Батыгин был со-организатором Института социологии» [Ядов, 2011]. Эта тема рассматривалась мною в книге о В.А. Ядове [Докторов, 2016]. О роли Батыгина в жизни Rogozina, Дмитрий подробно и с большой теплотой рассказал в интервью, ставшем основой его книги, в ней есть две «именные» главы: «В профессиональном поле Батыгина» и «Жизнь после Батыгина» [Рогозин, 2016]. Если учесть, что я уже много лет знаком с Рогозиным и результатами его исследований, то я не очень удивился, когда получил от него рукопись этой книги. Конечно, я не мог знать ее содержание, но, когда начал знакомиться с ним, понял, что интенция книги была априори мною оценена верно.

Я не сразу осознал смысл названия книги, так как никогда не встречал (или не помню), чтобы в названии книги было слово, заключенное в скобки. Но через какое-то время пришло объяснение этого «казуса»: авторы тем самым сразу посылают читателям сигнал, что слово «телефонное» в заголовке как бы не ключевое, что книга — о методе стандартизированного интервью в разных его версиях. Они сосредоточились в первую очередь на том, что стандартизированное интервью — это форма общения интервьюера и респондента, и она всегда специфична, личностна.

Из методической литературы и личного опыта я давно знал, что лишь отдельные составляющие технологии и организации стандартизированного интервью могут быть стандартизированы, но невозможно стандартизировать процедуру, процесс общения интервьюера и респондента, общение между этими двумя участниками беседы начинается задолго до того, как интервьюер зачитает респонденту первый вопрос.

В Америке телефонные интервью — повседневная реальность, и я часто оказываюсь в ситуации, когда мне предлагают участвовать в опросе. Бывает, это — «робот-опрос»; в этом случае вопросы зачитываются автоматически после ответа на предыду-

щий, а для ответа на вопрос нужно нажать подходящую кнопку на клавиатуре телефонной трубки. Пожалуй, это и есть «абсолютно» стандартизированное интервью. В других интервьюер узнает, есть ли у меня несколько минут для участия в опросе и, получив мое согласие, начинает задавать вопросы. Это уже общение. Бывает, я не все понимаю в вопросе: могут быть не известные мне слова, я не все понимаю из-за индийского или испанского акцента, да и в разных штатах существуют свои диалекты. Иногда я четко вижу, что не хватает формы ухода от ответа, типа «Не знаю» или «Это не относится ко мне».

Как правило, интервьюер идет мне навстречу, но не более, чем повторно зачитывая вопрос. Я понимаю его поведение, меня предупредили, что наша беседа записывается, и он не хочет, не может не следовать инструкции. И я иду ему навстречу и выбираю ответ, наименее отличный от того, как я хотел бы ответить. Однако я не помню случаев, когда бы интервьюер вступал со мною в разговор, обсуждение по поводу формулировок вопросов. Другими словами, он «держится» за максимально стандартизированную процедуру (модель) интервью.

Перенесемся на 48 лет назад, в 1970 году, с 15 по 22 января, в СССР проходила Всесоюзная перепись населения и я был направлен заведующим кафедрой марксистско-ленинской философии Ленинградской Высшей партийной школы А.Г. Здравомысловым для работы переписчиком в комиссию по проведению выборки. Уже не помню, какое количество квартир я должен был посетить, но все это было для меня крайне интересным. Отчасти потому, что я работал в том районе, где прошли мои детство, школьные и студенческие годы. Это был старый район Ленинграда, в центре которого расположен Таврический сад; здесь я знал многие дома и проходные дворы, потому мне было легко ориентироваться. В те годы в домах, где я должен был работать, были преимущественно большие коммунальные квар-

тиры, так что за вечер я описывал значительное число жильцов, посетив всего 2–3 квартиры.

К тому моменту я работал в социологии уже два года, слушал лекции Здравомыслова и сразу понял, что имею дело со стандартизированным интервью в двух версиях: форма 1 (короткая) — переписной лист сплошной переписи и форма 2 (длинная) — переписной лист выборочной переписи. Во время инструктажа мне все казалось ясным и я не думал, что многие «простые» вопросы будут сложными для ответов.

Помню небольшую комнату-пенал в коммунальной квартире: когда я вошел, меня уже ждали, так как до этого я предварительно посетил моих будущих информантов, и мы договорились о дне и примерном времени опроса. В комнате находились три человека: молодая женщина, мужчина несколько старше ее и мальчик лет пяти-шести. Мальчика сразу отправили поиграть в одну из соседних комнат, и я начал беседу с женщиной. Все шло легко до вопроса о ее семейном положении. Помню, собеседница настаивала на том, что она — не замужем, тогда как сидевший рядом мужчина не соглашался с ее ответом и представлялся ее супругом. Спор сразу шел на высоких тонах, и в какой-то момент мне все же пришлось вступить в обсуждение. К какому-то решению мы пришли, но, очевидно, это мое интервью не было стандартизированным.

Вспоминается еще одна сентиментальная история. В маршрут переписи входила оранжерея Таврического сада, расположенная на углу Шпалерной (тогда ул. Воинова) и Потёмкинской улиц. При оранжерее были парники, в которых выращивались цветы, и собственно, мой объект, «Дом садового мастера» В. Гульда, создателя Таврического сада и оранжереи. Этот дом, выстроенный в конце XVIII века, считается ценнейшим образцом усадебной архитектуры эпохи классицизма. Поскольку я жил рядом, я давно знал этот дом, он притягивал

меня к себе. И здесь мне представилась законная возможность побывать там.

Зашел, увиденное запомнилось навсегда: на первом этаже — разные служебные помещения, на втором — нечто грустно-страшное. Деревянный истёртый пол, вдоль стен стоят сапоги и висят ватники работников парников, и крошечные комнатенки. При первом обходе помещения, когда я должен был узнать, сколько там проживает людей и договориться с ними о времени беседы, я обратил внимание на очень аккуратную комнатку и ее хозяйку. Я был на пороге 30-летия, и она показалась мне пожилой. Но особо меня привлекла большая застекленная фотография совсем молодого человека в военной форме. Фотография висела на правой от входной двери стене над небольшим столом, за ним — у окна шкаф. Левую стену занимала кровать, перед которой у входа была вешалка. Больше ничего там не было, да и не могло быть, пространство не позволяло.

По молодости и простоте душевной я, указывая на фотографию, спросил у этой женщины: «Это ваш сын?» Помолчав, она ответила: «Муж...» Я сразу все понял: ее муж навсегда остался молодым, а женщина за послевоенные годы постарела. Теперь я понимаю, все послевоенные годы она жила перед этой фотографией и постоянно говорила со своим мужем. Мне стало стыдно, я быстро договорился с ней о времени беседы и буквально убежал оттуда.

Когда я пришел в оговоренное время, она встретила меня как родного или очень близкого человека. Заметив, что на моем пальто оборвана вешалка, сразу попросила дать ей пальто и стала пришивать новую. Я рассказывал женщине о переписи населения, собеседница все быстро понимала, закончила шитье, сделала чай. Она явно бежала от одиночества. Мне было сложно начинать опрос: согласно плану выборки, она должна была отвечать на вопросы короткого переписного листа, по-моему,

это занимало не более 10–15 минут, но я видел, что она ждала долгого разговора. Мы поговорили по длинному листу, но и после этого я не мог закончить это стандартизированное интервью, встать и уйти. И я попросил ее рассказать о погибшем муже. Мы оба понимали, что это — вне рамок переписи, но я чувствовал, что это надо было сделать, а ей было важно выговориться.

Почему настоящая книга оживила во мне воспоминания о том моем первом опыте стандартизированного интервью? Потому что она отвечает моему видению этого метода, она с самого начала разбивает ложные попытки упрощенных представлений об этом типе интервью и направлена против тривиализации межличностной коммуникации интервьюера и респондента, книга стремится показать читателю, что в действительности все не так просто. Можно стандартизировать многое в процедуре интервью, можно написать четкие и строгие инструкции о его проведении, но невозможно экранировать интервьюера от влияния обстановки, среды его беседы с опрашиваемым и элиминировать личностные особенности собеседников, а также многообразие природы деятельности интервьюера. Я потому постарался изобразить пространство, в котором проходила моя работа переписчика, и дать пусть самое общее описание моих респондентов, что это оказало на меня сильное влияние и вынудило нарушать предписанное мне инструкцией поведение. Однако я допускаю, что на моем месте другие переписчики вели бы себя иначе.

Полезность книги я связываю с организацией ее содержания, балансом теоретических построений и эмпирических данных о поведении интервьюера и респондента в телефонном стандартизированном интервью. Таким образом, книга совмещает в себе введение в логику метода и гайд, справочник для интервьюеров, помогающий им ориентироваться в своей практической деятельности.

Теоретическую рамку книги составляет предложенная Симоном Кордонским «веерная матрица», позволяющая трактовать деятельность интервьюера при сборе социологической информации как исполнение им совокупности ролей, присущих людям, работающим в смежных областях исследовательско-аналитического пространства: медицине, психиатрии, юриспруденции, социальной работе, беседе священников. Согласно материалам, приведенным в книге, конструкция, названная «веерной матрицей», учитывает результаты многолетних поисков большого числа исследователей в области совершенствования интервью, и потому она может помогать в анализе стандартизированного интервью, задуманного авторами. Но получится ли это? Время покажет.

Но что уже сейчас мне представляется заслуживающим внимания и использования, — это четыре блока оригинальной информации, отражающей практику проведения стандартизированных интервью. Во-первых, это более сотни фрагментов стандартизированных интервью, в которых происходили какие-либо сбои или отклонения от стандартизации, что требовало от интервьюера дополнительных усилий при решении поставленной перед ним задачи. Во-вторых, более пятидесяти историй интервьюеров; короткие рассказы о том, как они пришли в эту профессию и собственно о своей работе. Возможно, мы видим здесь первый совокупный портрет работников этой отрасли. Далее — блоки примеров правильных и неправильных решений интервьюеров в нестандартных ситуациях, возникающих в их работе.

В целом представлен уникальный архив информации для методической работы (анализ качества измерения) и обучения интервьюеров. К тому же, это просто богатейший материал для размышлений о том, что и как мы делаем в области сбора и анализа необходимых нам данных. Книга хорошо написана,

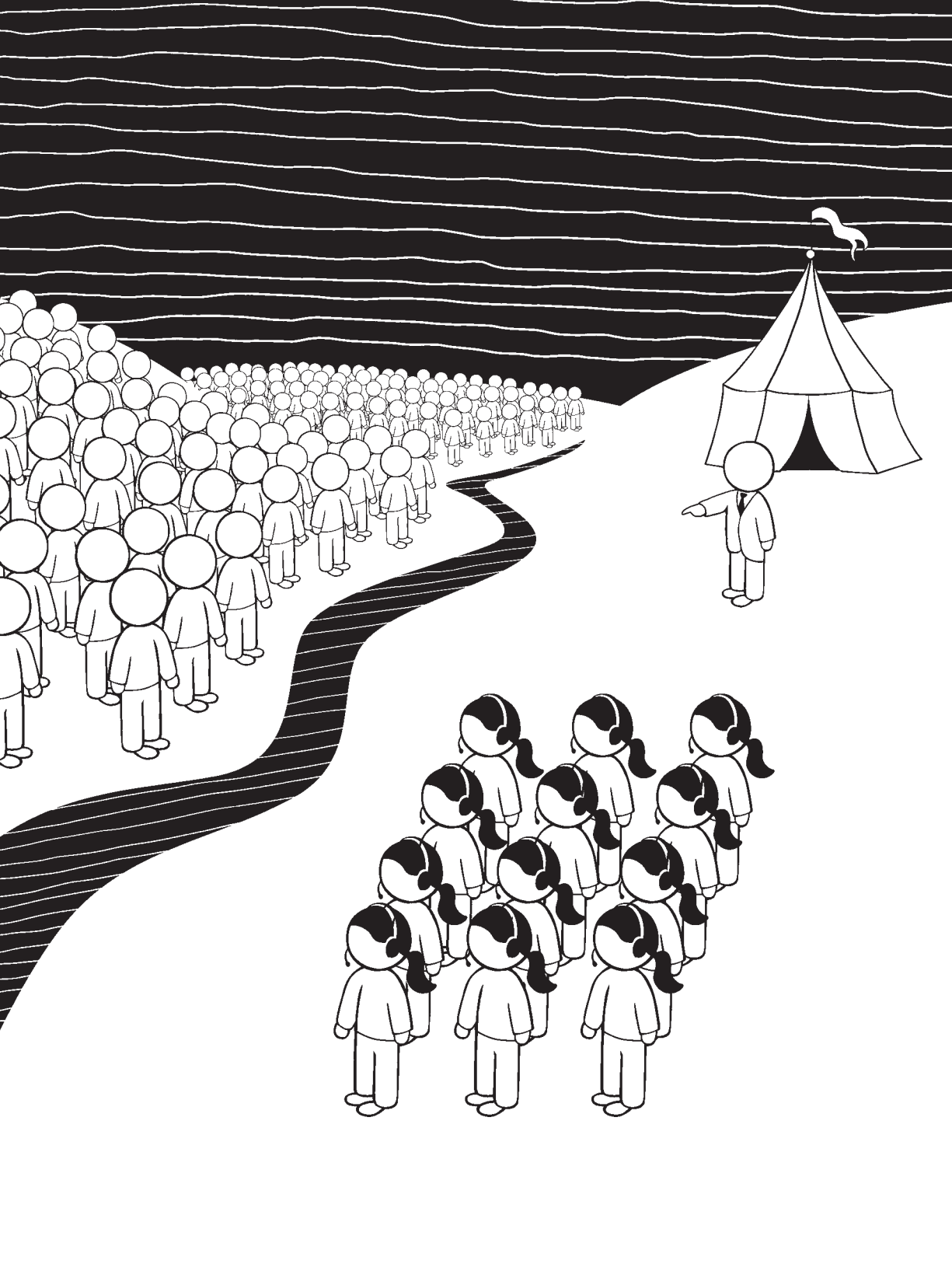
но она — не для быстрого чтения: дело не только в освоении сквозной идеи — стандартизированное интервью не такое уж стандартное, но в погружении в примеры, иллюстрации этого утверждения. И можно согласиться с авторами в том, что центральная роль полевого интервьюера в стандартизированном интервью — модератор, контролирующий и управляющий стандартизацией в разговоре. Но и другие роли ему непременно надо осваивать.

Хотелось бы пожелать авторам продолжить направленное, детальное изучение опросной технологии. Они найдут здесь интересные для решения методологические задачи и обогатят практику отечественной социологии.

Июнь 2018

Литература

1. Докторов, Б. Мир Владимира Ядова. В.А. Ядов о себе и его друзья о нем. М.: ВЦИОМ, 2016.
2. Докторов, Б. Современная российская социология. История в биографиях и биографии в истории. Санкт-Петербург: Европейский университет в Санкт-Петербурге. 2013. <[http://socioprognoz-ru.1gb.ru/files/File/2018/2013History-Soviet-Sociol\(1\).pdf](http://socioprognoz-ru.1gb.ru/files/File/2018/2013History-Soviet-Sociol(1).pdf)>
3. Рогозин Д. Автобиография в переписке с Борисом Докторовым. М.: ФОМ. 2016.
4. Ядов, В.А. «Надо по возможности влиять на движение социальных планет» (Интервью Б.З. Докторову) // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2005. №3. С. 2–11.
5. Ядов, В.А. Свидетельствую: Геннадий Батыгин был со-организатором Института социологии // Социологический журнал. 2011. № 1. С. 128–130.
6. Ядов, В.А. Социологическое исследование. Методология. Программа. Методы. М.: Наука, 1972.
7. Good, W.J., Hatt, P.K. Methods in Social Research. New York: McGraw-Hill, 1952.



Введение

Любое социальное исследование показывает, что всякое практическое решение создает новую ситуацию, которая рождает собственные проблемы, требования и потребности.

Исайя Берлин

СТРЕМЛЕНИЕ К ИДЕАЛУ

Следует четко разделить, с одной стороны, наш субъективный опыт или наше чувство уверенности, которые никогда не могут оправдать никакое высказывание (хотя, конечно, они могут служить предметом психологического исследования), и, с другой стороны, объективные логические отношения, имеющие место между различными системами научных высказываний и внутри каждой из них.

Карл Поппер

ЛОГИКА НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Стандартизированное интервью — основной метод в опросной индустрии. Неудивительно, что, занимаясь опросами, мы уже долгие годы наблюдаем, описываем, оптимизируем приемы, техники, правила и нормы стандартизации. Позади сотни исследований, в которых нам приходилось участвовать в разных качествах — от полевых интервьюеров до супервайзеров, контролёров или организаторов полевых работ. Менялись тематика, требования заказчиков, контекст и социальная ситуация. Неизменной оставалась растерянность перед простым и безыскусным методом, за которым скрывались сложные и не поддающиеся описанию приемы и техники, необходимые для поддержания этой простоты и безыскусности.

С одной стороны, трудно было усомниться в жестких требованиях стандартизации, предписывающих строгую речевую дисциплину, отсутствие отклонений от заранее подготовленных сценариев разговора. С другой — предписания редко выполнялись даже у самых искусных интервьюеров [Рогозин, 2017]. Когда попадался несговорчивый респондент, рецепты отстраненности и неучастия переставали работать. Другими словами, стандартизированное интервью, на деле реализуется с помощью техник, далеко выходящих за рамки стандартизированных процедур.

Мы давно привыкли к подобной двойственности. С одной стороны, норма, с другой — жизнь, и третьего не дано. Однако теории стандартизированного интервью, или теории полевого интервьюера, на таких основаниях не построить. Можно сколько угодно повторять нормативные предписания, корректировки, которые вносит полевая ситуация, стирают их в пыль. Поэтому настоящей удачей оказалось знакомство с методом веерных матриц [Кордонский, 2001, 2011], позволяющим преодолеть ограниченность нормативного дискурса и начать строить описания, релевантные наблюдаемым проявлениям стандартизации.

Согласно веерному построению теоретических описаний, не нужно сковывать себя одной метафорой, следовать линейной логике изложения. Любой метод может быть представлен как сложно устроенная иерархическая матрица ролевых позиций и онтологических принципов, присущих каждой из них. Реализация метода определяется не единственным сочетанием онтологической нормы и соответствующей ей методической практики, а разнообразными пересечениями и дополнениями различных онтологий и методических подходов. Стандартизированное интервью — не исключение.

Основная компонента стандартизированного интервью — обеспечение стандартизации разговора. Ее описанию посвящены сотни учебников по количественным методам, тысячи инструктивных материалов и научных статей. Но кроме этого, от интервьюера требуется контролировать исполнение исследовательской программы, быть собеседником, слушателем, интерпретировать полученный ответ, соотносить его с опытом респондента, предотвращая возможные смещения, договариваться о границах допустимого в интервью и, наконец, критиковать опросный инструмент, обеспечивать исследователя аргументами для внесения правок в методологию опроса. С одним лишь представлением о стандартизации столь полный список задач невозможно ни решить, ни описать. Потому предложенный Кордонским подход последовательного рассмотрения ролевых функций, заимствованных из смежных областей, представляется наиболее оптимальным и оправданным.

В главе «Методология стандартизированного интервью» представлены основания для построения теоретического описания стандартизации. Отталкиваясь от базовых методологий интервью, предложенных Богардусом, строится описание исследовательского интервью, и уже на его основаниях выводится интервью стандартизированное как методический прием проведе-

ния полевого исследования. Мы не решились поместить главу в начало книги, как бы логично и традиционно это ни выглядело для подобных изданий. Во-первых, подход оказался слишком новым и непривычным даже для нас. И начинать с него — заведомо отпугнуть неподготовленного читателя. Во-вторых, наблюдая за стандартизированными интервью, разговаривая с интервьюерами, мы обнаружили не все роли и компоненты интервью, полученные нами аналитически. Заявить о них в начале и никак не подтвердить в эмпирическом материале представляется не слишком оправданным ходом. Поэтому шестая глава описывает генезис теоретической оптики, сквозь которую мы наблюдаем за процессами конструирования общественного мнения. А начинается книгу усеченное описание этой оптики (первая глава), позволяющее упорядочить разнообразие наличных практик интервьюеров.

Во второй и третьей главах представлен обработанный эмпирический материал. Вторая глава — это корпус коммуникативных ситуаций, или расшифровки фрагментов интервью с нашими комментариями и разметкой на хорошее, плохое и неясное выполнение опросного задания интервьюером. В третьей главе размещены истории интервьюеров, их рассказы о работе, представления о правильном и неправильном, суждения о своей роли в исследовательском процессе. Третья глава — это обработанные профессиональные биографии, которые позволяют увидеть обычно скрытый мир полевых интервьюеров, их критическое отношение к происходящему со стороны.

В четвертой главе разбираются правильные решения интервьюеров, в пятой — неправильные. Все примеры взяты из второй главы «Корпус коммуникативных ситуаций» и снабжены ссылками на конкретные ситуации. Отталкиваясь от методической оптики, предписывающей интервьюеру исполнение разных ролей и функций, мы указываем на промахи и недостатки,

связанные с доминированием одной из ролей в ущерб остальным или игнорированием значимой роли в конкретной опросной ситуации. Мастерство интервьюера проявляется в сложных коммуникативных ситуациях, потому мы и отбирали лишь те случаи, в которых происходили сбои по инициативе любого из участников стандартизированного интервью. Таких ситуаций слишком много в любом опросе, и не составляет труда составить их корпус любого объема.

Таков содержательный план книги, или предмет ее изложения. Объект, или материал для подготовки и развития теоретического описания представлен в исследованиях, которые мы организуем и проводим в Институте социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте Российской Федерации. Для этой книги мы остановились на четырех недавно реализованных опросах.

Метод проведения всех исследований — телефонный опрос CATI (Computer-assisted Telephone Interviewing). Способ построения выборки во всех исследованиях — случайная систематическая стратифицированная двухосновная выборка номеров мобильных и стационарных телефонов (RDD). Соотношение мобильных и стационарных телефонов в выборках разных опросов несколько менялось: от 55 % (мобильные) на 45 % (стационарные) до 65 % (мобильные) на 35 % (стационарные). Все опросы были общероссийскими. Проводили опросы наши основные партнеры: Институт общественного мнения «Квалитас» (Воронеж), маркетинговый центр «Контекст» (Томск), CATI & CALL-центр VOICE (Омск), компания «Максима» (Чебоксары).

(1) Социальные риски пенсионного и предпенсионного возрастов. Телефонный опрос 1600 респондентов был проведен в апреле 2013 года. Целью исследования было изучить современные тенденции старения и реальные / потенциальные

возможности поддержания высокого качества жизни в старшем возрасте. Опрашивались люди в возрасте 45 лет и старше. Если к телефону подходил кто-то моложе 45 лет, то у него спрашивали о присутствии в домохозяйстве человека нужной возрастной категории. И если здесь проживал подходящий по возрасту респондент, то взявшего трубку просили позвать этого человека или назвать номер, по которому ему можно перезвонить. В то время мы не рассматривали возможность опрашивать не только самих пожилых, но и молодых членов семьи о пожилых. К этому мы пришли спустя несколько лет. Мы только начали деятельность по обучению интервьюеров и проведению тренингов для них, поэтому аудиозаписи прослушивались не столько для оперативной корректировки действий интервьюеров, сколько для получения дополнительного материала при анализе результатов опроса. В этом опросе мы впервые задали несколько вопросов о смерти, используя простой предваряющий вопрос «Можно вам задать несколько вопросов о смерти?»

(2) Перспективы и барьеры социального развития. Телефонный опрос проходил в период с 14 по 22 марта 2017 года. Было опрошено 3000 респондентов в возрасте от 18 до 91 года. На проекте работало три звонковых центра. Но один из звонковых центров из-за загрузки по другим проектам работал на опросе малыми силами (каждый день на опросе работало не более трех человек), а 21 и 22 марта не работал совсем. Соответственно, у этого звонкового центра показатели эффективности были ниже, чем в двух других центрах. С первого дня опроса проводился оперативный контроль работы интервьюеров. Каждый день до 20 марта включительно прослушивались аудиозаписи разговоров с респондентами, делались пометки об ошибках и неточностях. Мониторинг проводили три научных сотрудника, каждый прослушивал ежедневно в сред-

нем 3 интервью. Мониторинг качества работы интервьюеров показал высокий уровень профессионализма интервьюеров, их стойкость и способность удерживать респондента в сложных коммуникативных ситуациях. Целью данного опроса было выявление основных адаптационных практик, реализуемых различными слоями российского населения, определение качества и эффективности этих практик. Анкета состояла из большого числа вопросов, направленных на выяснение доходов и расходов домохозяйств.

(3) Мониторинговое обследование демографического, социального и экономического поведения населения Российской Федерации. Телефонный опрос проведен с 4 по 18 апреля 2017 года. Звонковые центры работали все дни, за исключением Пасхального воскресенья (16 апреля). Опрашивались граждане России в возрасте от 18 до 72 лет. Всего опрошено 9604 респондента. В ходе проведения опроса было принято решение «добрать» анкеты многодетных семей, чтобы исследовать эффективность программы материальной поддержки. Однако из 7709 дополнительных звонков лишь 100 пришлось на целевую аудиторию, поэтому добор многодетных семей было решено прекратить. Это уже третья волна данного комплексного исследования, целью которого является изучение демографического, социального и экономического поведения россиян. Анкета в данном исследовании продолжительная, со множеством фактологических и сенситивных вопросов о семье, детях, партнерах. В течение первой недели, как и в предыдущем опросе, проводился мониторинг качества работы интервьюеров. Несмотря на сложность и большой объем анкеты, грубых ошибок и нарушений у интервьюеров во время оперативного контроля выявлено не было. В переписке один из руководителей звонкового центра упомянул, что такие опросы с предельно фактологической анкетой

нравятся многим интервьюерам: «Не требует большого напряжения для расшифровки умозаключений. Темы понятные для всех. В текущем опросе, например, темы: ИГИЛ¹, Международный экономический форум... Когда попадется одинокий пожилой человек — вообще песня!»

(4) Пассивное старение и активное долголетие. Телефонный опрос проходил с 16 по 23 июня 2017 года. Исследуемая совокупность — люди в возрасте 65 лет и старше. Дизайн опроса предусматривал опрос как самих людей в возрасте 65 лет и старше, так и членов семей с пожилыми людьми. Было опрошено 2003 человек, из них 1120 (56%) пожилых, и 880 (44%) члены семей, с которыми мы говорили о пожилых. Опрос членов семей, живущих вместе со своими стариками, позволил улучшить качество выборки. В традиционных опросах общественного мнения, проводимых лишь с людьми, отвечающими о себе, выпадают группы старше 80 лет, испытывающие значительные проблемы с передвижением, слухом, речью и формулированием мыслей. Вместе с тем, из-за выбранного дизайна, мы недосчитались одиноких пожилых в наиболее старших возрастных группах. О них, как правило, говорили родственники. Те же, кто жил один, не имел шанса попасть в выборку, если испытывал серьезные недомогания. Целью опроса было выявить основные практики старения в российских семьях, закрепляющих стратегию старения на дому. В ходе этого опроса также велся мониторинг качества работы интервьюеров, который не выявил серьезных сбоев или нарушений.

Материалом для книги послужили фрагменты только телефонных опросов. Поэтому, не касаясь особенностей телефонного интервью, мы сочли необходимым хотя бы в скобках указать на способ проведения опроса. Сейчас мы не видим значимых разли-

чий в стандартизации коммуникативных ситуаций личного и телефонного опроса. Но возможно, мы что-то пропустили, неверно расставили акценты. Читателю важно знать не только теоретические, но и эмпирические основания проделанной работы. Указание на телефонное интервью — это подсказка для критики и опровержения представленных оснований стандартизации, которые в настоящей работе не учитывают аспект разговора по телефону.

То немного, что представляет ценность и, как говорят в российском ученом сообществе, научную новизну, стало возможным лишь благодаря тесному сотрудничеству с коллегами, друзьями, теоретиками и эмпириками, социальными исследователями, профессорами и полевыми интервьюерами.

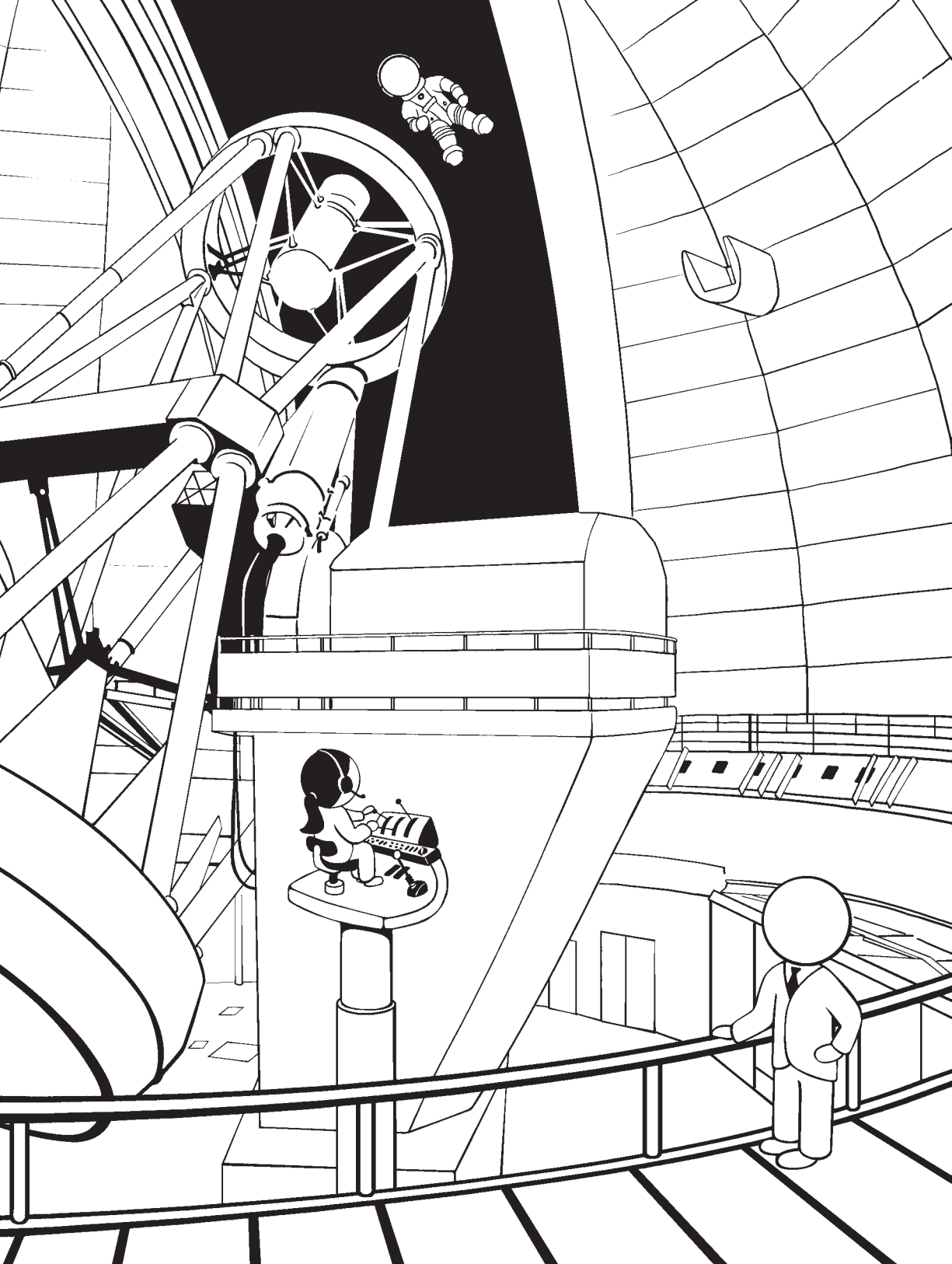
Мы особо признательны Симону Кордонскому, выступившему идейным вдохновителем настоящей работы, а также коллективу профессиональных исследователей, сложившемуся благодаря Фонду поддержки социальных исследований «Хамовники»: Л. Бляхеру, Т. Евченко, Ю. Крашенинниковой, В. Куренному, О. Моляренко, С. Мохову, А. Павлову, Ю. Плюснину, С. Селееву. Их критические комментарии и дружеская поддержка вселили уверенность в осмысленности предпринятой методологической авантюры.

Наши коллеги из Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС не только выступали авторами программ исследования, определяли для нас содержательную повестку опросного инструмента, но и активно участвовали в обсуждении методических задач, поощряли наши усилия в разработке неочевидных и порой проблематичных экспериментальных планов. Мы благодарны Т. Малевой, директору института, за возможность работать в свободной и творческой атмосфере, А. Бурдяк, Е. Авраамовой, Д. Логинову, А. Макаренцовой, Н. Мкртчяну, Е. Цацура, Ю. Флоринской — за живые обсуждения и критическую позицию по отношению к любым методическим новациям.

Пожалуй, наибольший вклад в написание книги внесли полевые интервьюеры, которые для нас стали не только поставщиками ценнейшей методической информации, но и партнерами по формулированию методических задач, поиску новых решений в, казалось бы, давно решенных вопросах стандартизации. Непосредственный вклад в написание книги внесли Е. Андреева, Н. Бакаева, Е. Васильчикова, Е. Карпенко, Г. Кузьмин, О. Пойкина, Ш. Рщанова, Н. Семёнова, Е. Шуров. Кроме того, мы благодарны Н. Лосенковой и Н. Галашовой, руководителям маркетингового центра «Контекст», Е. Майстришиной, руководителю звонкового центра «Войс» за открытость, доверие и поддержку в разработке теоретических и практических описаний стандартизированного интервью.

Безусловно, все ошибки и недочеты книги остаются на совести авторов. Мы призываем читателя ругать, критиковать, опровергать представленные обобщения и суждения. Просим лишь относиться к собственной критике ответственно: приводить аргументы, ссылаться на экспериментальные планы, любые источники суждений, публиковать свои замечания и меньше доверять собственному опыту. Последний хорош в повседневных практиках. Научная работа, напротив, строится на преодолении и тотальном недоверии к обыденным очевидностям. Стандартизированное интервью — сложное и одновременно рутинное предприятие. Не позволим рутинности переопределить, упростить наше понимание, свести его к пересказам безжизненных нормативов и догм. Теория стандартизированного интервью, которую мы представляем в настоящей книге, может стать востребованной только при условии отказа от очевидности каких-либо позиций, если их аргументация строится лишь на общественном мнении и личном убеждении. Поскольку каждое практическое решение приводит к новым проблемам и затруднениям, нужно быть готовым к наблюдению за ними и поиску действий, смяг-

чающих негативные последствия. Независимо от теоретических или практических представлений о правильном и должном, мы будем описывать социальный мир массовых опросов в его полноте и противоречивости.



Настройка методической ОПТИКИ

Ни одному региону не дано видеть себя изнутри. Определение границ или настройка оптики возможны лишь вне замыкаемой ими области.

Г. С. Батыгин

В июле 2017-го вышла в свет книга Говарда Беккера «Доказательство», посвященная доказательствам и обоснованиям, главенствующим в социальных исследованиях [Becker, 2017]. Известный методолог аргументированно, со множеством примеров доказывает несостоятельность и невежество многих количественных проектов, основанных на логике конструирования социальных фактов из ответов и распределений. Критике подвергаются как переписи населения и административные исследования, инициируемые многочисленными министерствами и ведомствами, так и сугубо академические проекты, реализуемые в строгих правилах достижения научного вывода. Причина несостоятельности заключается, по мнению Беккера, в самой природе социальных данных: неустойчивых, ситуативных, подверженных многочисленным трансформациям и изменениям.

Особого внимания заслуживает пример с Общим социальным обследованием (General Social Survey), организованным Национальным центром изучения общественного мнения США (National Opinion Research Center). Беккер останавливается на нескольких вопросах, направленных на определение значимых социальных сетей [Becker, 2017, p. 140-141]. Приведем вслед за ним точные формулировки:

Время от времени большинство людей обсуждают важные для них вещи с другими людьми. Оглядываясь назад, вспомните, кто были эти люди, с которыми вы обсуждали значимые для себя вещи за последние шесть месяцев? Просто назовите имя или инициалы. **Если названо менее пяти имен, дополнительный вопрос:** Кто-нибудь еще?

Пожалуйста, подумайте о взаимоотношениях между теми людьми, которых вы назвали. Некоторые из них могут быть абсолютно чужими, в том смысле, что они не узнают друг друга, если случайно встретятся на улице. Другие могут быть особо близки, более близки друг к другу, нежели к вам.

Они особо близки? **Дополнительный вопрос:** Более близки друг к другу, нежели к вам?

Затем, как пишет Беккер, выяснялись демографические характеристики названных людей: пол, раса, образование, возраст. Затем интервьюер задавал вопросы о характере отношений:

Это список некоторых способов, которыми люди связаны друг с другом. Некоторые могут быть связаны с вами несколькими способами. Например, мужчина может быть вашим братом, и он может ходить в одну с вами церковь, и быть вашим адвокатом. Когда я прочитаю вам имя, пожалуйста, назовите мне все способы, которыми этот человек связан с вами.

Как (имя) связан с вами? **Дополнительный вопрос:** Другие способы? (Варианты представлены на карточке: супруг, родитель, брат или сестра, ребенок, другой член семьи, коллега по работе, член группы, сосед, друг, наставник, другое).

Вопросы задавались в 1985 году и были повторены в 2004-м. В результате обнаружены колоссальные различия в ответах, полученных в первом и втором замерах. Социальные связи сократились в разы, а количество тех, кто сказал, что ни с кем не обсуждает значимые для себя вещи, увеличилось почти в три раза. Исследователи тут же стали говорить о возрастающей социальной изоляции, искать внешние причины сокращения социальных связей. Но на деле сокращение положительных ответов было связано с работой интервьюеров. Беккер ссылается на наиболее критическую публикацию Энтони Пайка и Кеннета Санчагина [Paik, Sanchagrin, 2013], которые провели вторичный анализ данных, сопоставляя замеры 2004 и 2010 годов. Они обнаружили, что наиболее отличающиеся результаты получены малой группой интервьюеров, которые, возможно, решив сократить время опроса, пропускали последующие вопросы, когда респондент называл

слишком много, по их мнению, людей. Сейчас не ясны причины этого (оптимизация работы, риск отказов и т.д.), но в результате исследователи получили социальный артефакт, ошибку, которая была представлена в качестве новых, весьма скандальных данных о развитии американского общества.

Доказать ошибочность измерения Пайку и Санчагрину удалось благодаря открытости параданных исследования, отражающих контекст проведения интервью [Paik, Sanchagrin, 2013, p. 345]. Во вторичный анализ данных исследователи включили переменные, характеризующие поведение респондента в ходе опроса, а также стаж работы и социально-демографические характеристики интервьюеров. Кроме того, подробно разбирались последовательность вопросов в анкете и особенности ответов на них. Выяснились стратегии поведения респондентов, направленные на сокращение времени ответа и уход от навязанных слишком детальными распросов.

Возможность вторичного анализа и работы над ошибками открылась благодаря стандартизации процедур опроса, координированной архивации полученных результатов и открытости данных для исследователей, занимающихся методическим разбором ситуации. К сожалению, в России ни одно из условий не выполняется полностью. Стандартизация ограничивается требованием ритуальной речевой имитации. В архивах хранятся лишь ответы на основные вопросы и не ведется работа по структурированию параданных, генерируемых в ходе ведения интервью. Имеющиеся данные, как правило, закрываются от внешних исследователей, поскольку любая критика интерпретируется как удар по репутации и раздувание нежелательных скандалов. Отсутствие критической методической культуры блокирует не только развитие метода стандартизированного интервью, но и разрушает саму исследовательскую процедуру, трансформируя ее в околometодическую игру в доказательства. Американские

ученые раз за разом обнаруживают недостатки стандартизированного интервью, российские — тщательно их скрывают. Как видим, каждая группа тратит схожие по объему усилия на решение своей задачи.

Задача этой книги — представить стандартизированное интервью как объект методической критики. Необходимо уйти от нормативных описаний, редуцирующих стандартизацию до речевых практик. Необходимо показать совокупность сложных коммуникативных и когнитивных процессов, с которыми связано получение ответов на анкетные вопросы. Стандартизированное интервью — это, прежде всего, метод получения социальной информации. И относиться к нему следует как к методу со своим набором ограничений, ошибок и запрограммированных неудач.

Но кроме критической позиции, опирающейся на теорию общей ошибки исследования [Total survey error in practice, 2017; West, Blom, 2017], мы предлагаем рассмотреть и позитивные элементы интервью, которые можно увидеть только в вопрос-ответной коммуникации, в обмене репликами. Обычно интервьюера рассматривают как источник ошибок. Мы же видим в этой профессии и огромный, зачастую скрытый потенциал для адекватного и ответственного описания социального мира. Поэтому мы отказываемся от радикального подхода, согласно которому лучший интервьюер — это его отсутствие, и показываем, как правильная теоретическая рамка стандартизированного интервью позволяет проводить надежные и валидные исследования.

Теоретическая рамка

Стандартизированное интервью мы представляем как основной элемент профессии полевого интервьюера, принимающего участие в опросах общественного мнения. С одной стороны, это область стандартов, описаний, требований и допущений, определяющих онтологический статус интервью. С другой — практики, умения, навыки, роли полевого интервьюера, необходимые для воспроизведения заданных онтологий. Для описания метода необходимо совместить два вопроса: что и как нужно делать? На первый отвечает набор компонентов стандартизированного интервью, на второй — набор ролей или активностей, свойственных интервьюеру. Только через совмещение структурных (компоненты) и деятельных (роли) аспектов можно адекватно описать профессиональную деятельность.

Построим матрицу (**табл. 1**), где по строкам будут размещены основные компоненты стандартизированного интервью, по столбцам — роли интервьюера. По главной диагонали представлены базовые, модельные описания профессии полевого интервьюера. Остальные клетки таблицы отражают различные аспекты деятельности в несвойственных для них областях (компонентах) стандартизированного интервью. В целом построенная матрица есть аналитическое отражение стандартизированного интервью, описание методологии, лежащей в основании такого рода коммуникации.

Предложенная теоретическая схема построена по процедурам веерных матриц, разработанных и детально описанных Симоном Кордонским [Кордонский, 2001, 2011; Кордонский, Бардин, 2015]. Сейчас не будем останавливаться на этом. Лишь отметим, что в матрице нет произвольных наименований. Каждое описание имеет свое обоснование, причину включения в таблицу. Подробнее об этом см. главу «Методология стандартизированного интервью».

Какие области необходимы для реализации стандартизированного интервью?

Во-первых, от интервьюера требуется обеспечение адекватности ответа. Стандартизированное интервью проводится не для удовлетворения любопытства, приятного времяпровождения, заработка или удовлетворения иных потребностей участников коммуникации. Стандартизированное интервью — это, прежде всего, интервью фокусированное, концентрированное на установленном заранее исследовательском вопросе. Программа исследования, реифицированная в процедурах опроса, тем не менее остается содержательным, концептуальным языком описания. Интервьюер — это посредник, синхронист, переводчик обыденной речи в ограниченные рамки теоретических понятий. От него в целом зависит валидность полученных описаний, обеспечение которой не гарантирует никакая установленная процедура.

Поскольку мы имеем дело с живыми людьми, разнообразными ситуациями, нетривиальными обстоятельствами, роль интервьюера не может быть редуцирована до копирования, повторения предустановленной программы. Интервьюер становится контролером качества ее реализации, а не воспроизводящим устройством, декламирующим заученные фразы.

Во-вторых, кроме получения адекватной информации, интервьюер должен поддерживать разговор, вовлекать собеседника в обмен репликами. Сохранение коммуникации, доверительности, расположенности к общению не может регламентироваться внешними указаниями. Респондент свободен в любую минуту прекратить общение, что для интервьюера становится провалом всей исследовательской программы. Поэтому роль контролера соседствует в стандартизированном интервью с ролью собеседника, заинтересованного слушателя, который не только задает интересующие его вопросы, но и воспринимает ответы, поддерживает дискуссию.

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

Таблица 1. Метод стандартизированного интервью

КОМПОНЕНТЫ СТАНДАРТИЗИРОВАННОГО ИНТЕРВЬЮ	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РОЛИ ПОЛЕВОГО	
	1". Контролер	2". Собеседник
1". Обеспечение адекватности ответа	1"–1" Исполнение программы исследования (валидность результата)	1"–2" Уточнение ответа; объяснение вопроса; ремонт неответа
2". Сохранение разговора (неформальности)	2"–1" Сопереживание, симпатия; объединяющий смех; речевая синхронизация	2"–2" Удержание речевых границ жизненного мира респондента (эмпатическое понимание)
3". Критика стандартизации		
4". Стандартизация разговора	4"–1" Объяснение правил и процедуры; информация об исследовании	4"–2" Ответы на вопросы респондента; статусность исследования

ИНТЕРВЬЮЕРА В СТАНДАРТИЗИРОВАННОМ ИНТЕРВЬЮ —

3" Критик

4". Модератор
(центральная роль)

1"–3"

Оценка адекватности
ответа

2"–3"

Вежливое завершение
интервью

3"–3"

Фиксация ошибок
анкеты и неадекватности
процедуры опроса

4"–4"

Обеспечение
стандартизации диалога,
контроль регламента
(надежность процедуры)

В урезанном, редуцированном до передачи информации представлении о стандартизированном интервью, роль собеседника не рассматривается, иногда вовсе запрещается и наказывается (выговорами и штрафами). Вместе с тем, без её развития и поддержания массовый опрос становится возможным лишь на бумаге. Отсюда возникают угрозы фальсификаций и фабрикаций как способа преодолеть надуманные нормы и правила, противоречащие особенностям разговора с незнакомыми людьми.

В-третьих, позиция непосредственного участника речевого взаимодействия напрямую связана с критикой процедуры. Интервьюер лучше кого-либо видит, переживает и осознает сбои, недочеты, смещения и ошибки опросного инструмента. Речь идет не столько об обратной связи (которая подразумевает подчиненный, алгоритмизированный характер работы), сколько об имплицитной функции критики как базовом элементе всей методологической конструкции стандартизированного интервью.

Если в должностные инструкции и обязанности интервьюера не включены положения о критике, нет необходимых форм, табелей, иных документов для регистрации, учета и анализа ошибок измерения и отбора, критика воспроизводится в неформальных, отчужденных от опросной процедуры средах. Слухи, пересуды, анекдоты, жалобы, недовольства формируют жизненные миры полевых интервьюеров, наглухо запечатывая реалии опросной коммуникации от незадачливого исследователя.

Наконец, в-четвертых, основная компонента стандартизированного интервью — это обеспечение стандартизации разговора. Без усилий, направленных на модерирование устной речи, невозможно проведение опроса. Задача модератора (а именно эту роль интервьюер выполняет в данном случае) заключается в контроле прописанных регламентов, обеспечивающих стандартные, не отклоняющиеся от общих схем форматы вопрос-ответной коммуникации.

В отличие от психологических тестов, приема у врача или участия в следственных мероприятиях респондент зачастую не понимает особенности опросной коммуникации. Он не знаком со стандартизацией и не желает вписываться в формальные рамки однозначных ответов. Поэтому, кроме предоставления информации, от респондента требуется обучиться правилам этого предоставления, освоить общий фрейм стандартизации. Только интервьюер как регулятор и охранитель общих правил может способствовать эффективному поддержанию стандартизации в стандартизированном интервью.

Модератор

Генезис роли модератора лежит за пределами опросной технологии и многим может показаться слишком преувеличенным, неправдоподобным. Оставим на потом обоснования и доводы и лишь зафиксируем в качестве аксиомы: модератор в стандартизированном интервью подобен следователю, проводящему дознание или допрос. Оба решают схожие задачи, применяют схожие методы и практики поведения, имеют схожие манеры. У следователя больше власти, устойчивей позиция, выше социальный статус, весомей меры принуждения к процедуре получения ответов. Но это не меняет предельного подобия, схожести методологической оснастки опросных и допросных процедур. «Лучший опрос — это допрос», — проговариваются полстеры. И в этой поговорке заключено много правды.

Подавляющее большинство публикаций о технологии допроса маркируются грифом «для служебного пользования»,

не доступны не только широкой публике, но и специалистам из других областей общественных наук, включая юристов. Тем ценнее и значимее работа, проводимая сотрудниками Института проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге. Описывая правовую сферу, коллеги не только возрождают традицию социологии права, обогащают смежные юридические дисциплины [Титаев, Скугаревский, Кнорре, Кудрявцев, Шклярчук, 2018], но и формируют базовые методологические нормы эмпирической социологии как таковой.

В условиях, когда юридический дискурс стал чем-то вроде прикладной теории общества, социология права обязана стать познавательным, терапевтическим и политическим инструментом (политическим в смысле *policy*, а не *politics*) [Волков, 2017а].

На примере взаимодействия эмпирической социологии права с другими дисциплинами можно наблюдать эволюцию социологии и возможности преодоления кризиса идей и кризиса влияния. Эта дисциплина начиналась в форме теоретических рассуждений о связи общества и права, снабженных историческими примерами. Но в таком виде ей грозило остаться в рамках академической науки и стать уходящей интеллектуальной модой. В дальнейшем основным способом сохранения научной продуктивности и способности влиять на социальные изменения стало практическое взаимодействие со смежными дисциплинами, такими как юриспруденция и криминология. В процессе взаимодействия социология права вынуждена облегчить категориальный багаж и пожертвовать концептуальной строгостью («социологизмом»), получив взамен возможность работать с новыми правовыми данными, изучать болезненные проблемы современного общества, предлагать решения и участвовать в их осуществлении. В эмпирико-правовых исследованиях границы между дисциплинами размыты, а от ученых требуются навыки в области права, статистики, экономики или социологии, а в скором времени потребуются еще умение программировать. В этом сравнительно успешном предприятии социологии принадлежит лишь некоторая доля, а не кон-

трольный пакет, но зато оно само продолжает приносить эпистемологические и статусные дивиденды [Волков, 2017b, с. 40].

Кирилл Титаев и Мария Шклярук проделали весьма важную работу по детальному описанию профессионального мира следователей, дознавателей и оперативных работников, укорененного в повседневных практиках ведения допросов и составления протоколов [Титаев, Шклярук, 2015, 2016]. Целевая установка следователя заключается в формировании доказательной базы через освоение письменно-протокольной формы фиксации доказательств.

Суть профессии юриста в том, что абстрактная статья в законе должна быть приложена к конкретной ситуации, имевшей место в реальности. Диспозиции статей УК РФ будут содержать описания типа «кража, то есть тайное хищение имущества, совершенное группой лиц по предварительному сговору», «грабеж, то есть открытое хищение имущества». Юрист должен соотнести это с известными действиями лица, правильно их квалифицировать [Титаев, Шклярук, 2015, с. 182].

Протокол следственного действия подобен заполненной анкете, в которую интервьюер вносит предварительно преобразованные и трансформированные фрагменты устной речи, имеющие отношение к вопросу. Оценка адекватности ответа (**ячейка 1”–3”, табл. 1**) есть навык упаковки высказывания респондента в языковую картину анкеты. Как следователь проводит «переописание реальности в тех терминах, которые позволяют уложить любой элемент наблюдаемой реальности в конкретное обвинительное заключение» [Титаев, Шклярук, 2015, с. 184], так интервьюер преобразует слова респондента, чтобы они в точности соответствовали логике стандартизированного интервью.

Не нужно строить сложных аналитических переходов в описании двух профессий, достаточно переставить лишь названия, чуть

скорректировать детали, чтобы увидеть поразительное сходство в повседневных практиках уголовного дознания и массового опроса.

Следователь — это работник, ориентированный на производство «правильного» уголовного дела, состоящего в типичном случае из относительно небольшого числа видов типовых документов. Эти документы производятся по строго определенным шаблонам, которые передаются от следователя к следователю внутри типового отдела. Шаблоны возникают как результат консенсуса между всеми локальными правоохранительными и судебными органами, при этом отдельные документы в разных районах могут сильно отличаться [Титаев, Шклярчук, 2016, с. 100].

Основная задача как следователя, так и интервьюера — это модерирование, или поддержание процедуры, способствующей переводу одного языка описания в другой, то есть формирование юридического или социологического факта, имеющего отношение скорее к социальному фону, нежели научной репрезентации мира собеседника.

Если внимательно присмотреться к миру следователей, несложно обнаружить десятки феноменологически совпадающих с миром полевого интервьюера привычек, объяснений, навыков и приемов. Это тождественные профессиональные миры.

Критик

Формирование и поддержание критической позиции в стандартизированном интервью напрямую отсылает к научно-исследовательскому этосу. Роль критика — это трансформированная роль научного сотрудника или исследователя, проблематизирующего

опросные реалии, сомневающегося в адекватности выбранных способов их измерения.

Роль критика табуирована в опросной индустрии. Она подрывает устоявшийся порядок, нарушает рутинные процедуры, непредсказуемым образом трансформирует представления о профессии полевого интервьюера. Роли критика боятся. Её проявлений избегают, прячут в кулуарах, анекдотах и пересудах. За критическую позицию наказывают и штрафуют, а порой и вовсе отлучают от профессии. Такова особенность репрессивной опросной машины, построенной на эксплуатации научного статуса, с полным пренебрежением этосом. Г.С. Батыгин определял эту ситуацию давлением партикулярных норм при выделении значимого и допустимого [Батыгин, 2003, с. 173]. Там, где отступают универсальные принципы незаинтересованного наблюдателя, на сцену выходят прагматические доводы удобства, безопасности, лояльности, ориентации на запросы начальства.

Но это лишь один из возможных миров массовых опросов. Вполне допустим его антипод — мир, в котором критика полевого интервьюера выводится из тени, предстаёт в явных, отрефлексированных и аргументированных формах. В таком контексте интервьюер — это научный сотрудник, задача которого — обнаружение ошибок и наблюдение за ними (**ячейка 3”–3”**, **табл. 1**). Поскольку интервьюер сам зачастую выступает источником ошибок, речь идёт, в том числе, и о самонаблюдении, самоописании, критике, направленной на собственные практики и представления. Полевой интервьюер — это научный сотрудник, радикально вошедший в рефлексивный поворот, столь бурно обсуждаемый на социологических конференциях пару десятков лет назад.

Критика научного сотрудника прежде всего направлена на отклоняющиеся, выбивающиеся из общего порядка, события. Для полевого интервьюера — это нестандартное поведение респондента, всплески собственного недоумения, остановки в прочтении

вопросов, сбой в коммуникации. Любой возникающий интерес, трансформирующийся в полевой анекдот или жалобу, подлежит тщательному разбору, поскольку велика вероятность ошибки как основной причины происходящего.

Немаловажно и то обстоятельство, что «нормальные» социологические исследования обычно требуют больших затрат. При этом результаты анализа статистических распределений выглядят вполне заурядными даже тогда, когда за ними стоит огромная работа. Далеко не каждый знает, что, если какая-то цифра кажется интересной или необычной, наверняка эта цифра ошибочна или случайна. Во всяком случае, нормальные научные сотрудники не стремятся поразить публику неординарностью своего мышления и знанием жизни [Батыгин, Девятко, 1994, с. 38].

Дистанцированность, контролируемая нейтральность, незаинтересованность в обнаружении ошибок — характеристика исследовательской направленности в работе полевого интервьюера. Не нарушая процедуры, исполняя инструкции, следуя анкетному детерминизму, интервьюер спокойно регистрирует и накапливает ошибки и сбои, чтобы в дальнейшем представить аргументы, фальсифицирующие опросную процедуру. Научная фальсификация (по Попперу) противостоит фальсификации прикладной, раскрывает механизмы накопления научного знания, выступает основанием кумулятивного знания.

Собеседник

Полевое интервью — это сбор данных, измерение общественного мнения, узнавание и фиксация суждений и поступков. В такой логике роль собеседника берется в кавычки. Она лишняя,

непроизносимая, избыточная. Она отдана на откуп теневой стороне опросов [Рогозин, 2017]. Но интервьюер знает, что у него нет никаких других инструментов, кроме эмпатии и психологического жонглирования собственной мотивацией (будь то задание правительства или написание курсовой работы), чтобы удержать респондента в разговоре. Чем длиннее, бессмысленнее, протокольное анкета, тем сложнее это сделать, тем больше усилий затрачивается на конструирование роли собеседника.

Трудно себе представить интересный разговор по большинству анкет, предлагаемых респондентам на рынке социальных или маркетинговых исследований. Громоздкие табличные вопросы, бесконечное перечисление признаков, по которым нужно оценить товар, или политика, или очередную государственную программу, перепись имущества, движимого и недвижимого и т.д. и т.п. Типичный опрос общественного мнения подобен допросу не только в части техник интервьюирования, но и по чужеродности предлагаемого для общения речевого регистра: протокольного, стандартизированного, неживого. Коротко говоря, скучны и неуместны анкетные вопросы, неинтересен разговор по ним. Но это гипотетически, а практически интервьюеры умудряются возгонять интерес до небывалых высот. Инструмент этого — эмпатия, смех, ирония и прочие атрибуты заинтересованного слушателя, защищающего от неуместного анкетного формализма.

Разыгрывая роль собеседника, интервьюер решает базовые потребности в общении, обмене не только информацией, но и эмоциями. Такая поддержка сближает интервьюера с адвокатом, защищающим клиента не только от правовых, но и психологических проблем (подробнее о социологической деконструкции профессии адвоката см.: [Бочаров, 2016; Бочаров, Моисеева, 2017]). Роль собеседника — это выстраивание эшелонированной защиты респондента от стандартизированных процедур опроса. Через

эмпатическое понимание, удержание речевых границ жизненного мира респондента (**ячейка 2''–2''**, **табл. 1**) интервьюер поддерживает беседу, которая теоретически не должна состояться.

Екатерина Ходжаева и Юлия Рабовски, проанализировав американскую литературу об адвокатской практике, выделили две модели профессиональной роли адвоката: нормативную и эмпирическую. Согласно первой — профессия адвоката строится на этических принципах всесторонней защиты клиента и полностью подчинена его интересам. Во второй модели адвокат играет роль двойного агента, согласующего позиции клиента с интересами стороны обвинения, судей и работников суда [Ходжаева, Рабовски, 2015, с. 137–139]. Несмотря на аналитическое противопоставление двух моделей, авторы не видят в них противоречия, предполагая скорее взаимодополняющий и обогащающий эффект каждой модели.

На наш взгляд, обе трактовки роли адвоката как рьяного защитника или системного игрока рабочей группы зала суда не противоречат друг другу. Они эмпирически фокусируются на диаметрально противоположных ситуациях, в которых оказывается адвокат в работе по делу. Нормативная модель ревностного защитника воспринимается как стартовая точка для эмпирических исследований того, как профессиональные стандарты и этика воплощаются на практике, а существующие в судах институциональные условия ограничивают возможности добросовестного защитника. Модель системного **игрока** (двойного агента, участника рабочей группы зала суда), напротив, фокусируется на практике адвокатов, в большей степени заинтересованных в соблюдении институционально определенных ожиданий других участников судебного разбирательства, а не в соблюдении интересов подзащитного [Ходжаева, Рабовски, 2015, с. 141].

В аналогичной ситуации двойственных целевых **предписаний** находится полевой интервьюер, отыгрывая роль себе-

седника. С одной стороны, он отстаивает локальные интересы участников разговора, сохраняет доверительность и непосредственность обыденной речи, с другой — выступает «двойным агентом», учитывая интересы невидимых, непосредственно не участвующих в интервью разработчиков анкеты и общего дизайна исследования. Отличие от процессуальных действий, в которые включен адвокат, все же имеется. Предельная задача интервьюера в роли собеседника — это включение респондента в число участников рабочей группы и размывание дискурсивных границ между исследователями и субъектами исследования.

Контролер

Реализация программы исследования через точное воспроизведение анкетных вопросов и контроль за получением точных ответов долгие годы составляет основу методических публикаций о полевых интервьюерах.

Стандартизация, как она понимается сегодня, разрабатывалась как усиление контроля за ошибками, производимыми интервьюерами. Исследователи поддерживают такой контроль за счёт однозначных формулировок вопросов и развития стандартизированного поведения интервьюеров, приемлемого для всех возможных ситуаций. Цель, по словам Гроувза, «не более, чем устранение интервьюера как причины ошибок измерения» [Groves, 1989, p. 358]. Однако это не всегда было приоритетом в социальных исследованиях. В действительности цель развивалась постепенно. Фундаментальное разногласие, подтолкнувшее к изменениям в сторону однозначности формулировок и стандартизации поведения интервьюеров, опреде-

лялось в вопросе: должны ли интервьюеры быть «образованными экспертами», которые «разговаривают» респондентов в процессе интервью, ориентируясь на вопросник, или интервьюеры должны быть неэкспертами, их задача — собирать информацию, используя стандартизированные техники? [Beatty, 2003, p. 110].

На долгие годы, начиная с классической методической работы Стюарта Райса [Rice, 1929], ключевыми словосочетаниями методических текстов стали «ошибки интервьюера», или «эффект интервьюера» [Blankenship, 1940; Feldman, Hyman, Hart, 1951; Singer, Frankel, Glassman, 1983; Groves, Magilavy, 1986; Hox, 1994; Davis, Couper, Janz, et al, 2010; Beullens, Loosveldt, 2016; West, Blom, 2017; Ong, Hu, West, Kirlin, 2018], а максимумой — снижение эффекта до предельно низких значений, чего легче всего добиться при полном исключении интервьюера из опроса. В годы становления опросной технологии анкетные опросы считались базовым приемом, но катаклизмы электоральных прогнозов на президентских выборах в Америке и приход Гэллапа положили начало новой эре стандартизированного интервьюирования [Кудрявцева, 2009; Гэллап, Рэй, 2007, с. 61–67]. Решающими доводами в пользу неэкспертного участия интервьюеров в опросе стали низкая стоимость и скорость проведения опроса.

В 1950-х годах организаторы опросов внедрили стандартизированные процедуры, направленные на снижение ошибок, допускаемых интервьюерами. Эти практики до сих пор остаются доминирующими в обучении интервьюеров: подчеркивается сильно структурированная роль интервьюера, который нейтрально зачитывает вопросы, в то время как респондент пассивно отвечает на них [Singleton, Straits, 2012, p. 78].

Тем не менее, задача интервьюера — не только нивелировать собственное влияние на ответы респондентов, но и обеспечить адекватность ответов опросному заданию. Собранные

сведения должны соответствовать некоторой реальности, быть проверяемыми и воспроизводимыми. Отсюда возник многолетний сюжет методических экспериментальных планов, связанных с оценкой искренности респондентов и / или определением лжи в их ответах [Мягков, 2001, 2003, 2004, 2008]. Правдивость, или достоверность, а значит, и надежность ответов — один из наиболее обсуждаемых сюжетов на протяжении уже почти столетия [Warner, 1939; Link, Freiberg, 1942; Nicholls, Cannell, Fink, et al, 1964; Hauck, Steinkamp, 1964; Belson, 1986; Broedling, 1974; Wentland, 1993; Weinhardt, Forsyth, Carey, et al, 1998; Chen, Chen, 2017].

Основными критериями достоверности ответов в различных исследованиях выступают: стабильность ответа при повторном опросе и мера связи между ответом и соотносящимися с ним установками, внешними событиями, административными или иными видами данных (см., например: [Подсвинова, Белоносов, Швырев, Зарубина, 2009; Подсвинова, 2011]). Казалось бы, увеличение времени на ответ, рассуждения и привлечение дополнительной информации должны способствовать увеличению достоверности ответа. Однако, как убедительно показывает Джон Цаллер, наблюдается обратное. Рост неустойчивости ответов по мере увеличения дискуссионности контекста даже получил название эффекта обдумывания [Цаллер, 2004, с. 153–158], что подтолкнуло некоторых исследователей к формулированию дополнительного аргумента в пользу трансформации опроса в коммуникацию с быстрыми и необдуманно ответами. «Чем меньше респондент думает, отвечая на вопрос, тем больше шанс надежных ответов», — максима бихевиористского подхода к опросам, которая в рамках когнитивного поворота, с акцентом на мыслительных процессах, выглядит весьма сомнительным утверждением.

Корректный сбор данных, пожалуй, единственная задача полевого интервьюера, которая разделяется всеми методистами, описывающими стандартизированное интервью. Однако в тра-

диционном варианте, основанном на модели «стимул-реакция» (где стимульным материалом выступает вопрос, а реакцией — ответ), игнорируется когнитивная сложность вопрос-ответной коммуникации [Cannell, Miller, Oksenberg, 1981, p. 393–396; Рогозин, 2000; Садмен, Брэдберн, Шварц, 2003]. Получение и фиксация ответа не является простым, механическим действием. От интервьюера требуется не только услышать, что говорит респондент, но и оценить релевантность его ответа вопросу. Это требует знания программы исследования и четкого понимания семантических границ, в которые попадает адекватный, соответствующий программе исследования ответ. Как терапевт отсекает все лишнее в речи пациента, так и контролер за программой исследования не принимает нерелевантный речевой поток или отвлеченные рассуждения. Например, если на вопрос: «Сколько вам лет?», женщина отвечает: «Разве я плохо выгляжу?», интервьюер не фиксирует ответ (даже если вопрос сформулирован как открытый), а переспрашивает, подталкивая респондента к адекватному ответу: «Очень хорошо (смех). Тем не менее, скажите, пожалуйста, сколько вам полных лет? Это требуется по анкете».

Базовая метафора роли контролера, или регистратора, — постановка диагноза, обнаружение за речью некоторых латентных, истинных параметров ответа. Наличие последних не подвергается сомнению, иначе нельзя говорить всерьез о процедуре идентификации лжи. Базовая профессия, в которой такой тип разговора востребован, развит и хорошо отрефлексирован, — это врач-терапевт. Ему за несвязной речью пациента необходимо определить симптомы заболевания, отбросив в сторону ненужные, мешающие диагностике рассказы [Miller, 2001].

Качество интервью повышается, если врач постоянно стремится к уточнению и прояснению высказываний пациента, например, нельзя удовлетвориться фразами типа «мне было плохо»,

«со мной произошел стресс», «чувствую себя не вполне здоровым» и т.п. Уточняющие вопросы направляются на оценку внутренней картины болезни — концепции болезни, т.е. на выявление представлений пациента о причинах и поводах возникновения у него тех или иных симптомов [Герасимова, 2016, с. 20].

Точность формулировок, практики зондирования, предзаданная профессиональной подготовкой манера общения определяет профессионализм терапевта. Он должен не только знать, о чем спрашивать, но и вовремя отсекаать, останавливать неуместное, определять и контролировать релевантность ответов.

Выводы

Представленные роли и области не выступают сугубо умозрительными конструкциями. Заполненные ячейки в **табл. 1**, отражающей метод стандартизированного интервью, это практики, обнаруженные среди полевых интервьюеров (см. главу «Корпус коммуникативных ситуаций»). Каждая практика, каждый прием был извлечен из полевой работы интервьюеров. Но увидеть их стало возможным лишь при наличии соответствующей оптики, позволяющей различать ролевые функции полевых интервьюеров и структуру компонентов стандартизированного интервью.

Неустойчивые, ситуативные, подверженные многочисленным трансформациям и изменениям социальные данные опасно загонять в логические, безупречные схемы. Требуя от полевого интервьюера безальтернативного прямого воспроизведения анкетных вопросов, горе-исследователи забывают, что роль контролера — не единственная. Для поддержания опросной ком-

муникации от интервьюера требуется проявление множества навыков и умений, выходящих за рамки диагностической процедуры (роль контролера).

Интервьюер сам по себе является инструментом исследования. Хороший интервьюер прекрасно разбирается как в предмете обсуждения интервью, так и в человеческих отношениях. В течение всей беседы интервьюер должен быстро решать — что спросить и как спросить; какие аспекты ответа собеседника начать отслеживать, а какие — нет; какие ответы интерпретировать, а какие — нет. Интервьюер должен обладать знаниями по теме исследования, владеть искусством ведения беседы, хорошо владеть языком и быть чутким к лингвистическим особенностям стиля высказываний собеседника [Квале, 2003, с. 148–149].

Профессия интервьюера представлена трехуровневой категоризацией. На первом уровне описываются компоненты стандартизированного интервью, или целевые и нормативные границы профессиональной деятельности (**строки, табл. 1**): обеспечение адекватности ответа, сохранение разговора, критика стандартизации и стандартизация разговора. На втором уровне — ролевые характеристики действующих лиц, или роли, которые исполняет интервьюер для решения профессиональных задач (**столбцы, табл. 1**): контролер, собеседник, критик, модератор. Третий уровень — это наполнение клеток таблицы, где обнаруживаются реальные практики, связывающие ролевые и нормативные составляющие профессии.

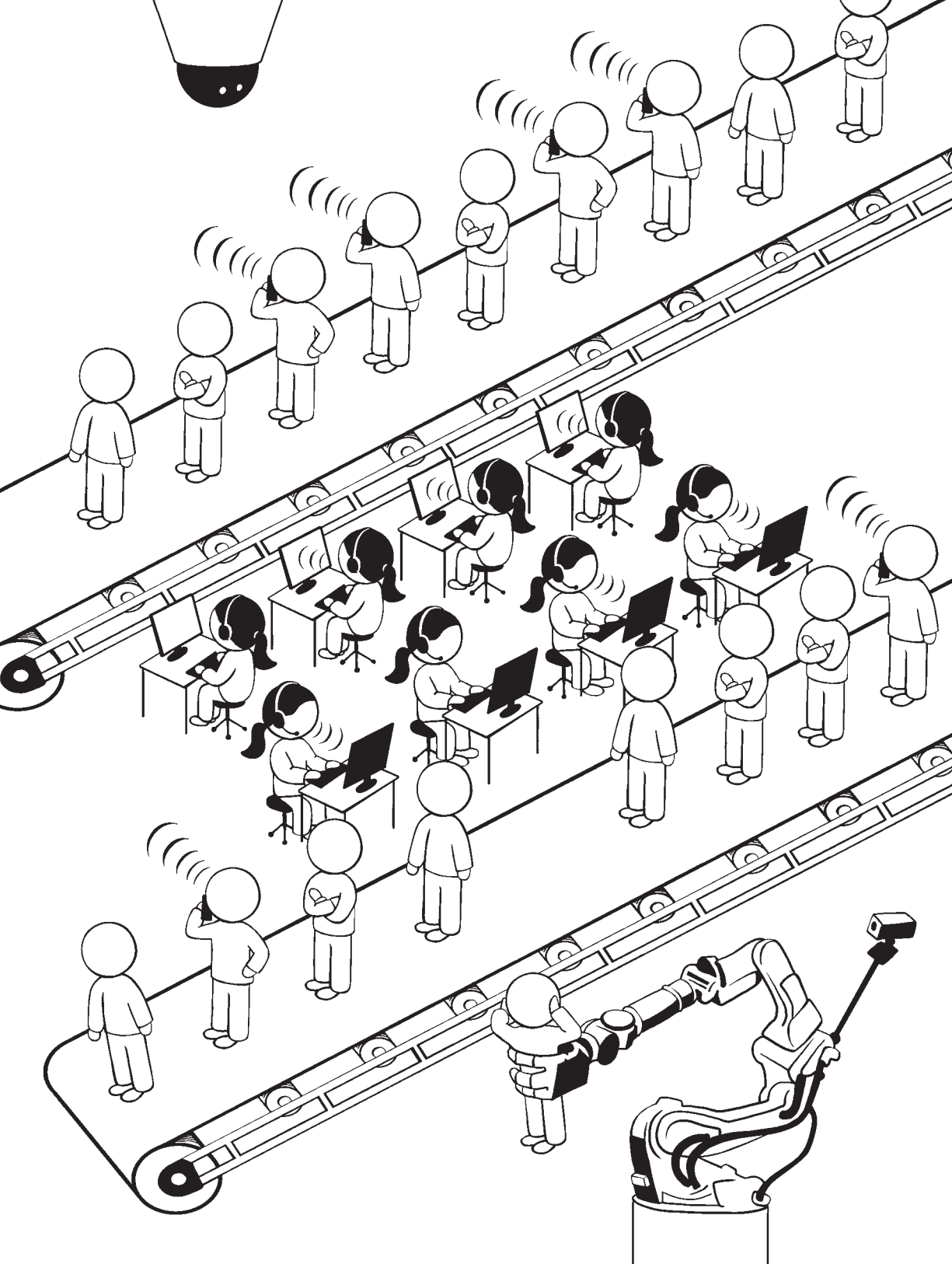
У каждой роли и компоненты стандартизированного интервью есть области взаимной тождественности и дополняемости. Они расположены по главной диагонали (**табл. 1**). Для осуществления профессиональной деятельности контроля по обеспечению адекватности ответа — исполнение программы исследования. Для собеседника, нацеленного на сохранение разговора, — эмпатическое понимание. Для критика, опровергающего

и фальсифицирующего (по Попперу) процедуры стандартизации, — фиксация ошибок анкеты и неадекватности процедуры. Для модератора, поддерживающего стандартизацию, — обеспечение исполнения регламента, контроль за процедурой.

Но деятельность полевого интервьюера не исчерпывается лишь базовыми активностями, представленными по главной диагонали, поскольку последние отражают лишь нормативную реализацию профессиональных задач. Нестандартное, отклоняющееся от опросного задания поведение респондента, неустойчивый контекст, сбои и речевые ошибки мобилизуют иные разнообразные приемы профессиональной активности, которые можно теоретически описать через сочетания нетипичных ролей и областей профессиональной деятельности (**недиагональные ячейки, табл. 1**).

Описание метода стандартизированного интервью, по-прежнему сохраняет нормативный порядок описания. То есть здесь представлены действия, отражающие профессиональные навыки, умения и приемы. Различение на правильное и неправильное, или хорошее и плохое исполнение профессиональных обязанностей — задача следующих глав. Причем неправильное исполнение мы рассматриваем как отклонение от правильного, то есть ошибки и недочеты не обладают независимым онтологическим статусом, а выступают лишь как недостатки или сбои допустимых действий.

Кроме того, диагностика правильности исполнения профессиональных задач также подвержена ошибкам. Расставляя оценки действиям интервьюера, мы не всегда можем однозначно определить их правильность или неправильность. Поэтому мы оставили область неопределенности, неясности в методической диагностике, что требует дальнейшей теоретической и практической работы по конструированию теоретической оптики и наблюдению за профессиональной активностью полевого интервьюера.





Корпус коммуникативных ситуаций

Интервью является сырьем для последующего процесса анализа смысла, поэтому качество первоначального интервью — главное, что определяет качество последующего анализа, верификации и финального отчета.

Стейнар Квале
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ ИНТЕРВЬЮ

Мы, авторы этой книги, редко сами проводим стандартизированные интервью, всё больше слушаем, оцениваем, наблюдаем. Это не позволяет погрузиться в профессию, испытать все тяготы и невзгоды полевого интервьюера, ощутить радость и пережить успех от удачных коммуникативных решений, но зато дает нам шанс всмотреться в происходящее, различить черты, ускользающие от непосредственных участников коммуникативных событий. Стандартизированное интервью — не только череда вопросов и ответов. Это ремонты, уточнения, прерывания, расспросы, смех и раздражение. Это вся гамма коммуникативных особенностей человеческой речи.

Корпус коммуникативных ситуаций представляет собой фрагменты стандартизированных интервью (далее маркируются как **Ф1**, **Ф2**, **Ф3** и т.д.), в которых происходили какие-либо сбои или отклонения от стандартизации, что требовало от интервьюера дополнительных усилий, если не сказать мастерства стандартизированной речи. Вслед за Йоханнесом ван дер Зувеном мы намеренно ломаем черный ящик стандартизированного интервью, наблюдая за происходящим, обращая внимание на ключевые методические вопросы, определяющие надежность и валидность всего эмпирического исследования:

Насколько точно интервьюеры придерживаются инструкций? Насколько внимательны интервьюеры к проблемам респондентов, которые могут быть связаны с пониманием вопросов и поиском адекватного ответа? Насколько интервьюеры способны задавать уточняющие вопросы таким образом, чтобы получить релевантные и адекватные, несмещенные ответы? И, наконец, насколько точны интервьюеры, когда записывают и кодируют ответы респондентов? [Zouwen, 2006, p. 52]

Респондент не привязан нормами и правилами стандартизированного интервью. Он всегда может отказаться, прервать

разговор, уйти от ответа, рассказать не имеющую отношения к вопросу историю. Интервьюер должен как-то реагировать на происходящее, возвращать собеседника в рамки предустановленной вопрос-ответной коммуникации. Решения интервьюера, обдуманные или спонтанные, представляют огромный интерес для построения теории стандартизированного интервью, описания практик воспроизводства стандартизации.

Отталкиваясь от ролей, исполняемых в ходе опроса (табл. 1, глава II), мы распределили все ситуации в три группы. Первая — это успешные или хорошие практики, решения, которые позволили интервьюеру исправить ситуацию, сохранить признаки стандартизации, обеспечить адекватные ответы на поставленные вопросы. Вторая — практики неуспешные, ошибочные, приводящие к смещениям и отклонениям ответов от опросного задания. Наконец, третья группа — это случаи неясные, в которых мы затруднились однозначно выставить разметку, оказались в ситуации амбивалентности и раздвоенности.

Корпус коммуникативных ситуаций — это поле для методической рефлексии и словарь для построения профессиональных стандартов полевой работы.

Ф 1

«А то скажете, что мы вас обижаем»

Прослушивая аудиозапись, не всегда можно понять причины того или иного действия интервьюера, ограниченного жесткими рамками инструкции. Интервьюер зачитывает, казалось бы, понятный вопрос, но неожиданно поясняет: «А то скажете, что мы вас обижаем или оскорбляем» (реплика 1). Возможно, у интервьюера возникали проблемы, когда он задавал этот вопрос другим респондентам или есть личные страхи и опасения в отношении вопроса. Не дожидаясь реакции респондента, эта реплика корректирует формулировку вопроса, оправдывая его обоснованность и осмысленность.



1. И: Что из перечисленного вы лично предпринимали в последние два-три года или предпринимаете сейчас для поддержания или улучшения своего материального положения? Ну, это здесь общие вопросы. Вы понимаете, что они для всех, да? А то скажете, что мы вас обижаем или оскорбляем.
2. Р: Да.
3. И: Начали покупать валюту, ценные бумаги, золото и т.п.?
4. Р: Нет, нет, нет.
5. И: Покупали недвижимость для сохранения денег или получения дохода?
6. Р: Нет, нет.
7. И: Начали формировать сбережения, стали откладывать на «черный день»?
8. Р: Ну... чуть-чуть
9. И: Даа. Начали сдавать собственность или имущество внаем, например, жилье, гараж, дачу, автомобиль и т.д.?
10. Р: Нет.
11. И: Переехали или стали готовиться к переезду в другой регион или населенный пункт?
12. Р: Да, скорее всего так.
13. И: Так. Стали готовиться к переезду за рубеж... как вариант?
14. Р: Нет.

Женщина, 50 лет, интервьюер

Женщина, 49 лет, Омская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 2 «Я поняла. Я так и думала»

Респондент ответила на все вопросы длинной анкеты. И только в самом конце интервью (**реплика 3**) девушка неожиданно спросила: «А что это было?» (**реплика 4**). Судя по паузам и запинкам, интервьюер растерялась, но все же нашла адекватные ситуации слова (**реплики 5, 6**). Информированное согласие конструируется в ходе всего интервью, запрос на информацию может возникнуть, когда полностью исчерпана анкета. Интер-

вьюер обязан в этом случае ответить на все вполне релевантные и обоснованные вопросы респондента. Ответная реплика респондента дружелюбна: «Аааа. Я поняла. Я так и думала» (реплика 6). В ней отражено принятие объяснения. Только это может служить коммуникативным маркером правильного завершения интервью. В такой ситуации куда более важен эмпатический обмен вежливыми репликами (реплики 6, 7), нежели правильность речи и точность передаваемой информации [И 34].



1. И: А есть ли у вас стационарный (не мобильный) телефон? Домашний телефон имеется в виду.
2. Р: Нет.
3. И: Мария Викторовна, вам большое спасибо за ответы на наши вопросы.
4. Р: А что это было?
5. И: Это был опрос. Мы изучаем... (пауза) ммм... (пауза) сейчас я вам объясню. Мы изучаем... (пауза) ммм... (пауза) как... (пауза) состояние жизни жителей нашей страны во время кризиса. Это исследование проводим.
6. Р: Аааа. Я поняла. Я так и думала.
7. И: Да, да, да. Поэтому такие вопросы. Ну что же, всего вам наилучшего, хорошего дня, до свидания. Еще раз спасибо.

Женщина, 50 лет, интервьюер

Женщина, 20 лет, Рязанская обл., респондент

ХОРОШО

Ф 3

«Так вы сказали, вы живете вдвоем с мужем...»

Респонденты не всегда воспринимают вопрос полностью, выслушивают до конца, особенно если его конструкция не входит в необходимую речь, не типична для обыденных разговоров. Конструкция «включая вас», как правило, не используется в сочетании с вопросом «Сколько людей проживают вместе с вами» (реплика 1).

Респондент автоматически может не включить себя в расчет (**реплика 2**), на что и обратила внимание интервьюер (**реплика 3**), из контекста понимающая, что говорит не с одиноким человеком. В ответ было получено подтверждение правильности дополнительного вопроса (**реплика 4**).

Аналогичная ситуация повторяется секундами позже, когда респондент называет внушку как члена семьи, требующего постоянного ухода (**реплика 12**). Интервьюеру требуется описать лишь проживающих вместе членов семьи. Внушка живет с родителями (**реплика 14**). Уточняющие вопросы интервьюера позволяют скорректировать отклоняющиеся от опросного задания ответы и точно описать домохозяйство. Если бы интервьюер придерживалась жесткой речевой стандартизации, в анкете был бы зафиксирован один человек, а остальные вопросы уже не задавались [X4].



1. И: Сколько человек, включая вас, проживают вместе с вами и ведут совместное хозяйство?
2. Р: Один.
3. И: То есть... кроме вас еще один, да?
4. Р: Да, да, да.
5. И: И сколько человек, включая вас, в вашей семье работают?
6. Р: Родственники?
7. И: Нет. Сколько человек в вашей семье, включая вас, работают?
8. Р: Только один, только муж.
9. И: Сколько человек, включая вас, в вашей семье получают пенсию (по возрасту, по инвалидности и т.д.)?
10. Р: Одна, я одна.
11. И: Есть ли в вашей семье кто-то, требующий постоянного ухода, постоянной помощи?
12. Р: Внушка.
13. И: Так вы сказали, вы живете вдвоем с мужем...
14. Р: Ну, внушка живет у дочери и мы им помогаем.

15. И: Но она живет отдельно, а мы рассматриваем только вашу семью, это вы и ваш муж. Есть кто-нибудь, кто требует постоянной помощи?

16. Р: Нет.

Женщина, 40 лет, интервьюер.

Женщина, 55 лет, Удмуртия, респондент

ХОРОШО

Ф4

«Можно перезвонить в другое время?»

В ситуации, когда потенциальный респондент в начале разговора предупреждает о каких-то ограничениях во времени, у интервьюера есть две тактики: либо начать опрос, надеясь уложиться в обозначенный промежуток времени, либо договориться перезвонить в более удобное время. Интервьюер из отрывка ниже выбрала второй вариант, честно предупредив о длительности анкеты: «Опрос займет около двадцати минут» (**реплика 5**). Выбранный стиль разговора нельзя определить в качестве нормативного и успешного для всех ситуаций стандартизированного телефонного интервью.

С одной стороны, интервьюер демонстрирует открытость, искренность и свободный стиль разговора. Отсылка к недостатку времени у респондента, скорее всего, была вежливой формой отказа (**реплика 6**). В ходе получения информированного согласия интервьюер действовала прямолинейно, четко отвечала на вопросы респондента и осознанно комментировала его реплики, высказывая личное отношение к опросам: «Если почему-то так каждый будет считать, ну, наверное, не дойдет. Все-таки нас миллионы» (**реплика 11**). В итоге такая тактика позволила заинтересовать респондента и провести полное интервью.

С другой стороны, интервьюер не пытался подстроиться под респондента. Каждую свою реплику она заканчивает вопросом о возможности перезвонить в другое время, не давая воз-

возможности легко отказаться от участия в опросе (**реплики 3, 5, 9, 11**). Более того, на третий раз вопрос о возможности перезвонить замещается вопросом об уточнении времени перезвона: «В котором часу вам можно перезвонить?» (**реплика 9**). На явный отказ от опроса — «Лучше не надо тогда» (**реплика 6**), интервьюер реагирует довольно категоричным и однозначным вопросом: «Почему?» (**реплика 7**). Такая коммуникативная тактика вполне могла привести к обрыву разговора [**И8, И38, И51**].

?

1. И: Здравствуйте, вам удобно говорить?
2. Р: Не совсем. Что вы хотели?
3. И: Мы проводим опрос граждан России об уровне жизни людей. Можете ответить на несколько вопросов? Мы опрашиваем граждан России от 18 лет и старше. Можем вам перезвонить в другое время?
4. Р: Нуу, если быстро, то давайте, спрашивайте.
5. И: Нет, опрос займет около 20 минут. Можем перезвонить в другое время?
6. Р: Лучше не надо тогда.
7. И: (Пауза.) Почему?
8. Р: А смысл какой?
9. И: Опрос проводит Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Изучают проблемы, в частности, риска наступления бедности. Вы не хотите ответить? В котором часу вам можно перезвонить?
10. Р: Нет. Я боюсь, это не поможет, не дойдет ни до кого, ни до Российской Федерации, ни до Академии наук.
11. И: Если почему-то так каждый будет считать, ну, наверное, не дойдет. Все-таки нас миллионы. Давайте мы вам перезвоним?
12. Р: Вы меня заинтересовали. Давайте.
13. И: Анкета 20—30 минут, не бросите на середине?
14. Р: Не брошу.


Женщина, 46 лет, интервьюер

Мужчина, 54 года, Самарская обл., респондент

Ф 5 «Город Самара»

Респондентам предлагалось оценить по шкале «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» некоторые стороны своей жизни (табличный вопрос, всего 8 параметров для оценки). Обычно интервьюеры в подобных вопросах каждый раз повторяют закрытия, что позволяет избежать неверных интерпретаций.

В данном случае интервьюер отказалась от удлинения формулировки и получила сбой в интерпретации вопроса (**реплика 8**). Однако тут же исправила ошибку, пояснив смысл вопроса (**реплика 9**). Табличные вопросы требуют дополнительных инструкций и часто оказываются неоднозначными в речевых стратегиях, поэтому интервьюеры вынуждены самостоятельно выбирать оптимальные коммуникативные решения. Возможные сбои в интервью здесь обусловлены скорее особенностями анкетного опроса, нежели поведением интервьюера. Последний вынужден прибегать к практикам ремонта коммуникации, которые не всегда будут приводить к положительному исходу.

- 
1. И: Как вы оцениваете — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — следующие стороны своей жизни: питание? «Хорошо», «удовлетворительно» или «плохо»?
 2. Р: Хорошо <...>
 3. И: Проведение досуга, отпуска?
 4. Р: Плохо.
 5. И: Общение с друзьями?
 6. Р: Тоже плохо.
 7. И: Населенный пункт, в котором вы живете?
 8. Р: Город Самара.
 9. И: Нет, как вы оцениваете — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» сам населенный пункт?
 10. Р: А, удовлетворительно!

Женщина, 46 лет, интервьюер

Мужчина, 32 года, г. Самара, респондент

Ф 6 «Если бы потребовалось к знакомым обратиться?»

Очень часто респонденты не понимают ситуацию стандартизированного интервью, воспринимают все происходящее как свободную беседу на заданную тему. Интервьюеру приходится прилагать дополнительные усилия по удержанию респондента в рамках предложенных вопросов и вариантов ответов. Добиваясь четкого ответа, попадающего под закрытия, интервьюер рискует выйти за рамки стандартизации, что грозит ему штрафами со стороны заказчика. Мужчина вместо простых «да» или «нет» как бы аргументирует свой произнесенный ответ (**реплики 2, 6**). Интервьюер же не имеет права самостоятельно реконструировать ответ из такого комментария, поэтому каждый раз повторяет вопрос (**реплика 3**), иногда адаптируя его под ситуацию респондента (**реплика 7**). Но в обоих случаях респондент не ответил на поставленный исследователями вопрос «Могли бы вы обратиться?..», вместо этого он ответил на вопрос «Обращались ли вы?..» (**реплики 4, 6, 8**).

На коммуникативный сбой влияют два обстоятельства. Во-первых, оговорки интервьюера, который сбивается с гипотетических утверждений («могли бы») на фактологический вопрос («обращались» — глагол в прошедшем времени, **реплика 5**) и вопрос о намерениях («будете обращаться», **реплика 7**). Во-вторых, сложная, нетипичная для разговорной ситуации формулировка табличного вопроса. От интервьюера требуется высокий уровень квалификации: грамотно зачитывать вопрос, выдерживать паузы, правильно выделять ударные слова, поддерживать внимание респондента к основной формулировке вопроса, который, фактически, разбивается на несколько вопросов. Респондент уходит от ответа, сбивается и подталкивает интервьюера к ошибкам, не услышав или не поняв вопросного задания [**И 12, И 36, П 2, П 6**].



1. И: Могли бы вы в случае трудной жизненной ситуации обратиться к знакомым, друзьям и родственникам, чтобы получить небольшой заем или найти разовые подработки? Да / нет?
2. Р: Ну а вы попробуйте у соседа денег занять.
3. И: Вы можете обратиться к знакомому в этом случае? Да / нет?
4. Р: Не обращаюсь.
5. И: Дальше. Получить помощь в доступе к врачам, учителям, репетиторам для детей? Обращались к знакомым? Смогли бы обратиться к знакомым? Да / нет?
6. Р: Да у меня дети уже выросли.
7. И: А если бы потребовалось к знакомым обратиться? Будете обращаться? Смогли бы вы обратиться? Да / нет?
8. Р: Нет.

Женщина, 36 лет, интервьюер

Мужчина, 55 лет, респондент

ПЛОХО

Ф7

«Я же тоже на работе»

Интервью длилось 35 минут. При длительных анкетах интервьюерам часто приходится применять весь свой коммуникативный арсенал по удержанию респондентов. Выбор того или иного способа удержания респондента зависит от ситуации и конкретного респондента. Что сработало в одних ситуациях, может не сработать в других, что помогло с одним респондентом, может только ухудшить ситуацию с другим. На положительный результат по удержанию респондента оказывают влияние и многие другие факторы: первоначальная (не)заинтересованность респондента в опросе, (не)установившаяся связь между интервьюером и респондентом, тон интервьюера, внешние обстоятельства респондента, его настроение и другие.

Женщина уже на 13-й минуте начала выражать недовольство длительностью опроса (**реплики 4–6**). На 15-й минуте она почти положила трубку (**реплика 15**), а на 28-й минуте начала подтрунивать

над интервьюером и над собой (**реплика 19**). Интервьюер в этом разговоре применил несколько тактик удержания респондента в зависимости от складывающихся коммуникативных ситуаций.

При первом недовольстве длительностью анкеты интервьюер объяснил значимость для общества выполняемой им работы, а также указал на медлительность самого респондента (**реплики 9, 11**). Не было сказано никаких упрасивающих фраз, только призыв к сознательности респондента. Хотя женщина и выразила сомнения в полезности подобных опросов для себя лично, все же согласилась продолжить интервью (**реплика 10**). Но уже через две минуты респондент предпринимает повторную попытку прервать интервью, мотивируя занятостью на работе (**реплика 15**). Это уже серьезная причина для прерывания разговора. Интервьюер и в этот раз не стал упрасивать респондента дойти до конца анкеты, а напомнил, что сам находится на работе, и фактически попросил не срывать его работу (**реплика 16**). И в последний раз женщина выразила неудовольствие от длительной анкеты ближе к концу интервью (оставалось еще 7 минут разговора). Интервьюер впервые поспешил заверить о скором окончании опроса и попросил не бросать трубку. Кроме того, опять сослался на факт выполнения своей работы (**реплика 20**) [**И 19, И 32, И 38, X 9**].

(13-я минута разговора)

1. И: Получить помощь в доступе к должностным лицам, органам власти или занять крупную сумму денег, могут обратиться к вам?
2. Р: Нет.
3. И: Идем дальше.
4. Р: Вы еще сколько там у вас?
5. И: Еще? Еще минут 10 примерно займет.
6. Р: Нуууу, вы чё? Время деньги.
7. И: Так бесплатно, мы же вам позвонили.
8. Р: Нет, у вас бесплатно, а я тут сижу, трындю с вами, а у меня вон...

9. И: Ну поймите, это же делается исследование для вас, чтобы в нашем обществе...
10. Р: Ну чё нам, ну чё нам? Что нам от этого? Вообще нам ничто! Давайте там, быстренько. 10 минут — это много, конечно.
11. И: Ну так вы же тоже отвечали медленно довольно-таки. (Задаёт следующий вопрос.)

(15-я минута разговора)

12. И: А в чем основная причина того, что вы перестали работать на вашей последней работе — ушли на пенсию, по состоянию здоровья, вас сократили...
13. Р: На пенсию ушла, на пенсию.
14. И: Ушла на пенсию.
15. Р: Ой, мне не дадут тут договорить. Извините, если я трубку положу? У меня тут...
16. И: Поймите, мы же тоже на работе. Мы с вами уже столько прошли. Ну давайте до конца дойдем, хорошо, Галина?
17. Р: Ну давайте.

(28-я минута разговора)

18. И: Нет необходимости, нет необходимости... Так отметил, идем дальше.
19. Р: (Смеется.) Вы мне должны будете! Так много времени сидеть, это уже достало меня.
20. И: Сейчас уже закончим, уже закончим. Вы просто не бросайте. Вы поймите, я же тоже на работе. (Задаёт следующий вопрос.)

Мужчина, 44 года, интервьюер

Женщина, 57 лет, Чувашия, респондент

ХОРОШО

Ф8

Ф8 «Под работой подразумевается трудоустройство...»

Не бывает «идеальных» вопросов, которые одинаково интерпретировались бы абсолютно всеми респондентами. Самые простые вопросы, которые, казалось бы, ни у кого не должны вызывать сложности с интерпретацией, могут быть недопоняты респондентами.

Женщина в вопросе «Как давно вы без работы?» под «работой» поняла «работу по хозяйству», а не наемную оплачиваемую работу и пустилась в пространные объяснения своих домашних дел (**реплика 2**). Такая подмена отчасти могла произойти по причине длительного отсутствия работы у женщины, которая имеет инвалидность и уже много лет на пенсии (более 30 лет). В этой ситуации интервьюер отошла от строгой стандартизации, по правилам которой необходимо повторить вопрос, и объяснила респонденту значение вопроса, что позволило избежать коммуникативного сбоя (**реплика 3**).



1. И: Как давно вы без работы — меньше месяца, несколько месяцев, около полугода, год и более?
2. Р: Ну, без работы... сказать не приходится. Вот «голландку» топить два раза в день или раз в день — это уже больше двух часов. Вот сегодня выходила, у меня загорожено перед домом, [неразборчиво] траву сухую, немножко, что смогла. И то... вот. К дочери сходила, там побыла.
3. И: Анна Ивановна, под работой подразумевается трудоустройство, работа по...
4. Р: Нет, такая работа, чтобы я трудоустраивалась, это только еще до инвалидности.
5. И: Больше года, да?
6. Р: До 80-го года... <...>

Женщина, интервьюер

Женщина, 69 лет, Нижегородская обл., респондент

ХОРОШО

Ф9 «Пожалуйста, не ложите трубку, мы уже заканчиваем...»

Интервьюер в последней трети интервью внезапно, без видимых (слышимых) причин, попросила респондента пройти анкету до конца (**реплика 3**). При этом за все интервью респондент ни разу не выказала недовольство по поводу вопросов или затянувшегося

разговора. Со стороны сложно оценить, насколько такое поведение интервьюера было оправданным, возможно, интервьюер стала чувствовать, что «теряет» респондента, а возможно, это стандартный прием удержания при длительных интервью у этого интервьюера, и фраза была сказана в качестве превентивной меры. [X3].



1. И: Пришлось ли вам за последние два-три года использовать помощь родственников, близких для поддержания материального положения, для выживания? Да / нет?
2. Р: Да.
3. И: Угу. Пожалуйста, не ложите трубку, мы уже заканчиваем, осталось буквально немножко.
4. Р: Хорошо.

Женщина, 40 лет, интервьюер

Женщина, 55 лет, Удмуртия, респондент

ХОРОШО

Ф 10 «Можете из этого выбрать?»

Респонденты порой широко и свободно мыслят, оттого их ответы плохо укладываются в рамки предложенных закрытий. Респонденты отвечают на вопрос по-своему, не только не попадая в предложенные закрытия, но и имея другие основания для рассуждения по тому или иному вопросу, отличные от оснований составителей анкеты. Женщине было предложено ответить на вопрос о характеристиках человека, которые могут помочь реализовать свои возможности в жизни. Респондент же вместо выбора качеств человека отметила наличие рабочих мест (**реплика 2**). Интервьюер, имея возможность записать данный ответ в вариант «другое», попыталась настоять на выборе одного из предложенных вариантов (**реплики 3, 5**). В этой ситуации было бы профессиональнее дать понять респонденту, что полученный ответ понят и записан, а далее спросить «А не подходит ли все-таки что-то из предложен-

ных вариантов?» В этом случае, с одной стороны, был бы записан первый ответ респондента, с другой — респонденту была дана возможность подумать о других возможных вариантах, которые он мог не расслышать или не понять в первый раз.

?

1. И: Что сейчас, в первую очередь, может помочь обычным людям реализовать свои возможности, добиться успеха в жизни — высокий уровень образования, профессионализм, готовность воспринимать новые возможности, аккуратность, умение налаживать отношения с начальством или что-то другое?
2. Р: Рабочие места!
3. И: Рабочие места я могу записать, но все-таки скажите, может, что-то из перечисленного может помочь реализовать свои возможности в жизни, как качества человека?
4. Р: Смысла нет, если нет работы, как можно реализовать свои планы?
5. И: Ну, высокий уровень образования, профессионализм, готовность воспринимать и осваивать новые возможности, аккуратность, осмотрительность, умение налаживать отношения с начальством? Можете из этого выбрать?
6. Р: Если работы нет, как мне налаживать разговор с начальством?
7. И: Хорошо, я записала «наличие рабочих мест». Поняла вас.

Женщина, интервьюер

Женщина, 36 лет, регион неизвестен

НЕЯСНО

Ф 11 «Я вам сказал, что я на пенсии»

Интервью не так часто проходят в стандартизированном формате вопрос—короткий ответ. Респонденты не столько заполняют анкету, сколько просто разговаривают и размышляют на заданную тему, аргументируя свои ответы, поясняя, уточняя, а зачастую и просто делятся информацией о себе, о своей жизни. Однако методика ведения стандартизированного интервью требует, чтобы все вопросы и варианты ответов зачитывались

без изменений, даже если ответ на тот или иной вопрос был получен ранее в ходе развернутого ответа на другой вопрос. Иногда такая «глухота» интервьюера вызывает у респондентов недоумение, раздражение и даже обиду. Мужчина разозлился на интервьюера, которая не запомнила, что он на пенсии (об этом он сообщал в предыдущих вопросах) (**реплика 2**). Интервьюер же не смогла отремонтировать этот сбой, например, добавив: «Вы вроде говорили, что на пенсии» [**И 37, И 46, П 6**].



1. И: Скажите, пожалуйста, в настоящее время вы работаете, учитесь, на пенсии, находитесь в отпуске по уходу за ребенком, занимаетесь домашним хозяйством
2. Р: (С раздражением.) Я вам сказал, что я на пенсии. На пенсии!
3. И: На пенсии.
4. Р: Вот задаешь вопросы про одно и то же.

Женщина, 37 лет, интервьюер

Мужчина, 70 лет, Приморский край, респондент

ПЛОХО

Ф 12 «Подождите. Варианты хоть слушайте!»

Вопросы о доходах являются одними из самых сенситивных, они зачастую вызывают у респондента дополнительные вопросы о целях и задачах исследования, проводящей опрос организации и т.п. Если интервьюер не сможет профессионально и убедительно для респондента на них ответить, то человек может и прервать интервью. Мужчина на первый, открытый, вопрос о доходах сообщает, что это «секрет» (**реплики 1–2**), повторяя тот же самый ответ, не дослушав второй, закрытый, вопрос о доходах (**реплики 5–6**). Интервьюер достаточно резко, с раздражением в голосе одергивает мужчину и просит дослушать варианты ответа (**реплика 7**). В итоге респондент называет интервал своих доходов (**реплика 8**). С одной стороны, интер-

вьюер получает ответ на заданный вопрос, с другой — грубо ведет себя по отношению к респонденту. Попросить человека дослушать варианты ответа можно спокойным тоном и в более вежливой форме [П5].

?

1. И: Скажите, пожалуйста, за последний месяц сколько примерно денег получили все члены вашего домохозяйства, включая зарплаты, пенсии, пособия, стипендии...
2. Р: Это секрет.
3. И: Примерная сумма, общая?
4. Р: Секрет.
5. И: Скажите, пожалуйста, примерный совокупный доход вашего домохозяйства в месяц составляет...
6. Р: Секрет.
7. И: (с раздражением.) Подождите. Варианты хоть слушайте, Петр. «Примерно 10 тысяч, примерно 20 тысяч, примерно 30 тысяч, примерно 40 тысяч, примерно 50 тысяч, примерно 60 тысяч...» Что отметить мне?
8. Р: Ну, 20.
9. И: 20. Угу.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 63 года, Ульяновская обл., респондент

НЕЯСНО

Ф 13 «Гипотетически оно мне на фиг не надо»

У интервьюеров зачастую возникают сложности с респондентами, которые либо не понимают формат стандартизированного интервью, либо их жизненные обстоятельства не подходят под предложенные закрытия. Трудности также случаются и с респондентами, которые склонны отвечать только за себя. От них крайне тяжело добиться ответа на общие вопросы типа «Экономическая ситуация в стране улучшается или ухудшается?», «В целом уровень жизни там, где вы живете, ухудшился или улучшился?»

и тому подобные. Такие вопросы могут их разозлить, а если интервьюер будет настаивать на выборе ответа, ситуация может закончиться прерыванием интервью.

Вот и женщина общий вопрос об удачном или неудачном времени делать сбережения попыталась переложить на свои жизненные обстоятельства (**реплика 2**). В этой ситуации интервьюер не стал сразу отмечать вариант «затрудняюсь ответить», а предложил подумать над вопросом гипотетически, на что получил ответ: «Ну, гипотетически оно мне на фиг надо, если честно? Я сижу вот со своими восьмью тысячами» (**реплика 4**). И далее женщина пожаловалась на слишком общие вопросы, касающиеся не конкретного человека, а всех (**реплика 8**). Интервьюер в данной ситуации занял несколько пассивную позицию, слабо реагируя на реплики респондента, практически не снимая возникшее недовольство вопросом [**И 12, И 36**].

?

1. И: (Продолжение табличного вопроса.) Делать сбережения, как думаете, Галина, скорее удачное или скорее неудачное (время)?
2. Р: (Смеется.) Кто у вас там вопросы такие составляет? Я вот говорю, я исхожу из своих вот восьмью тысяч. Что я из своих восьмью тысяч могу сберечь? Тысячу рублей я могу сберечь, для меня это удачно. Это я за год накоплю себе десять тысяч.
3. И: Ну, про других людей гипотетически хотя бы?
4. Р: Ну, гипотетически оно мне на фиг надо, если честно? Я сижу вот со своими восьмью тысячами.
5. И: Ну, то есть не можете определиться?
6. Р: Я за людей не могу отвечать, я за себя. Для меня удачно, если я тысячу сохранила. И чего вот это... кому это чего даст? Чё-нибудь сами себе там ставьте, все равно что-нибудь поставите.
7. И: Не, не, не. Нам важно только ваше мнение.
8. Р: Ну а мое... как я могу определить, у вас вопросы все такие общие. Если конкретного человека опрашиваете, вопросы как-то его должны касаться, наверное, а не того, что в общем там.

9. И: Ну, вы же тоже свою позицию как бы...

10. Р: Ну, позицию я могу... как я могу ответить за кого-то? Кто-то копейки собирает и ему это удачное, а кому-то сто тысяч собрать мало.

Мужчина, 44 года, интервьюер

Женщина, 57 лет, Чувашия, респондент

НЕЯСНО

Ф 14 «Даже не знаю, как тут с садовым участком...»

В анкете не были даны необходимые пояснения к вопросу о наличии дачи или дома с садовым участком в случае, если респондент проживает в частном доме с прилегающим садовым участком. Соответственно, интервьюер долго не могла определить, какой ответ из предложенных попадает под ситуацию респондента. Респондент объяснила свою ситуацию: «Ну вот живем в частном доме, рядом участок, рядом с домом» (**реплика 4**). Тем не менее, респондент уловила, что речь в вопросе идет о дополнительной даче или участке с домом, но предполагая, что интервьюеру виднее, оставила окончательное решение за ней: «Ну, это место основного проживания. Вот можно его относить к этому пункту или нет? Я не знаю» (**реплики 30, 34, 36**). Интервьюер же не стала придерживаться строгой стандартизации, настаивая, чтобы респондент сама выбрала вариант ответа, а попыталась вместе с ней разобраться в вопросе. Такая тактика с одной стороны позволила не поломать коммуникацию с респондентом, а с другой — интервьюер проявила излишнюю инициативу в поиске ответа на этот вопрос. В конце интервьюер говорит: «Затрудняемся с ответом», как бы обозначая и свой вклад в этот ответ (**реплика 39**).

Чрезмерная инициатива со стороны интервьюера, так же, как и строгое следование стандартизации, могут привести к сбоям в коммуникации, сместить полученные данные. Профессионализм интервьюера и заключается в умении балансировать между формальным и разговорным стилем ведения интервью.



1. И: И далее. Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, в собственности дача или садовый участок с домом?
2. Р: Ну, вот живем в частном доме.
3. И: Нет...
4. Р: Ну, вот живем в частном доме, рядом участок, рядом с домом.
5. И: Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, в собственности, дача или садовый участок с домом.
6. Р: Вот участок с домом — есть, а отдельно — нет.
7. И: Участок с домом.. Это там, где вы живете?
8. Р: Да, да, да. Частный дом, стоит на участке.
9. И: Частный дом на участке, вы в нем проживаете.
10. Р: Да, да.
11. И: Так, угу. Что мы тут пишем.. То есть это ваше основное жилье.
12. Р: Да.
13. И: Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, в собственности, дача или садовый участок с домом. То есть какого-то другого у вас нет? Это у вас не дача, не садовый участок?
14. Р: Нет, нет.
15. И: То есть нет у вас такового отдельно?
16. Р: Ну как, отдельно — нет.
17. И: Это ваш основной дом.
18. Р: Да, да.
19. И: Угу.
20. <...>
21. И: Даже не знаю, как тут с садовым участком... Да или нет... Ну все-таки давайте напишем, все-таки у вас садовый-то участок есть, да?
22. Р: Ну, так, это как сказать, усадьба, вот она... Ну, и дом стоит, и гараж на ней.
23. И: Так, давайте... Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, в собственности, дача или садовый участок с домом?
24. Р: Ну, отдельно нет.
25. И: Нет, да.

26. Р: Я не знаю, как это считать. (Смеется.)
27. И: Затрудняетесь ответить?
28. Р: А?
29. И: Затрудняетесь ответить?
30. Р: Нет, ну, я не знаю, как вот это считать: отдельно? Это же он не отдельно. Или у вас-то вопрос — стоит отдельно от места проживания?
31. И: Ну, у меня, в принципе, отдельно-то не написано. Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, в собственности, дача или садовый участок с домом? Дачи как таковой у вас нет?
32. Р: Нет.
33. И: А садовый участок с домом есть—нет? Это можно отнести к садовому участку с домом, то, что у вас есть?
34. Р: Ну, это место основного проживания. Вот можно его относить к этому пункту или нет? Я не знаю.
35. И: Так, ну, давайте...
36. Р: Потому что у вас перед этим были вопросы — место проживания, поэтому тут как — не знаю!
37. И: Затрудняетесь ответить, да?
38. Р: Затрудняюсь, да.
39. И: Затрудняемся ответить. Ладно.

Женщина, 63 года, интервьюер

Женщина, 70 лет, Амурская обл., респондент

НЕЯСНО

Ф 15 «И внуки теперь, а там и правнуки скоро!»

При ответе на вопрос о качестве интимной жизни повисает некое напряжение: «Ну, „отлично“ нельзя назвать» (реплика 2). Видимо, в попытке преодолеть это напряжение и оставить респондента в хорошем расположении духа, интервьюер затевает небольшой переброс репликами про внуков и правнуков (реплики 3–7). Небольшой отход от формального стиля ведения интервью путем приободряющих реплик позволил смягчить неловкую ситуацию и плавно перейти к следующему вопросу [И4, X5].



1. И: Оцените, пожалуйста, в целом, как сложилась ваша интимная жизнь: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо»?
2. Р: Нну, отлично нельзя назвать, шибко хорошо? Мне бог дал счастья в моих детях... Нну, значит хорошо! [Неразборчиво.]
3. И: (Скажите) да! И внуки теперь, а там и правнуки скоро!
4. Р: Да.
5. И: Или есть уже правнуки? (Смеется.)
6. Р: Нет, нет еще.
7. И: Нуу, скоро будут! (задает следующий вопрос)

Женщина, 55 лет, интервьюер

Женщина, 65 лет, Новосибирская обл., респондент

ХОРОШО

Ф 16 «Сможете, да, поучаствовать? Да?»

Интервьюер 37 секунд уточняла, согласен ли респондент пройти опрос. Вопрос о согласии принять участие в опросе прозвучал 4 раза (реплики 2, 4, 6, 8). При этом респондент на первый же вопрос-приглашение к участию в опросе ответил утвердительно (реплика 3). Прослушивая телефонную запись, сложно сказать, чем было вызвано такое поведение интервьюера, может быть, у нее зависла программа и она таким образом пыталась потянуть время, может быть, на что-то отвлекалась, может быть, была по каким-то причинам в растерянности. Но такое поведение могло привести к отказу от участия со стороны респондента.



1. Р: Алё!
2. И: Здравствуйте! Меня... ам... эм... мы провод... меня зовут Оксана, мы вам уже звонили, мы проводим опрос граждан России об уровне жизни людей. Скажите, мы вам перезвонили в удобное для вас время? Вы удобно было бы по... уделить минут 15–20, поучаствовать в опросе?
3. Р: Ну да!
4. И: Сможете да, то есть поучаствовать? Да?
5. Р: Участвовать?

6. И: Мда. Сможете поучаствовать в опросе, ну минут 15–20 понадобится для этого.
7. Р: Ну, на вопросы я готов. Вот.
8. И: Мда, сможете да, ответить на несколько вопросов?
9. Р: Даа.
10. И: Угу, спасибо большое за согласие...

Женщина, 35 лет, интервьюер

Женщина, 29 лет, Красноярский край, респондент

ПЛОХО

Ф 17 «Ну, тебе недолго осталось!»

Зачастую вопросы оказываются сенситивными не только для респондента, но и для интервьюера. Это может быть связано и с негативным опытом в рамках данного опроса с предыдущими респондентами, когда те резко отказывались отвечать на неприятные вопросы. Тема смерти относится к таким вопросам, об этом не принято говорить, поэтому, дабы не обидеть респондента и не выйти за рамки дозволенного, было принято решение предварить блок вопросов о смерти вопросом о разрешении задать такого рода вопросы. Интервьюер спрашивает разрешение (**реплика 1**), на что получает однозначное согласие (**реплика 2**). Тем не менее, он не торопится перейти к анкете и во второй раз спрашивает разрешение (**реплика 3**). После этого она вроде даже начинает задавать сам вопрос, но неуверенно перебивает себя, предлагая респонденту возможность уйти от сенситивной темы и ответить «нет». Респондент во второй раз не проявляет беспокойство и ожидает вопрос (**реплика 4**). Интервьюер в третий (!) раз уже напрямую спрашивает, задавать ли вопрос (**реплика 5**), и респондент категорично отвечает «Задавайте!» (**реплика 6**), как бы уговаривая интервьюера перейти наконец к делу. Интервьюер, наконец, решается на вопрос, озвучивая свои действия («Задаю!», **реплика 7**). Респондент начинает размышлять над ответом, рассказывая о своей жизненной ситуа-

ции, по сути, давая аналитикам полную картину произошедшего (когда начала думать, что произошло, как часто думает и в связи с чем). Интервьюер дает высказаться респонденту, поддерживая его ответ подтверждающими междометиями («угу»). Интересно здесь и другое — респондент говорит, что после смерти своей двойняшки стала думать о смерти каждый день (**реплика 8**), но когда интервьюер возвращает ее к анкете и просит выбрать один из предложенных вариантов ответа, она выбирает ответ «иногда». Казалось бы, человек думает о смерти каждый день, но не считает, что это часто. Тем не менее, вопрос не фактологический, показывает субъективное восприятие респондента, и аналитику здесь есть над чем задуматься [**И 5, И 29, И 47**].

?

1. И: Скажите, пожалуйста, можно ли вам задать четыре вопроса о смерти?
2. Р: Говорите, чего.
3. И: Разрешаете, да? Скажите, думаете... ну, если скажете — «нет», я не буду задавать.
4. Р: Угу.
5. И: Задавать?
6. Р: Задавайте!
7. И: Задаю! Думаете ли вы о своей смерти? Если да, то редко, иногда или часто?
8. Р: Знаете что... у меня в том году умерла моя двойняшка. Вот, мы вместе родились с сестрой. Вот после этого у меня началось. Я каждый день думаю.
9. И: Угу.
10. Р: Еще женщина одна подошла, и говорит: «Ну, тебе недолго осталось! Сестра умерла, скоро и ты!» Вот это вот так задело, чего — не знаю, и стала думать.
11. И: Угу. И вот получается какое: редко, иногда или часто?
12. Р: Иногда.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Женщина, 66 лет, Ярославская область, респондент

Ф 18 «Менее трети или от трети до половины?»

При ответе на вопрос о расходах на питание респондент назвал ответ, не попадающий под закрытия (**реплика 2**). Интервьюер предложила выбрать из двух вариантов, наиболее подходящих к ответу респондента, однако, мужчина опять повторил свой вариант (**реплики 2–4**). Интервьюер решила не настаивать на выборе из предложенных и самостоятельно выбрала ответ (**реплика 7**). В итоге, интервьюер отметила неправильный вариант, третья часть входит в вариант «От трети до половины», а не в «Менее трети».

Скорее всего, интервьюер побоялась настаивать на выборе варианта, чтобы не вызвать недовольство респондента, либо просто устала. Возможно, выбор варианта «Менее трети» был продиктован предыдущим опытом ответов на этот вопрос. Но, безусловно, необходимо было уточнить ответ у респондента [**П 1, П 3**].

X

1. И: Скажите, а какая примерно часть суммарного месячного дохода вашей семьи была потрачена на питание в прошлом месяце — «менее трети», «от трети до половины», «примерно половина», «от половины до двух третей» или «более двух третей»?
2. Р: Третья.
3. И: Треть потратили? То есть «менее трети» или «от трети до половины»? Как отметить?
4. Р: Третья.
5. И: Треть вы потратили?
6. Р: Да.
7. И: Так. Менее трети вы потратили. (Задаёт следующий вопрос.)

Женщина, 36 лет, интервьюер

Мужчина, 62 года, Нижегородская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 19 «Вот он в кредит у нас, как его считать?»

«Идеальных» анкет не бывает. В каждой анкете во время прохождения опроса вскрываются те или иные недоработки, неучтен-

ные составителями анкеты моменты. Женщина настояла, чтобы в вопросе о наличии автомобиля, интервьюер поставила вариант «нет», так как машина куплена в кредит (**реплика 4**). По закону, безусловно, машина еще не находится в собственности у человека, хотя он ей и пользуется. Но это ли подразумевали составители анкеты? Возможно, им просто важен факт наличия у человека машины. К вопросу не было дано пояснений, поэтому интервьюер отметила тот ответ, который дала респондент. О подобных неоднозначных ситуациях необходимо сообщать заказчикам, чтобы они могли оперативно дать пояснения к вопросу во избежание разных трактовок вопроса [**И 11, И 37**].



1. И: Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, автомобиль?
2. Р: Вот он в кредит у нас, как его считать? Он у нас есть или нет?
3. И: Есть, раз есть, значит, он есть у вас.
4. Р: В кредите если он у нас, еще не наш пока. Пишите, нету у нас. Нам еще три года за него выплачивать.
5. И: Отмечаю, что нет у вас, вы хотите, да?
6. Р: Нет, конечно. Через три года позвоните, я вам скажу, что есть.
7. И: Хорошо, отмечаю, что нет.

Мужчина, 44 года, интервьюер

Женщина, 57 лет, Чувашия, респондент

НЕЯСНО/ХОРОШО

Ф 20 «Сколько вам еще времени надо?»

На 14-й минуте разговора респондент выразил желание прервать интервью (**реплика 3**). Интервьюер подчеркнул, что уже пройдена основная, сложная, часть анкеты и осталась небольшая, легкая, часть (**реплика 4**). Такой объяснительный и несколько упрощающий тон речи интервьюера помог вернуть респондента [**И 19, И 38**].



1. Р: Сколько вам еще времени надо?
2. И: Есть ли у вашей семьи сбережения? Еще минут 5–7.
3. Р: Ой, боже мой... Нет, давайте, это само, пожалуйста, всё...
4. И: Вопросы несложные, если у вас есть еще 5 минут, давайте, пожалуйста, закончим. Мы прошли большую часть анкеты...
5. Р: ... Хорошо, быстрее тогда.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 50 лет, Челябинская обл., респондент

ХОРОШО

Ф 21 «Ну нет, значит, мы пропускаем»

Иногда интервью прерываются на последних 2–3 вопросах. Безусловно, в ситуации, когда заполнена большая часть анкеты, интервьюеру очень обидно терять респондента, и может возникнуть желание самостоятельно ответить на оставшиеся вопросы. Подобные фальсификации очень редко можно встретить в телефонных опросах, так как интервьюеры знают, что их постоянно прослушивают. Однако есть еще и завуалированные фальсификации, как в приведенном фрагменте.

В анкете перед сенситивным блоком вопросов об интимном опыте стоит вопрос-разрешение на возможность задать эти вопросы. После блока вопросов об интимном опыте идет небольшой завершающий блок анкеты (вопросы о месте проживания и количестве телефонов). И на вопросе-разрешении блока про интимные отношения респондент сообщает, что его вызывают по работе (**реплика 2**). Интервьюер, так и не получив четкого ответа на этот вопрос (респондент лишь повторяет, что ему надо уходить), решает пропустить этот блок вопросов, отметив «нет» в вопросе-разрешении. Возможно, такое решение помогло интервьюеру закончить интервью с этим респондентом. Тем не менее, это остается фальсификацией. В этой ситуации необходимо было дать понять респонденту, что осталось

буквально 2 минуты и попросить его не прерывать интервью [И 3, И 33, И 42, И 52, П 1].



1. И: ... А можно ли вам задать три вопроса о вашей личной жизни, об интимном опыте? Да или нет?
2. Р: Ну сейчас спешу, там вызывают меня.
3. И: Ну нет, значит, мы пропускаем. Тогда следующий вопрос... там чуть-чуть осталось у нас. Пропускаем эту тему, да?
4. Р: [Неразборчиво] ...ну вызывают, сейчас надо... [неразборчиво].
5. И: Ну совсем чуть-чуть осталось вот. Скажите, пожалуйста, в какой области, крае, республике вы проживаете?

Женщина, интервьюер

Мужчина, 70 лет, Дагестан, респондент

ПЛОХО

Ф 22 «Нейтральное... есть такое?»

Респонденты не всегда выбирают ответы из предложенных вариантов, предпочитая давать собственные развернутые и аргументированные ответы (**реплика 2**). В подобных ситуациях от интервьюера требуется повторить варианты и попросить выбрать из них (**реплика 3**). Но и в этом случае респондент может опять предложить свой вариант (**реплика 4**). Подобный обмен репликами может продолжаться долго и привести к раздражению респондента, поломке коммуникации. Вероятно, боясь вызвать недовольство респондента, интервьюер предпочел самостоятельно отметить вариант «затрудняюсь ответить», не настаивая на выборе из предложенных вариантов.

В вопросе была использована четырехчастная категориальная шкала с отсутствием среднего положения: «хорошее, скорее хорошее, скорее плохое, плохое». Респонденты же предпочитают давать именно средние оценки. В результате интервьюерам приходится прилагать дополнительные усилия для объяснения имеющихся вариантов [П 1].



1. И: Как вы считаете, каково в целом отношение населения... населения к предпринимателям, бизнесменам — «скорее хорошее»... «хорошее», «скорее хорошее», «скорее плохое» или «плохое»?
2. Р: Нуууу... я считаю, большое народонаселения у нас еще из 90-х вышло, оттуда все считают, что мы барыги... наверное...
3. И: Вот из этих вариантов: «хорошее», «скорее хорошее», «скорее плохое» или «плохое», какое... какое отметить?
4. Р: Нейтральное... есть такое?
5. И: Поняла вас. Идем дальше. (Задает следующий вопрос.)
Женщина, интервьюер
Мужчина, 25 лет, Новосибирская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 23 «Это организация, значит, у вас же не ИП?!»

В анкете следует избегать сложных терминов, которые могут быть непонятны потенциальным респондентам. Однако иногда респонденты могут не понять и широко употребляемые термины. В таких случаях объяснение интервьюером смысла непонятого слова поможет предотвратить сбой в коммуникации и получить от респондента релевантный ответ. Мужчина выразил сомнения отвечая на вопрос об организационно-правовой форме предприятия, на котором работает (**реплика 2**). После нескольких уточняющих вопросов интервьюера респондент дал полное название организации (**реплики 4, 8, 10**). Это позволило интервьюеру правильно интерпретировать ответ респондента, кроме того, интервьюер дал небольшое пояснение относительно разницы между ООО и ИП (**реплика 11**) [**И 11, И 45, X 2**].



1. И: Вы работаете на предприятии, организации или вы работаете на частное лицо, индивидуального предпринимателя, фермера?
2. Р: В принципе предприятие, но частное получается, наверное. Как щас, хрен его знает!
3. И: Мммм, мне что отметить? На предприятии, организации или на частное лицо, предпринимателя?

4. Р: Ну, у нас общество с ограниченной ответственностью
5. И: Общество... ООО, да?
6. Р: Ага.
7. И: Это организация, значит, у вас же не ИП?!
8. Р: НПП.
9. И: Нет, понятно.
10. Р: ООО «НПП» у нас предприятие.
11. И: Это значит предприятие. Если бы вы работали на частное лицо, у вас бы было, там, ИП, допустим, ИП Семенов.
12. Р: Нет, нет, нет. Тогда предприятие, это предприятие.

Мужчина, 46 лет, интервьюер

Мужчина, 48 лет, Брянская обл., интервьюер

ХОРОШО

Ф 24 «Вы позвонили, вы телефон записали»

Вопросы про состав домохозяйства часто вызывают трудности респондентов, а иногда и вовсе отказ называть членов своей семьи. Конечно, это связано с вопросом безопасности, некоторые люди боятся говорить, что живут одни, некоторые — не хотят ничего говорить про своих детей, некоторые просто оберегают себя от вмешательства в личную жизнь. Особенную остроту эта проблема приобретает в разговорах с пожилыми людьми, возможно, ввиду негативного фона, создаваемого средствами массовой информации. Респондент, женщина 84 лет, отказывается говорить, с кем проживает, причем изначально это именно молчаливый отказ (**реплика 2**). Интервьюер чувствует это напряжение и закрытость собеседника, потому начинает подсказывать ей возможные варианты ответа (формальные аналитики увидели бы здесь наведение на ответ, (**реплика 3**), на что респондент все же дает уклончивый ответ (**реплика 4**). Ситуация напряженная, респондент пытается уйти от вопросов и прекратить взаимодействие, сетуя, что она — человек не интересный (**реплика 6**). Интервьюер, тонко чувствующий на-

строение своего респондента, тут же реагирует на это. Она замедляет свой тон, дважды повторяет свои фразы («Очень», «Зря вы так»), а также пытается снизить градус напряженности (**реплика 7**). Респондент не выдерживает и задает вопрос, который, видимо, волновал ее уже некоторое время: есть ли у звонящих ее адрес (**реплики 8, 12**), а также спрашивает, могут ли быть какие-либо последствия (**реплика 10**). Интервьюер развернуто объясняет ей процедуру опроса, анонимность, особенности отбора и предоставления результатов исследования (**реплики 13, 15, 21, 23, 27**). Этот разговор занимает более трех минут, но он позволяет интервьюеру развеять все сомнения респондента, уделить её вопросам столько времени, сколько требуется для снятия напряжения и тревожности, для появления уверенности в своей безопасности. Такой бережный и неторопливый подход демонстрирует уважение к респонденту, заинтересованность в том, что полученное согласие будет действительно информированным и добровольным. Важно, что интервьюер успокаивает пожилого человека, просит ее не волноваться (**реплики 21, 29**), а также выстраивает эмпатические связи, создает доверительную атмосферу в разговоре: рассказывает о своей работе и многолетнем опыте. Респондент успокаивается и благодарит интервьюера за такие подробные объяснения (**реплика 28**), и далее в интервью проблем не возникает. Конечно, это большой диалог вне анкеты, но он позволяет следовать принципам профессиональной этики, проявить уважение к респонденту и ответить на его вопросы [**И 13, X 7, X 10**].



1. И: Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?
2. Р: (Молчит.)
3. И: Ну, это племянники, внуки, кто это?..
4. Р: Нет, просто очень хорошие знакомые.
5. И: Угу (отмечает).

6. Р: Я думаю, что это, наверное, не очень интересно, человек вам... я.
7. И: Почему? Очень даже интересный, очень. Зря вы так думаете. Зря вы так думаете. Будет еще целый ряд вопросов, мы ничего личного не спрашиваем...
8. Р: Я что хочу сказать, это ведь мой адрес у вас?
9. И: Нет. Откуда...
10. Р: Это никаких последствий, никаких...
11. И: Абсолютно ничего не будет...
12. Р: Никаких прописки... ни прописки, ничего нет?
13. И: Нет, нет, нет, ничего ни спрашивать будем, ни проверять... ничего не будет. Мы вообще не знаем, куда мы звоним, поэтому мы и спрашиваем. Мы звоним вообще по всей России. Мы... это, действительно исследование, это...
14. Р: Но у вас же телефон записывается?
15. И: Нет, это все не сохраняется.
16. Р: Вот вы позвонили, случайно набрали.
17. И: Да.
18. Р: И он больше не повторится.
19. И: Нет, больше не повторится.
20. Р: Ну, да, извините, я не так сказала...
21. И: Ничего, ничего, не волнуйтесь. Ничего не сохраняется, все ответы ваши, как и ответы других участников, будут использованы только в обобщенном виде.
22. Р: Ну, понятно...
23. И: После статистической обработки... вот по возрастам, по регионам и так далее, и тому подобное. Конкретного адреса вашего нигде не будет указано.
24. Р: Прекрасно, прекрасно.
25. И: Никто этого и не спрашивает, и не знает.
26. Р: Прекрасно, прекрасно. Но вот видите, раз вы знаете телефон, вы позвонили, вы телефон записали. Значит...
27. И: Нет, мы не знаем, куда мы позвонили. Мы позвонили, открылась анкета, мы начинаем беседовать и все. У нас компьютер набирает телефон случайным образом, а мы просто беседуем с людьми. И все, и больше ничего...

28. Р: Спасибо. Спасибо.

29. И: Угу. Поэтому не волнуйтесь, пожалуйста, ничего, никаких последствий не будет. Мы [неразборчиво] работа, мы здесь работаем по многу лет, никому никогда плохо не было от этого, поверьте. Это, действительно, проводятся исследования такие социологические о том, как вот люди отвечают, как... о качестве жизни людей.

30. Р: Понятно.

Женщина, интервьюер

Женщина, 84 года, г. Москва, респондент

ХОРОШО

Ф 25 «Обязана спросить»

Респондент дала ответ на вопрос об образовании до того, как интервьюер успела дочитать все варианты ответа (**реплики 1–2**). Но интервьюер, никак не отреагировав на ответ, продолжила зачитывание вариантов. Отсутствие ремонта ситуации, например, фразой «Извините, но я обязана прочесть все варианты ответа», привело к сбою в коммуникации, когда респондент несколько раз попыталась прервать интервьюера, повторяя и уточняя свой ответ (**реплики 3–6**). Однако уже в следующем вопросе о специальности, которую респондент сама назвала в предыдущем вопросе (**реплики 6, 8**), интервьюер отремонтировала сбой, уточнив, что обязана задать вопрос, и показала, что помнит ответ респондента (**реплика 13**).

При проведении стандартизированных интервью важно уметь находить баланс между требованиями стандартизации и складывающейся коммуникативной ситуацией. Недопустимо доходить до изменения формулировок вопросов, наведения на ответ, фамильярного тона, но в то же время неуклонное следование стандартизации может приводить к серьезным сбоям в коммуникации, получению нерелевантных ответов [**И 37, И 46, П 6**].

?

1. И: Скажите, пожалуйста, а какое у вас образование — начальное или среднее общее, начальное профессиональное...
2. Р: Среднее специальное
3. И: ...среднее профессиональное, незаконченное высшее...
4. Р: Средне специальное!
5. И: ...высшее или...
6. Р: Педагогическое.
7. И: Среднее специальное... Имеете в виду какое среднее специальное?
8. Р: Педагогическое.
9. И: Педагогическое. Среднее профессиональное, да?
10. Р: Ну раньше оно было средне специальным. Я учитель начальных классов.
11. И: Угу (пауза) то есть (пауза) ну (пауза) профессиональное училище. Ну, среднее профессиональное образование. Правильно я вас поняла?
12. Р: Ага.
13. И: А вот какую специальность вы получили на основном наивысшем образовании? Обязана спросить. Вот вы говорили педагогическое, да?
14. Р: Угу.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Женщина, 67 лет, неизвестно

НЕЯСНО**Ф 26 «Запишите, пожалуйста, себе»**

Вопросы информированного согласия, а именно кто, зачем, как и для чего проводит текущий опрос, могут возникать в любой момент интервью. Чаще всего это происходит в начале (когда только начинается взаимодействие, когда респондент хочет понять, на что он соглашается) и в конце (когда опрос окончен, но остались какие-либо вопросы, не заданные респондентом ранее) интервью. Начать этот разговор об исследовании может любой участник диалога, как и произошло в данном случае. Интервью подошло к концу, но между респондентом и интервьюером возникла взаимная

симпатия, выстроились крепкие (для незнакомых людей) эмпатические связи. Интервьюер просит респондента записать, кто проводит опрос, чтобы та могла в дальнейшем посмотреть в случае возникновения вопросов (**реплика 1**). Респондент соглашается, и медленно, по словам записывает название организации—заказчика исследования (**реплики 4, 6, 8**). Сложно сказать, была ли в этом острая необходимость или можно было закончить интервью без этого. В целом, респондент имеет право знать, что за взаимодействие с ним происходило, потому ошибкой это назвать нельзя.



1. И: Анна Ивановна, спасибо вам большое за участие в нашем опросе. Запишите, пожалуйста, себе, а то вдруг потом у вас возникнут вопросы, кто это проводил, кто это вас спрашивал такие вопросы. Запишите. Российская академия народного хозяйства и госслужбы. У нас есть сайт. Запишите.
2. Р: Угу. Давайте запишу я... Российская... так, сейчас... Рос-сий-с-кая... Академия?
3. И: Да, академия...
4. Р: Российская а-ка-де-ми-я... Российская академия...
5. И: Народного хозяйства и госслужбы.
6. Р: На-род-но-го хозяйст-ва... Народного хозяйства, а потом?
7. И: И госслужбы. У нас есть сайт. Вводите вот это вот название, которое я вам дала, и там увидите...
8. Р: Ага, сейчас, запишу... Гос-службы.
9. И: В интернет вводите вот это название, и там выдастся сайт наш.
10. Р: Ага.

Женщина, интервьюер

Женщина, 69 лет, Нижегородская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 27 «Да жена недовольна здесь...»

Для исключения влияния на ответы третьих лиц интервью необходимо проводить наедине с респондентом. При проведении

массовых опросов это условие не всегда получается соблюсти. При телефонном опросе тем более затруднительно проконтролировать присутствие рядом с респондентом третьих лиц. Третьи лица могут не только сместить ответы респондента, но и стать причиной прерывания интервью. Мужчина неожиданно произносит реплику, обращенную к жене, вероятно, находящейся с ним в одной комнате (**реплика 2**). Далее он поясняет, что жена недовольна тем, что он участвует в опросе (**реплика 4**) [**И 24**].



1. И: Есть ли у вас близкие родственники, друзья, проживающие не с вами, в другом доме, квартире, городе? Если да, то сколько?
2. Р: Ну опрос идет, чё ты это?
3. И: Что?
4. Р: Да жена недовольна здесь, что я с вами разговариваю... я ей говорю... Что вы спросили последний вопрос?
5. И: (Повторяет вопрос.)

Женщина, интервьюер

Мужчина, 73 года, Приморский край, респондент

ХОРОШО/НЕЯСНО

Ф 28 «Как вам ответить-то?»

Женщина не очень понимает табличный вопрос об удачном или неудачном времени. Она не хочет отвечать в общем, гипотетически [**Ф 13**]. Это приводит к тому, что на каждый вопрос она дает собственный ответ (**реплики 2, 8**). Интервьюер же не может доходчиво объяснить, как отвечать на подобные вопросы (**реплики 3, 9**). У респондента нарастает напряжение и недовольство вопросами, которое выливается в фразе «Короче, вопросы у вас дурацкие!» (**реплика 12**).

Несмотря на то, что интервью законченное, такие ситуации могут приводить к прерыванию коммуникации, поэтому задача интервьюера — снимать возникающее иногда у респондентов недовольство вопросами [**П 6**].



1. И: Сейчас скорее удачное или скорее неудачное время менять работу, искать новую работу. Сейчас время скорее удачное или скорее нет?
2. Р: Если работа не нравится, так оно любое время удачное! Нравится работа, не ищи, чё ее менять-то, если она нравится? Как вам ответить-то?
3. И: Ну мало ли, всякие же ситуации бывают. Бывает работа не устраивает, а боятся люди менять работу.
4. Р: Так это чаще всего так и бывает.
5. И: Ну, так как вы считаете, менять работу или искать новую сейчас время скорее удачное или скорее неудачное время?
6. Р: Неудачное.
7. И: Делать крупные покупки время скорее удачное или скорее неудачное?
8. Р: (Смеется.) Ну вопросы вообще, охренеть. Я сейчас сделаю крупную покупку, я влезаю в кредит, вот это удачное время или нет? Вот я сейчас влезла на три года, но я без этого не могу. Да по-любому это неудачное, чё там говорить! Покупки в кредит, потому что простому человеку, как я, это же невозможно взять что-то так вот и купить.
9. И: Ну, а не в кредит, а просто?
10. Р: А не в кредит я могу только еду купить.
11. И: Ну, так как мы поставим?
12. Р: Короче, вопросы у вас дурацкие! Неудачное, но... как сказать, есть деньги — удачное, нет денег — неудачное.
13. И: Тогда отмечаю, что не можете определиться.
14. Р: Да, у вас вопросы такие, вот это, что очень неоднозначные.
15. И: (Задаёт следующий вопрос.)

Мужчина, 44 года, интервьюер

Женщина, 57 лет, Чувашия, респондент

ПЛОХО

Ф 29 «Неплохие — у нас нет такого варианта»

Иногда ответы респондентов не попадают под имеющиеся закрытия. В этом случае профессиональный интервьюер должен еще раз повторить варианты ответа и попросить выбрать из них.

Но и этот прием не всегда работает, на некоторых респондентов сложно повлиять, они стоят на своем. Так, мужчина на вопрос об экономических перспективах развития предприятия, на котором работает, отвечает «неплохие» (**реплика 6**). Этот ответ не попадает под имеющиеся закрытия «хорошие, средние или плохие». И несмотря на усилия интервьюера, который раз за разом просил выбрать из имеющихся вариантов, ответ «неплохие» респондент повторил три раза (**реплики 7–12**). В результате, интервьюер отмечает вариант «затрудняюсь ответить». Но судя по фразе «Неплохие — у нас нет такого варианта, у нас есть средние!», интервьюер предполагал, что респондент оценивает перспективы развития предприятия как средние (**реплика 13**). Однако интервьюер не наводил респондента на этот ответ, предъявляя ему все три возможных варианта закрытия.

В дополнение отметим, что респондент был очень сомневающимся, со многими ответами он не мог определиться. На предшествующий вопрос он также не ответил (**реплики 1–2**). И после первого утонувшего вопроса о закрытиях респондент опять хотел уйти в отказ, заметив, что не может оценить перспективы развития предприятия, так как не является директором (**реплика 8**). Но интервьюер грамотно среагировал на это замечание, сказав, что важно лишь мнение респондента (**реплика 9**). Таким образом интервьюер попытался снять с респондента напряжение от ответственности за точность и правильность ответа [**X1**].



1. И: Каково, в целом, экономическое положение предприятия, организации, в которой вы работаете — хорошее, среднее или плохое?
2. Р: Вот сложно сказать, я даже не могу ответить
3. И: Не можете сказать, да? Ясно.
4. Р: Конечно, я же не директор, я же не могу сказать.
5. И: Не, ну может быть, по слухам, там, обраща... общаетесь с кем-то, с экономистами, с бухгалтерами. Так. А каковы, на ваш взгляд, перспективы развития предприятия, организации, в которой вы работаете, на

ближайшие два-три года — «хорошие», «средние» или «плохие»? Как вы считаете?

- 6. Р: Если в целом, то, по ходу, неплохие, наверное.
- 7. И: А как мне отметить? Хорошие, средние, плохие? Три оценки.
- 8. Р: Вот сложный вопрос. Я не директор, я не могу объяснить это.
- 9. И: Мы спрашиваем, на ваш взгляд: как вы думаете, как вы предполагаете.
- 10. Р: Ну, наверное, неплохие, наверное, скорее всего, что неплохие.
- 11. И: Николай Николаевич, три оценки: хорошие перспективы развития, средние, плохие? Подходит какая-то оценка?
- 12. Р: Сложно сказать, я не могу так сказать... Ну, наверное, неплохие
- 13. И: Неплохие — у нас нет такого варианта, у нас есть средние! Хорошо, идем далее.

Мужчина, 46 лет, интервьюер

Мужчина, 48 лет, Брянская область

ХОРОШО

Ф 30 «Еще, может, номер дать сберкнижки вам?»

Вопросы про финансы и сбережения часто вызывают у респондентов не только отказ от ответа, но и раздражение от вмешательства в личную сферу. Респондент довольно активно отвечает на вопросы анкеты, комментирует и аргументирует свои ответы (**реплика 4**). Вопрос о том, сколько денег удалось отложить на похороны, вызывает у респондента сарказм и отторжение (**реплика 6**), она язвительно спрашивает у интервьюера, не нужно ли ей указать еще и номер своей сберегательной книжки. Отказ от ответа — довольно резкий, конфликтный, и задача интервьюера в такой ситуации — крайне осторожно уйти от неприятной темы, озвучив респонденту его право не отвечать на неудобные вопросы. Интервьюер использует формулировку «не желаете» (вместо «не хотите»), усилив нежелание респондента отвечать. Причем этот вопрос она задает в утвердительной формулировке («да?», **реплика 7**), показывая респонденту, что услышала и по-

няла его позицию, нужно лишь уточнить. Это снижает накал страстей, и респондент отвечает уже спокойным тоном, аргументировав свой отказ провоцирующей формулировкой вопроса. Конфликт исчерпан [И 24].



1. И: Скажите, пожалуйста, вы готовитесь к смерти?
2. Р: Я — нет!
3. И: Угу.
4. Р: Моей маме 95, она и то не готовится!
5. И: Это правильно! Откладываете ли вы деньги на свои похороны, включая вклады и страховки? Если да, то сколько уже удалось отложить?
6. Р: Еще, может, сберкнижку, номер дать сберкнижки вам?
7. И: Не желаете, да, здесь отвечать?
8. Р: Конечно, такой вопрос... каждого будет как провоцирующий.

Женщина, 26 лет, интервьюер

Женщина, 66 лет, г. Санкт-Петербург, респондент

ХОРОШО

Ф 31 «Нет вариантов затрудняюсь ответить»

Составители анкет не всегда дают респонденту возможность затрудниться с ответом или отказаться от него. В этих случаях интервьюеру приходится так или иначе уговаривать респондента выбрать ответ. Женщина отказалась назвать причину, по которой она не повышала свой уровень образования (**реплики 2, 6**). Возможно, интервьюер в первый раз столкнулась с отказом уточнить вариант «другое», поэтому растерялась и не смогла отремонтировать ситуацию. Она лишь несколько раз повторила, что без ответа на вопрос нельзя перейти к следующему (**реплики 5, 7**). Последней своей фразой «Как быть?» интервьюер попыталась призвать респондента к кооперации и совместному поиску решения проблемы. Но респондент никак не отреагировала на этот вопрос и после паузы в 20 секунд, в течение которой интервьюер так и не нашлась, что еще сказать, положила трубку.

В данной ситуации сама интервьюер оказалась причиной сбоя. Решение проблемы было простым — в ответе «Другое» написать «Отказалась уточнить» [П8, П9].



1. И: Почему, в первую очередь, вы в течение последних двух-трех лет не повышали свой уровень образования — не видели в этом необходимости, не нашли подходящих вариантов, не хватило денег, не хватило времени, не было связей, чтобы получить такое образование или по другой причине?
2. Р: По другой причине.
3. И: А вот надо указать, по какой...
4. Р: (смех) А зачем я буду вам указывать?..
5. И: Потому что здесь даже нет вариантов «Затрудняюсь ответить», чтобы перейти к следующему вопросу...
6. Р: Не, ну я не хочу отвечать на этот вопрос. (Пауза.) На этот вопрос не буду отвечать, это мое собственное, зачем я буду отвечать?
7. И: (Пауза.) Просто мы с вами даже не сможем к следующему вопросу перейти... Как быть?
8. (Пауза 20 с. Респондент положила трубку.)
Женщина, интервьюер
Женщина, 31 год, регион неизвестен, респондент

ПЛОХО

Ф 32 «Работаю, я же говорю»

Иногда в формулировку вопроса уже внесен вариант ответа. В этом случае пропадает необходимость указывать, какие варианты ответа можно зачитать, какие нет, и в целом, нужно ли зачитывать варианты ответа. Все, что нужно прочесть, уже включено в вопрос. Возможно, менеджеры не объяснили это правило интервьюеру, либо она его забыла, так как интервьюеры часто переходят с одного проекта на другой, а разные заказчики предъявляют разные требования к проведению интервью. Интервьюер после зачитывания вопроса и даже после получения

ответа еще раз прочитала все варианты ответа (реплики 1–3). В результате возник коммуникативный сбой, респондент несколько раздраженно произнесла: «Работаю, я же говорю» (реплика 4). Но и после этого интервьюер еще два раза уточнила вариант ответа (реплики 5, 7) [И 11].



1. И: В настоящее время вы работаете, учитесь, на пенсии, находитесь в отпуске по уходу за ребенком, занимаетесь домашним хозяйством или временно не работаете, ищете работу? Все варианты перечислите...
2. Р: Работаю, работаю.
3. И: Работаете, включая тех, кто в отпуске... сюда входят самозанятые, халтура, подработка, ИП. Второе — «учусь», третье — «на пенсии», четвертое — «в декрете», «в отпуске по уходу за ребенком (ребенку менее 3-х лет)», пятое — «занимаюсь домашним хозяйством, ухаживаю за другими членами семьи, воспитываю детей, не работаю», шестое — «безработный, временно не работаю, ищу работу».
4. Р: Работаю, я же говорю.
5. И: (Пауза.) Здесь можете выбрать несколько вариантов ответа.
6. Р: Первый.
7. И: Только работаете, да?
8. Р: Угу.

Женщина, 32 года, интервьюер

Женщина, 41 лет, Республика Хакасия

ПЛОХО

Ф 33 «Ванну и душ не принимаете?»

Целью вопроса «Как часто за последние три месяца вы принимали душ или ванну?» (реплика 1) было узнать, как часто человек моется. Однако составители анкеты не подумали, что мыться можно и в бане. О бане не было сказано ни в самом вопросе, ни в пояснениях к вопросу. И когда интервьюер столкнулась с ответом «Каждую неделю хожу в баню!», она решила не додумыв-

вать, что имел в виду заказчик, а остаться в рамках формулировки вопроса. Мужчина принимает душ или ванну всего один раз в год, соответственно именно этот ответ интервьюер и отметила (реплики 10–11).

Интервьюер в целом поступила правильно, не став додумывать вопрос. Но, во-первых, в подобных случаях необходимо в конце анкеты писать комментарий, чтобы при необходимости можно было на постобработке массива данных внести соответствующие коррективы. А во-вторых, обо всех непонятных или нетипичных ситуациях, двояких трактовках вопросов или ответов нужно сообщать заказчикам, чтобы те могли своевременно внести коррективы в опросный инструмент, например, написав комментарий или уточнив инструкцию.

?

1. И: А скажите, как часто за последние три месяца вы принимали душ или ванну — «каждый день», «несколько раз в неделю», «несколько раз в месяц и реже»?
2. Р: Кааждую неделю хожу в баню!
3. И: В баню! А, то есть, э-э, у вас получается это несколько раз в неделю или несколько раз в месяц?
4. Р: (Пауза.) Чё?
5. И: А-а, принимаете душ, ванну?
6. Р: Каждую неделю в баню хожу! Прекрасно!
7. И: В баню.... То есть в ванну и душ... Э-э ванну и душ не принимаете, да?
8. Р: Нет!
9. И: Нет, да.
10. Р: Ну можно там один раз [неразборчиво].
11. И: Один раз в год бывает, да? То есть реже, чем раз в месяц, да? Такое бывает?
12. Р: Да.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Мужчина, 86 лет, Оренбургская обл., респондент

Ф 34 «На самой низкой — это какая?»

Интервьюеры, опасаясь штрафов со стороны заказчика, стараются добиться от респондентов четкого, попадающего под закрытия ответа, несмотря на то, что человек может ответить так же, как записано в вариантах ответа, но другими словами. Женщина отвечает, что на лестнице из 9 ступеней, где на низшей стоят самые бесправные, а на высшей — имеющие самую большую власть, она стоит на самой низкой (**реплика 4**). Интервьюер не решается самостоятельно отметить первую ступень, а уточняет номер этой ступени (**реплика 5**). Ответ женщины показывает, что она неправильно поняла либо не запомнила положение ступеней (**реплика 6**). После немного сбивчивого пояснения интервьюера женщина называет подходящую ступень (**реплики 7–8**).

Безусловно, в определенных ситуациях трактовка ответа респондента не очевидна, и тогда необходима настойчивость в получении четкого ответа. Но в данном случае интервьюер потратил время и силы на уточнение вопроса, который этого не требовал. Не может быть расхождений в трактовке ответа «Самая низкая». Интересно, что в предыдущем вопросе с лестницей интервьюер не стал уточнять, что означает вторая снизу ступень (**реплика 2**).

?

1. И: Валентина, представьте себе лестницу из 9 ступеней, на низшей ступени которой стоят самые бедные, а на высокой — самые богатые. На какой ступени стоите вы?
2. Р: На второй снизу (*смеется*).
3. И: Понял вас. На второй снизу. А представьте себе лестницу из 9 ступеней, на низшей ступени которой стоят самые бесправные, а на высшей — имеющие самую большую власть. На какой ступени вы стоите?
4. Р: На самой низкой.
5. И: На самой низкой — какая?
6. Р: Ну девятая, она низкая самая.

7. И: Нет. Низкая — это... наоборот... самая высокая, имеющие самую большую власть, а низкая — это первая самая, самые бесправные.

8. Р: А, тогда первая.

Мужчина, 62 лет, интервьюер

Женщина, 70 лет, Хакасия, респондент

НЕЯСНО

Ф 35 «Когда мы выясним, я вам перезвоню»

Иногда во время интервью могут происходить технические сбои как в работе телефонной связи, так и в работе программного обеспечения. Во фрагменте, приведенном ниже, как раз случился сбой в работе анкеты: из-за технической ошибки в программировании анкеты вопросы зациклились. Интервьюер сработала профессионально, попросив разрешения перезвонить респонденту позже, «чтобы не держать вас у телефона» (реплика 1).

1. И: Сейчас минуточку, у меня не туда пошло, вернулось... Людмила, получается... подождите секундочку, я сейчас спрошу, потому что у меня что-то дальше не идет анкета. Я сейчас быстро спрошу, извините. Знаете, давайте, чтобы не держать вас у телефона, я сейчас отключусь, а когда мы выясним, я вам перезвоню. Возьмите, пожалуйста, трубочку. Хорошо?

2. Р: Хорошо.

3. И: Спасибо большое.

Женщина, 58 лет, интервьюер

Женщина, 36 года, регион неизвестен, респондент

ХОРОШО

Ф 36 «Можете без подробностей»

Воспринимая интервью как беседу, респонденты (в основном, пожилые) сообщают много личной информации, тем самым удлиняя интервью. Такие интервью могут быть утомительны в моральном плане для интервьюеров. Мужчина буквально на

каждый вопрос пытается дать развернутый ответ, объясняет, почему выбрал тот, а не иной ответ. Рассказывает про свою работу — «в море ходил» и про жену — «из дома не выходит». Интервьюер на протяжении всего интервью эффективно возвращала его к вопросам. В этом же отрывке она немного перебила мужчину и объяснила, что необязательно давать развернутый ответ (**реплика 3**). Несмотря на то, что ее слова могут показаться несколько грубыми, сказаны они были вежливым тоном без намека на неуважение и воспринимаются как совет, рекомендация как лучше отвечать [**И 27, Х 9**].



1. И: ... Василий, делаете ли вы хотя бы раз в неделю зарядку, занимаетесь спортом? Или нет?
2. Р: Сейчас нет, потому, что [неразборчиво].
3. И: Не делаете, я поняла. Нет, можете без подробностей, развернутый ответ не давать, просто да—нет.
4. Р: Нет, нет.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 68 лет, г. Калининград, респондент

ХОРОШО

Ф 37 «Я, наверное, уже ответила на этот вопрос»

В ситуации, когда интервьюер задает вопрос, на который респондент уже отвечал ранее в ходе интервью, для ремонта коммуникации необходимо сказать «Я знаю, что вы уже ответили, но я обязан(а) зачитывать все вопросы». Именно так и поступила интервьюер, когда респондент заметила, что уже ответила на задаваемый вопрос (**реплика 8**). Кроме того, чуть раньше интервьюер грамотно вернула респондента к закрытиям, когда женщина дала ответ, не попадающий под закрытия (**реплики 4–6**). Единственной помаркой интервьюера было слишком быстрое заполнение паузы, возникшей после прочтения

вопроса (реплики 1–2). Интервьюер сразу же предположила, что женщина затрудняется с ответом, не дав ей возможности обдумать вопрос (реплика 3) [ИЗ, ХЗ].



1. И: А как вы полагаете, могут ли сейчас такие люди, как вы, реализовать свои возможности и устремления в жизни? Первый вариант — могут, скорее могут, второй — не могут, скорее не могут.
2. Р: (Пауза.)
3. И: Ну... или затрудняюсь ответить.
4. Р: Нууу... это зависит от многого... Ну во-первых, здоровье как позволяет
5. И: Да, вот об этом как раз будет опрос, а в целом, вот сейчас сможете ответить вот на этот вопрос? Первый вариант — могут, скорее могут, второй — не могут, скорее не могут.
6. Р: Могут.
7. И: Могут все-таки. И тогда следующий вопрос задам. Что сейчас в первую очередь может помочь обычным людям реализовать свои возможности, добиться успеха в жизни — высокий уровень образования, профессионализм, готовность воспринимать новые возможности, аккуратность, умение налаживать отношения с начальством или что-то другое?
8. Р: Я, наверное, уже ответила на этот вопрос. Человеку надо иметь здоровье и достаток, чтобы что-то начать.
9. И: Здоровье и достаток... угу... Я все равно обязана задавать вопросы и... независимо от того, говорили вы об этом или нет. Спасибо за ответ. Следующий вопрос.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Женщина, 67 лет, неизвестно

ХОРОШО

Ф 38 «А вы на какой звоните?»

Пожилая женщина легко согласилась на опрос, хотя слегка и удивилась, что интервью будет проходить по телефону (реплики 7–9).

Первый вопрос о том, по какому телефону происходит разговор,

вызвал у нее недоумение: «А вы на какой звоните?» (реплика 11). Подобное удивление встречается у многих респондентов, так как, не зная методику проведения телефонных опросов, сложно предположить, что звонящий человек не видит номер, по которому звонит. Интервьюер, не пускаясь в пространные объяснения о случайной генерации номеров и системе дозвона, просто сообщает, что не набирает номера телефонов (реплика 12). В данном случае подобного сжатого объяснения было достаточно, чтобы удовлетворить интерес респондента. Важно точно реагировать на запросы респондентов, предоставляя им необходимую информацию, но не перегружая деталями, о которых они не спрашивали.



1. Р: Да.
2. И: Здравствуйте.
3. Р: Здравствуйте.
4. И: Скажите, вам удобно сейчас говорить?
5. Р: Ну я слушаю.
6. И: Спасибо. А мы проводим опрос об уровне жизни и здоровья людей. Опрашиваем граждан России от 18 лет и старше. Опрос проводит Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Ответьте, пожалуйста, на наши вопросы.
7. Р: По телефону?
8. И: Прямо сейчас, да.
9. Р: Пожалуйста.
10. И: Аааа, спасибо вам за ваше согласие. Скажите, пожалуйста, мы сейчас с вами говорим по домашнему стационарному или по мобильному телефону?
11. Р: А вы на какой звоните?
12. И: Мы сами не набираем номера телефонов.
13. Р: По мобильному.

Мужчина, 62 года, интервьюер


Женщина, 70 лет, Хакасия, респондент

Ф 39 «А другие — это что? Что можно написать?»

Мужчина в числе прочих источников дохода называет работу в гараже (**реплики 2–10**). Но интервьюер, зная, что под «работой» понимается любая трудовая деятельность, приносящая доход, корректирует ответ респондента (**реплика 11**).

Чтобы провести качественное интервью и получить релевантную информацию, интервьюеры должны понимать цели и задачи как всего опроса, так и конкретных вопросов в анкете. В данной ситуации согласно формальному подходу интервьюер должен был бы отметить два варианта «работа» и «другое». И в «другом» записать «работа в гараже». Это не было бы ошибкой, но добавило работы аналитикам на этапе редактирования массива данных.

Подход, основанный на включении интервьюеров во все этапы исследования, позволяет получать качественные данные, требующие минимальных усилий по редактированию, а также дополнительную информацию для анализа коммуникации с респондентом.

- 
1. И: Скажите, пожалуйста, какие источники существования имеются у вашего домохозяйства — работа, подсобное хозяйство, пенсия, пособия, стипендия, помощь других лиц, алименты и прочее? Или какие-то другие источники?
 2. Р: Ммм, работа и другие источники.
 3. И: А другие — это что? Что можно написать?
 4. Р: (Пауза.)
 5. И: Подсобное хозяйство?
 6. Р: Да нет.
 7. И: Нет, нету?
 8. Р: (Пауза.)
 9. И: А что...
 10. Р: Работа, например, там в гараже...
 11. И: Так, ну это все равно работа у вас.

Женщина, 61 год, интервьюер

Мужчина, 31 год, Сахалинская обл., респондент

Ф40 «Вы уже по три раза один и тот же вопрос задаете»

Из-за речевого сходства отдельных вопросов респонденты не всегда могут уловить различия между ними. В результате некоторые опрашиваемые начинают нервничать и выражать недовольство повторением одного и того же. В таких случаях, чтобы снять возникшее напряжение, необходимо объяснить респонденту разницу между двумя похожими вопросами, а также обосновать необходимость зачитывания всех пунктов анкеты.

Пожилой мужчина достаточно нервно перебивает интервьюера, фактически интересуясь целью опроса (**реплика 4**). Однако интервьюер дает очень общий и не отвечающий на запрос респондента ответ (**реплика 5**). Респондент также выражает недовольство одинаковыми вопросами (**реплика 6**). Но и на этот раз интервьюер не дает подробных объяснений, а ограничивается утверждением, что вопросы разные (**реплика 7**). Не получив исчерпывающих объяснений, мужчина продолжает возмущаться вопросами анкеты (**реплика 8**). Несмотря на то, что в этот раз удалось продолжить интервью с мужчиной, интервьюер не сняла возникшее напряжение и раздражение, и через некоторое время респондент потерял терпение и положил трубку [**И8, П11**].

X

1. И: Сколько человек, включая вас, проживают вместе с вами и ведут совместное хозяйство?
2. Р: Как? Я да жена, и все.
3. И: Вдвоем, да? Скажите, пожалуйста, сколько человек, включая вас...
4. Р: Так, вопрос. Ты уже полчаса со мной разговариваешь. Я не пойму, к чему ты клонишь? Вы клоните к чему?
5. И: Это социальные вопросы.
6. Р: Вы уже по три раза один и тот же вопрос задаете.
7. И: Нет, это же разные вопросы, Анатолий Павлович!
8. Р: Ну да! Конечно, разные! Только по-разному заходите, то с середины заходите, то с конца, то с начала.

9. И: Ну это все равно социальные все вопросы. Анатолий Павлович, поучаствуйте.

10. Р: Ну.

Женщина, 37 лет, интервьюер

Мужчина, 70 лет, Приморский край, респондент

ПЛОХО

Ф 41 «Вы сказали с супругой?»

Речь респондентов не стандартизирована, отвечая на вопрос, они могут сообщить гораздо больше информации, чем запрошено. Не так уж интересно отвечать только «да» или «нет», называть номер подходящего варианта ответа. Людям хочется пообщаться, поделиться своим мнением, иногда и подискутировать. Не редки случаи, когда интервьюеры заранее получают ответы на некоторые еще не заданные вопросы анкеты. В таких ситуациях профессиональный интервьюер должен, не выходя далеко за рамки формального подхода, продемонстрировать свою внимательность и заинтересованность в словах респондента.

Мужчина на вопрос о количестве проживающих вместе с ним людей сообщает, что живет вдвоем с супругой (**реплика 2**). Интервьюер меняет формулировку следующего вопроса, подстраиваясь под складывающуюся коммуникативную ситуацию: вместо «Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?» — спрашивает «Скажите, пожалуйста, это ваша жена? Вы сказали, да?» (**реплика 5**). Несмотря на грубое нарушение правил стандартизированного интервью (изменения формулировки вопроса), такой прием, с одной стороны, позволяет избежать сбоя в коммуникации с респондентом, а с другой — не приводит к изменению смысла вопроса.

Стоит оговориться, что для исключения ошибок в интерпретации вопросов нельзя кардинально менять формулировки. Если ответ на вопрос известен заранее, правильно будет зачи-

тать вопрос как он есть, а затем добавить «Вы, вроде, говорили, что... Правильно?»



1. И: Сколько человек, включая вас, живет вместе с вами в одной квартире, в одном доме?
2. Р: Так, числимся двое с бабушкой, внуки часто бывают.
3. И: Но вы вдвоем проживаете, да? Получается...
4. Р: Да.
5. И: Угу. Скажите, пожалуйста, это ваша жена? Вы сказали, да? Вы сказали с супругой?
6. Р: Да-да.

Женщина, 55 лет, интервьюер

Мужчина, 74 года, Алтайский край, респондент

ХОРОШО

Ф42 «А в агентство по трудоустройству обращались?»

Вопросы с длинным перечнем закрытий вызывают определенные затруднения. Респонденты забывают закрытия, которые были вначале, просят повторить, иногда могут забыть и сам вопрос. Точность таких вопросов может быть низкой. Целесообразно, если предполагается множественный выбор, превращать подобные вопросы в табличные, где по каждой строке (закрытию) требуется получить ответ. Опытные интервьюеры так и поступают, даже если вопрос не представлен в табличной форме. Интервьюер не остановилась на первом же полученном ответе (реплика 2), понимая, что ответ множественный, а уточнила все оставшиеся варианты.



1. И: Обращались ли вы куда-нибудь в поисках работы? Если да, то куда именно?
2. Р: На биржу.
3. И: То есть в государственную службу занятости, я правильно поняла?
4. Р: Да, да, да.
5. И: А в агентство по трудоустройству обращались?

6. Р: У нас нет таких агентств.
7. И: Объявления, газеты, Интернет... вы обращались?
8. Р: Газеты вот смотрела, Интернет смотрели.
9. И: Напрямую посылали резюме на предприятия?
10. Р: Нет.
11. И: К друзьям, родственникам, знакомым обращались?
12. Р: Конечно, обращалась.

Женщина, 40 лет, интервьюер

Женщина, 55 лет, Удмуртия, респондент

ХОРОШО

Ф 43 «Сложно ответить»

О многих вопросах, которые задают исследователи, респонденты не задумывались раньше, поэтому их ответы формируются здесь и сейчас. Мужчина не дает прямого ответа на вопрос об изменении финансового положения в ближайшие 5 лет. Вероятно, не имея четкого представления, он начинает рассуждать на эту тему (**реплика 2**). Интервьюер же, чтобы добиться четкого выбора ответа, повторяет не все варианты, а только один, на его взгляд, наиболее подходящий к размышлениям респондента (**реплика 3**). Респондент с некоторым сомнением соглашается на данный вариант ответа (**реплика 4**). Фактически интервьюер навел респондента на ответ.

В этой ситуации необходимо было зачитать все имеющиеся варианты и еще раз попросить выбрать подходящий. Если бы и тогда респондент не смог выбрать, то предложить вариант «затрудняюсь ответить». А в рассматриваемой ситуации интервьюер, возможно, сместил ответ респондента [**П 3**].



1. И: Как вы полагаете, в ближайшие 5 лет ваше финансовое положение улучшится, ухудшится или останется без изменений?
2. Р: Сложно ответить. Это я безработный и вот осталось год с небольшим до пенсии. Так вот на это только надеюсь.

3. И: Угу. Ну, то есть вы считаете, что ваше финансовое положение в ближайшие 5 лет улучшится?
4. Р: Ну наверное.
5. И: Улучшится. Так.

Женщина, 54 года, интервьюер

Мужчина, 58 лет, Новгородская обл., респондент

ПЛОХО

Ф44 «Вернемся к тем вопросам или оставить, как есть?»

На вопросах, которые сложны для восприятия и понимания респондентами, зачастую возникают сбои или ошибки в интерпретации, приводящие к смещениям ответов. В анкете были 3 вопроса, где респондентам необходимо было поставить себя на одну из девяти ступеней различных лестниц. На первый вопрос, где надо расположить себя на лестнице «бедные-богатые», мужчина, не называя ступени, отмечает, что живет бедно (**реплика 2**). После повторения вопроса мужчина выбирает девятую ступень, на которой по условию вопроса находятся самые богатые. Интервьюер не замечает эту нестыковку и продолжает задавать аналогичные вопросы с лестницами (**реплики 7, 9**). Однако на последнем вопросе респондент уточняет, можно ли выбрать среднюю ступень (**реплика 10**). Становится ясно, что мужчина не очень понял условия этих вопросов, а соответственно, отвечал невпопад. Интервьюер предлагает вернуться к предыдущим вопросам, но респондент решает не делать этого (**реплики 13–14**). В данной ситуации интервьюер должна была настоять на том, чтобы вернуться к предыдущим вопросам, либо, если это могло привести к сбою в коммуникации, описать ситуацию в комментариях в конце анкеты [**И8, И17, П4, П9**].



1. И: Представьте себе лестницу из 9 ступеней, на низшей ступени которой стоят самые бедные, а на высшей — самые богатые. На какой ступени стоите вы? Назовите мне эту ступень, Евгений. На какой?

2. Р: Ахаааа, ну я не работаю... На 0,75%. Это вот так вот. Не то что бедно, но, слава Богу, живем, выживаем.
3. И: Евгений, одну ступень выберите. На какой ступени вы стоите? Вот девять ступеней: на низшей стоят самые богатые, а на высшей... ой, на низшей стоят самые бедные, а на высшей — самые богатые. На какой ступени вы?
4. Р: Тогда на девятой.
5. И: На девятой. Поняла вас.
6. Р: Ага.
7. И: На девятой. Представьте себе лестницу из 9 ступеней, на низшей ступени которой стоят самые бесправные, а на высшей — имеющие самую большую власть. На какой ступени стоите вы? (Пауза.) На какой ступени?
8. Р: На девятой.
9. И: На девятой. Представьте себе лестницу из 9 ступеней, на низшей ступени которой стоят те, кого совсем не уважают, а на высшей — самые уважаемые. На какой ступени стоите вы?
10. Р: А средняя ступень есть? Пятая или четвертая?
11. И: Есть. Эээ... девять ступеней, девять ступеней.
12. Р: Ааа.
13. И: Так, подождите, может быть, вернемся к тем вопросам, или оставить так, как есть те ответы, или вернемся?
14. Р: Ладно, тогда пускай, как там были, так и останутся, но здесь я, короче, здесь средняя ступень — пятая.
15. И: Пятая.

Женщина, 50 лет, интервьюер

Мужчина, 36 лет, Кировская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 45 «Как вы будете обрабатывать мои ответы?»

Женщина почти в самом начале интервью спрашивает, идет ли запись (**реплика 4**). Интервьюера этот вопрос застает врасплох, он не находится с ответом (**реплика 5**). Не получив ответа, женщина спрашивает, как будут обрабатываться ее ответы (**реплика 6**).

Интервьюер наконец собирается и отвечает, что идет запись разговора для проверки его работы (**реплики 7–9**). Первоначальная растерянность интервьюера объяснима, произошедшая ситуация действительно необычна, респонденты не склонны спрашивать о том, ведется ли аудиозапись. Кроме того, не было никаких предпосылок для такого вопроса [**П 10**].

?

1. И: Как вы полагаете, в ближайшие 5 лет ваше финансовое положение улучшится, ухудшится или останется без изменений?
2. Р: Я живу на Севере, у нас в 50 лет выходят на пенсию. Я сейчас в данный момент получаю пенсию трудовую, плюс еще работаю. Пенсия маленькая. Плюс еще младший сын без работы, надо его поддерживать.
3. И: А (пауза) получается... как вы считаете?
4. Р: У вас идет запись разговора или как?
5. И: А...
6. Р: Как вы будете обрабатывать мои ответы?
7. И: А... ну я отмечаю, и запись идет.
8. Р: Понятно.
9. И: Для проверки... моей работы.
10. Р: Кажется Сергей, вы сказали, или я ошибаюсь?
11. И: Да, Сергей.
12. Р: Ага.
13. И: Как вы ответите: улучшится, ухудшится, останется без изменений... в ближайшие 5 лет ваше финансовое положение?
14. Р: Трудно ответить.
15. И: Услышал.

Мужчина, интервьюер

Женщина, 51 год, Архангельская обл., респондент

НЕЯСНО

Ф 46 «Вот как раз это следующий вопрос»

Респондент не смог выбрать ответ на вопрос о роде занятий. Вместо этого он сказал, что занимается своим делом (**реплика 2**).

Интервьюер не стала повторять варианты закрытия, тем самым рискуя вызвать коммуникативный сбой, а уточнила, где он работает (**реплики 3–6**). А в следующем вопросе, где уточняется тип занятости, интервьюер добавляет «То есть вы сказали ИП?» (**реплика 7**). Эта фраза предотвратила появление недовольства со стороны респондента тем, что его не слушают, и позволила показать заинтересованность интервьюера в разговоре. Это пример неформального подхода, где, с одной стороны, интервью не превращается в обычный разговор, а остается в рамках стандартизированного интервью, а с другой — вставка дополнительных фраз позволяет наладить эмпатические связи между интервьюером и респондентом [**И 37, И 46**].



1. И: В настоящее время вы работаете, учитесь, на пенсии, находитесь в отпуске по уходу за ребенком, занимаетесь домашним хозяйством или временно не работаете, ищете работу?
2. Р: Занимаюсь своим делом. Как правильно? Там нет у вас таких вариантов.
3. И: То есть ИП у вас, да?
4. Р: Угу.
5. И: Ну можно сказать, что работаете.
6. Р: Да, да, работаю.
7. И: Так. Вот как раз это следующий вопрос. Вы наемный работник, владелец/совладелец предприятия, индивидуальный предприниматель или являетесь самозанятым? То есть вы сказали ИП?
8. Р: Да, индивидуальный предприниматель.

Женщина, 26 лет, интервьюер

Мужчина, 33 года, регион не известен, респондент

ХОРОШО

Ф 47 «А почему вы не проходили?»

Респондент сказал, что не проходил диспансеризацию за последние 3 года. Интервьюер начала задавать следующий вопрос, но

неожиданно (этого вопроса не было в анкете) решила поинтересоваться, по какой причине мужчина не проходил диспансеризацию (**реплика 5**).

Данный вопрос коммуникативно не обоснован, не было причин его задавать. Сложно сказать, чем именно было вызвано такое поведение интервьюера. Несмотря на то, что поведение интервьюера не повлияло на коммуникацию или точность полученных данных, его нельзя признать профессиональным, уместным в рамках стандартизированного интервью [**И4, П2**].



1. И: Как бы вы в целом оценили состояние вашего здоровья — как хорошее, скорее хорошее, скорее плохое, плохое?
2. Р: Скорее, плохое.
3. И: Скорее, плохое. Проходили ли вы диспансеризацию за последние 3 года?
4. Р: Нет, не проходил.
5. И: Нет. Не проходили. Что вы в первую очередь предпринимаете при возникновении проблем со здоровьем? А почему вы не проходили? Вы не знали, да, что диспансеризация бесплатная в поликлинике?
6. Р: Ммм, я к врачам вообще не обращаюсь
7. И: А вас не приглашали?
8. Р: Нет, наверное. Я вообще далек от этого.
9. И: (Задает вопрос.)

Женщина, 50 лет, интервьюер

Мужчина, 38 лет, Красноярский край, респондент

ПЛОХО

Ф48 «Там самые важные вопросы остались»

При длительных анкетах нередко ситуации, когда респонденты интересуются, сколько еще будет длиться опрос. Причины, по которым задается такой вопрос, самые разные — от усталости от самого опроса до необходимости вернуться к тому, чем человек занимался до звонка интервьюера. Женщина где-то в середине

анкеты спросила: «У вас там еще долго?» (**реплика 4**). Интервьюер же предпочел не отвечать прямо на поставленный вопрос, а сослаться на тот факт, что впереди остались самые важные вопросы (**реплика 5**). Но женщина поясняет, что интервьюер отвлекает ее от работы (**реплики 6, 8**). На это интервьюер быстро сообщает, что осталось недолго, и переходит к следующему вопросу, не давая женщине возможности отреагировать на его слова (**реплика 9**). Нельзя назвать такой способ удержания респондента универсальным, но в этой ситуации с этим респондентом он оказался успешным, интервью продолжилось.



1. И: Искали ли вы в последние два—три года работу?
2. Р: Нет.
3. И: Понял, записываю у себя...
4. Р: У вас там еще долго?
5. И: Неет, неет, Ольга. Там самые важные вопросы остались.
6. Р: А то меня уволят скоро.
7. И: Да нет, Ольга, ну вы что!
8. Р: Я же на работе, а вы меня отвлекаете.
9. И: Нет, недолго. Давайте проанализируем. (Задает следующий вопрос.)
 Мужчина, 30 лет, интервьюер
 Женщина, 39 лет, г. Санкт-Петербург, респондент

ХОРОШО

Ф 49 «Зачем это нужно, я не могу понять?!»

Интервьюер не смогла корректно ответить на вопрос женщины, зачем нужно сообщать год регистрации брака. Вместо ответа интервьюер начала зачитывать с памятки цели и задачи самого опроса (**реплика 7**). Респондента не удовлетворяет полученный ответ, и она повторяет свой вопрос (**реплика 8**). Но и на этот раз интервьюер не отвечает, а сообщает, что данные будут обрабатываться в общем виде (**реплика 9**). Женщина оставляет попытки добиться ответа на свой вопрос (**реплика 10**). Пони-

мая, что напряжение не снято, интервьюер на всякий случай напоминает, что опрос проводится Президентской академией по заказу Правительства РФ, очевидно предполагая, что заказчик исследования должен внушить доверие к задаваемым вопросам (**реплика 11**). Несмотря на то, что опрос продолжился и анкета была доведена до конца, действия интервьюера нельзя признать удовлетворительными. Интервьюер так и не смогла предоставить респонденту релевантную его запросу информацию, не сняла напряжение, вызванное сенситивными вопросами. Очень важно, чтобы у респондентов оставалось чувство удовлетворенности по окончании опроса, положительный эмоциональный «осадок». У недовольного, раздраженного и настороженного опросом респондента потенциально может сложиться негативное отношение к опросной индустрии в целом, которое повлияет на его решение об участии в других опросах [И34].



1. И: Вы сказали, что проживаете с супругом. Состоите ли вы с ним в зарегистрированном браке?
2. Р: Естественно.
3. И: Когда вы зарегистрировали этот брак, в каком году, какое было время года?
4. Р: О боже мой, а зачем это нужно, я не могу понять?!
5. И: Вопросы.
6. Р: В 87-м году зарегистрирован у нас брак.
7. И: Цель опроса у нас — изучить образ жизни разных категорий, слоев населения, молодежи, людей среднего возраста и пожилых.
8. Р: Ну, а для чего вот... когда брак зарегистрирован? Я не пойму, вот это вот к чему относится...
9. И: Я вам говорю, цель опроса... Эти все данные будут обрабатываться в обобщенном виде.
10. Р: (Вздыхает.) Ага, хорошо.

11. И: Опрос проводит Российская академия народного хозяйства и государственной службы РАНХиГС по заказу Правительства Российской Федерации.

12. Р: Угу.

Женщина, интервьюер

Женщина, 54 года, г. Севастополь, респондент

ПЛОХО

Ф 50 «Меня не интересует, есть у вас деньги или нет!»

Респонденты не роботы, поэтому им свойственно отвечать развернуто на вопросы, комментировать свой ответ, аргументировать свой выбор. Мужчина, отвечая на вопрос о наличии доступа к Интернету, дополнительно сообщает, что «на модеме» нет денег (**реплика 14**). Интервьюер просит уточнить, какой ответ ей отметить (**реплика 15**). Мужчина выбирает ответ «Есть доступ к Интернету», но опять упоминает об отсутствии денег на модеме в настоящий момент (**реплика 16**). В итоге, интервьюер не смог сдержаться и несколько раздраженным тоном сообщила, что ей важно только наличие доступа к Интернету, и неинтересно, есть ли на модеме деньги или нет (**реплика 17**). Последняя фраза интервьюера прозвучала несколько раздраженно и даже надменно. Объяснять смысл вопросов, если того требует ситуация, объяснять правила проведения интервью (я зачитываю вопрос — вы выбираете ответ), отвечать на любые запросы со стороны респондентов необходимо в спокойной и вежливой манере.

Чрезмерная реакция интервьюера на комментарии респондента могла быть вызвана несколькими причинами. Во-первых, развернутые ответы удлиняют время взятия интервью, а во-вторых, дополнительная информация зачастую требует и дополнительных усилий со стороны интервьюера, чтобы провести интервью, не нарушая правил стандартизации. То есть если респондент, не комментируя, говорит «да» или «нет», то у ин-

тервьюера не возникает никаких проблем, ему не надо бояться, что анкету забракуают, у него мало шансов выйти за рамки стандартизации, совершить ошибку, за которую заказчик его оштрафует. Но в этом случае исследователи могут получать неточные данные, так как именно дополнительные вопросы или комментарии со стороны респондентов могут вскрыть их непонимание вопроса или сложную ситуацию, не подходящую под закрытия [Рогозин, Ипатова, 2012] [П5].



1. И: Скажите, Евгений, что из перечисленного есть у вас дома. Холодильник, морозильник есть?
2. Р: Холодильник есть, конечно.
3. И: Стиральная машина?
4. Р: Есть.
5. И: Посудомоечная машина?
6. Р: Нет, ее нету.
7. И: Нет. Домашний компьютер или ноутбук, планшет? Есть?
8. Р: (Громкий смех.) Ноутбук есть, но он не мой, и то, что вы сейчас перечислили, говорили, это все принадлежит не мне, это все брату принадлежит.
9. И: Ну есть? Что из перечисленного есть у вас дома? Вот такие вещи.
10. Р: Вот то, что вы спрашивали, все есть.
11. И: Так.
12. Р: Кроме морозилки.
13. И: Подождите, я вас поняла, мы это уже отметили. Доступ к Интернету, включая мобильный? Есть или нет?
14. Р: Доступ к Интернету есть, просто сейчас на модеме денег нету. А мобильная связь, вот то, что вы сейчас позвонили, есть, слава богу, пока.
15. И: Так, то есть, мне отмечать, есть или нету, доступ в Интернет, включая мобильный? Есть / нет? Ну как вы, как вы считаете нужным, так и отметим? Ответьте, пожалуйста, Евгений.
16. Р: Не, ну конечно, есть, но просто там сейчас денег нет, там на модемке.

17. И: Это неважно! Меня не интересует, есть ли там у вас деньги или нет!

Мне это все равно, понимаете, мне важно только, есть или нет.

Женщина, 50 лет, интервьюер

Мужчина, 36 лет, Кировская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 51 «Пусть будет среднее»

«Сомневающиеся» респонденты или респонденты, чьи ответы зачастую не попадают под предложенные закрытия, требуют от интервьюера особой техники работы. Таких респондентов необходимо, во-первых, постоянно возвращать к закрытиям, при этом давая понять, что их ответ был услышан, а во-вторых, подбадривать, объясняя важность именно их собственного мнения, а не объективной, с их точки зрения, реальности.

Женщина не может, а возможно, **смущается** и не хочет выбрать вариант ответа на вопрос о стесненности условий проживания (**реплики 2, 4**). Интервьюер несколько раз повторяет варианты ответа, просит выбрать из них (**реплики 3, 5**), но женщина все равно отвечает не под закрытия (**реплика 6**). В итоге интервьюер решает отметить «Затрудняюсь ответить». И на следующий вопрос женщина опять дает свой вариант ответа (**реплика 10**). Но в этот раз после повторения вопроса, женщина все-таки выбирает один из предложенных вариантов (**реплика 14**). В данном случае интервьюер правильно поступила, что не стала «дожимать» респондента с ответом на первый вопрос, так как это могло привести к сбою в коммуникации и возникновению напряжения. Однако все же следовало уточнить, затрудняется ли респондент с ответом.

1. И: Вы испытываете или не испытываете стесненность при проживании в этом жилом помещении? Испытываем сильную стесненность, скорее испытываем стесненность, скорее не испытываем стесненность, не испытываем никакой стесненности.

2. Р: Даже не... ну конечно, стесненность, домик очень маленький!
3. И: Испытываете сильную стесненность или скорее испытываете стесненность?
4. Р: Ну не шибко сильно, мы уже привыкли, столько лет живем, так мы и этому рады
5. И: Ааа, ну что вы выберете: испытываю сильную стесненность, скорее испытываю стесненность, скорее не испытываю стесненность, не испытываю никакой стесненности?
6. Р: (Пауза.) Ой, я даже не знаю. Пусть будет среднее.
7. И: А что?
8. Р: (Молчание.)
9. И: Хорошо. Давайте следующий вопрос. Как бы вы оценили ваши жилищные — как отличные, хорошие, удовлетворительные, плохие или очень плохие?
10. Р: Ну, средние.
11. И: Такого варианта у меня нет. У меня есть отличные, хорошие...
12. Р: А какой вопрос?
13. И: Как бы вы оценили ваши жилищные условия — как отличные, хорошие, удовлетворительные, плохие или очень плохие?
14. Р: Плохие, наверное.

Женщина, интервьюер

Женщина, 33 года, неизвестно, респондент

ХОРОШО

Ф 52 «Всё вместе если сложить»

Анкетный вопрос об общесемейном доходе звучит следующим образом «Скажите, пожалуйста, в прошлом месяце сколько примерно денег получили все члены вашей семьи, проживающие вместе с вами, включая зарплаты, пенсии, пособия, стипендии, любые денежные поступления, нам нужно лишь приблизительное число». Интервьюер неожиданно посередине зачитывания этого вопроса меняет формулировку второй части, вероятно, пытаясь более понятно, с ее точки зрения, донести смысл вопроса (реплика 1). Не надо объяснять, что такое поведение интер-

вьюера неприемлемо. В первый раз вопрос должен быть зачитан так, как он написан. Если респондент не понял вопрос и если того требует складывающаяся коммуникативная ситуация, тогда могут быть внесены некоторые объясняющие, уточняющие или акцентирующие слова и фразы. Но здесь интервьюер заранее решила, что респондент не поймет вопрос, и попыталась его сразу объяснить, что привело к путанной и немного несвязной речи самого интервьюера [И37, ПЗ].



1. И: Скажите, пожалуйста, вот в прошлом месяце сколько примерно денег получили все члены вашей семьи...вот всё вместе если сложить, вот общие денежные поступления, сколько будет приблизительно число, вот, то есть доход вашей семьи приблизительный?
2. Р: Мммм, ну, у меня где-то приблизительно тысяч 30.
3. И: Ага (неразборчиво).
4. Р: Да, и плюс пенсия отца. Ну, где-то около сорока наверное.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 29 лет, Чеченская республика, респондент

ПЛОХО

Ф 53 «Получается, никто не работает?»

На вопрос об источниках существования женщина отмечает пенсию и подсобное хозяйство (**реплика 2**). Но интервьюер, тем не менее, решает уточнить, работает ли кто-нибудь в семье (**реплика 3**). В итоге выяснилось, что сама же респондент и работает, вот только изначально она не назвала этот вариант ответа, и если бы не уточнение интервьюера, ответ на вопрос был бы неполным. Неформальный подход к интервью, внимательность и профессионализм интервьюера позволили получить точный и релевантный ответ на вопрос об источниках существования.



1. И: Скажите, пожалуйста, какие источники существования имеются в вашем домохозяйстве — работа, подсобное хозяйство, пенсия,

- пособия, стипендия, помощь других лиц, алименты или какие-то другие источники?
2. Р: Пенсия, подсобное хозяйство.
 3. И: Пенсия, под... подсобное хозяйство (пауза). А... получается, никто не работает?
 4. Р: (Пауза.) Я работаю.
 5. Р: Еще работа, угу.
- Мужчина, интервьюер
Женщина, 51 год, Архангельская обл., респондент

ХОРОШО

Ф 54 «Евгений, а что смешного?»

Интервьюер на протяжении всего интервью вела себя доминантным образом, периодически объясняя что-то респонденту, словно маленькому ребенку. И когда респондент во время паузы между вопросами неожиданно засмеялся (**реплика 22**), интервьюер, словно воспитатель в детском саду, строго спросила «Евгений, а что смешного?», и, не дав ему ответить, начала объяснять цель и задачи опроса (**реплика 23**). Мужчина засмеялся не потому, что не понял смысла опроса, а из-за нестандартной для него ситуации (**реплика 24**). Из его слов «Мне просто до этого ни разу никто не звонил, такие вопросы никогда не задавал» можно сделать вывод, что его скорее удивило, как он попал в выборку опроса. Но интервьюер не поняла его запрос и, ухватившись за фразу «такие вопросы», начала объяснять принципы составления вопросов в подобных анкетах (**реплика 27**).

Возможно, занятая изначально назидательная позиция и не позволила интервьюеру понять респондента, установить с ним эмпатические связи, начать разговор на равных. В любом случае, в интервью абсолютно неприемлем такой назидательный тон, когда интервьюер фактически отчитала респондента за смех [**И 9, П 8**].



1. И: Скажите, пожалуйста, какие источники существования имеются у вашего домохозяйства? Работа имеется как источник существования?
2. Р: Пока нет.
3. И: Ну а у брата имеется? Имеется в виду домохозяйство, то есть у вас и вашего брата. Вы же вместе проживаете, правильно я вас поняла?
4. Р: Да.
5. И: Еще раз, Евгений, смотрите, домохозяйство — это родственники, близкие люди, проживающие вместе и имеющие общий либо частично общий бюджет. Работа есть?
6. Р: Пока нету работы.
7. И: Ну а у брата есть работа?
8. Р: Тоже пока нет.
9. И: А, то есть нет, поняла вас. Подсобное хозяйство?
10. Р: Нет, никого не держим.
11. И: Пенсия, пособия, стипендия?
12. Р: Нет, нету.
13. И: Помощь других лиц, алименты, иждивение?
14. Р: Вот только если чисто на иждивении, то да, парни бывают приходят, спонсируют, ну, и немного там по калымам сходим.
15. И: И другие источники... что вы сказали? Вы сказали, что подработка или что? Не поняла. Другие источники — что вы сказали?
16. Р: Ну да, где-то маленькая подработка, где-то.
17. И: А, маленькая подработка, я вас поняла, маленькая подработка.
18. Р: Ну, там дрова поколоть или снег с крыши скинуть, или еще что.
19. И: Маленькая подработка, я вас поняла, я сейчас отмечу, как вы сказали, маленькая подработка... Это маленькая подработка. Значит, как вы там сказали, снег, да, почистить, что-то еще? Да?
20. Р: Да, да, да. Дрова поколоть там или еще что.
21. И: Поняла. Почистить, дрова поколоть...
22. Р: (Громко смеется.)
23. И: Евгений, а что смешного? Мы с вами разговариваем, и я еще раз сказала, что изучаем жизнь разных...
24. Р: Не, мне просто... вы такие вопросы задаете. Мне просто до этого ни разу никто не звонил, такие вопросы никогда не задавал. А вот вы сейчас взяли позвонили...

25. И: Подождите, подождите, пожалуйста...
26. Р: ...вот такие вопросы задаете.
27. И: Вопросы составлены для разных категорий населения, понимаете? Поэтому вопросы общие и отнеситесь, пожалуйста, с этим... к этому с пониманием и ответьте так, как вы считаете нужным. Я же еще раз скажу...
28. Р: Ладно, хорошо.
29. И: ...нам важно ваше мнение. Всё, вернемся к нашим вопросам. (Задаёт следующий вопрос.)
- Женщина, 50 лет, интервьюер
- Мужчина, 36 лет, Кировская обл., респондент

ПЛОХО

Ф 55 «Идем далее»

Мужчина отказался отвечать на вопрос о доходах своей семьи, поэтому в вопросе о личном доходе интервьюер добавила «Будете говорить?» (**реплика 1**). Респондент отказался отвечать, а следующий уточняющий вопрос о доходах интервьюер не стала задавать, сразу отметив «Отказ от ответа» (**реплика 3**).

В телефонных интервью достаточно редки фальсификации, так как интервьюеры знают, что их прослушивают, а от заказчиков зачастую приходят штрафы за неправильно заданные вопросы. Тем не менее, интервьюеры — живые люди, поэтому иногда они поддаются страху потерять респондента на очередном сенситивном вопросе. Интервьюер объяснила, что перед этим интервью был подобный случай, когда при попытке уточнить доход респондента, тот разозлился и бросил трубку. Он сказал: «Зачем вы это делаете, вы издеваетесь или зачем-то собираете сведения о доходах. А я вам поверил». В результате в точно такой же ситуации интервьюер просто побоялась разозлить мужчину [**И 11, П 1**].

1. И: Если говорить о последних 12 месяцах, какую сумму составляет ваш заработок в среднем, в расчете на 1 месяц, на этой работе?



Будете говорить? (Респондент ранее отказался отвечать на подобный вопрос о доходах всей семьи.)

2. Р: Мmmm, нет.

3. И: Нет. Идем далее. Так. (Интервьюер пропустила следующий вопрос: «Не могли бы вы хотя бы примерно оценить размер вашего заработка в месяц — 10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100 или более 100 тысяч рублей?»)

Женщина, 50 лет, интервьюер

Мужчина, 38 лет, Красноярский край, респондент

ПЛОХО

Ф 56 «Обобщаем данные по возрастным группам»

На вопрос о возрасте некоторые респонденты интересуются, зачем нужна такая информация. Так поступила и женщина из Красноярского края (**реплика 2**). Интервьюер подробно ответила на вопрос (**реплика 3**), возможно, даже излишне подробно, так как респондент перебила ее и назвала свой возраст (**реплика 4**). Ответ должен соответствовать вопросу, быть не длинным и не коротким. Плохо как не удовлетворить интерес или сомнение респондента, так и перегрузить его лишней информацией [**И 13, Х 1, Х 3, Х 11**].

1. И: Скажите, пожалуйста, сколько вам полных лет?

2. Р: А зачем вам это?

3. И: Ну, мы проводим определенных возрастных групп опросы, обобщаем данные по возрастным группам, поэтому спрашиваем возраст. Эта информация ни...

4. Р: ...шестьдесят...

5. И: Шестьдесят ровно?

6. Р: Пять.

7. И: Шестьдесят пять.

Женщина, 63 года, интервьюер

Женщина, 65 лет, Красноярский край, респондент

ХОРОШО

Ф 57 «Вопросы построены для всяких»

Пожилая женщина на блок вопросов об ограничениях, накладываемых здоровьем, молодилась и кокетливо отвечала на каждое следующее ограничение, что ее ничего не беспокоит (**реплики 1–16**). Интервьюер довела блок вопросов до конца, а затем, чтобы снять некоторое напряжение, объяснила, что вопросы задаются всем категориям людей (**реплика 17**). Можно отметить профессиональную работу интервьюера, которая отследила возможное недовольство респондента и вовремя его нивелировала, еще до того, как у респондента возникли мысли о недовольстве [**Х3, Х10**].



1. И: Скажите, пожалуйста, есть ли у вас следующие проблемы: проблемы со зрением даже при ношении очков?
2. Р: Да ну! Я еще в иголку вдеваю!
3. И: Со слухом? Да / нет?
4. Р: Ну со слухом, конечно, так. Сейчас с возрастом, конечно, маленько, если что-то шумит, я могу не услышать. А так...
5. И: Ну вы больше поставили бы «да» или «нет»?
6. Р: М... ммм... я даже не знаю... нет, наверное.
7. И: С концентрацией и памятью? Да / нет?
8. Р: Ну еще пока память есть.
9. И: То есть «нет», я правильно поняла ваш ответ?
10. Р: Угу.
11. И: С речью, выражением и формулированием мыслей?
12. Р: Да нормально вроде все.
13. И: Тоже «нет». Трудности при передвижении, ходьбе, подъеме по лестнице?
14. Р: Да нееее, я нормально хожу.
15. И: Трудности при самообслуживании, одевании, приеме душа? Да / нет?
16. Р: Да нормально все! Я сама все. Я сама все делаю, вы что. Я и на огороде вожусь.

17. И: Ну понятно. Но видите, мы людей разных возрастных групп опрашиваем, поэтому вопросы построены для всяких возрастных групп, разные бывают у людей и заболевания.

Женщина, интервьюер

Женщина, 66 лет, Камчатка, респондент

ХОРОШО

Ф 58 Ф58 «Секундочку, долго загружается»

Технический сбой — обратная сторона компьютеризированных опросов. Если ломается компьютер, «подвисает» анкета, интервьюер не может продолжать интервью. В результате возникает коммуникативный сбой, который может привести к вынужденному разрыву коммуникации. Исход ситуации зависит от трех переменных: длительности (серьезности) технического сбоя, поведения (профессионализма) интервьюера и благожелательности (заинтересованности) респондента.

Респондент, женщина 53 лет, проявляет большой интерес и даже любопытство (интересуется вариантами ответа, **реплика 2**), она располагает временем и настроена положительно (смех в **реплике 4**). Когда происходит технический сбой (**реплика 5**), интервьюер ведет себя скорее растерянно и отстраненно, позволяет себе длительно молчание (6 секунд паузы в речи в **реплике 5**, 20 секунд в **реплике 7**, 12 секунд перед **репликой 12**, 15 секунд в **реплике 15**). Респондент поддерживает интервьюера (**реплика 6**), сама пытается заполнить молчание (**реплики 8, 10**), даже шутит, чтобы сгладить сбой (**реплика 12**).

Удивительно, что интервьюер, вместо того, чтобы удержать респондента, наоборот, разрывает общение («секундочку», **реплика 11**), не поддерживает шутку даже смехом, не пытается ответить на вопросы. Закономерно, что в ситуации технического сбоя у респондента возникли вопросы об интервью, на которые интервьюер ответил сухо и кратко. Создается впечатление, что респондент

больше переживает за результат, чем интервьюер, и даже интересуется, сохранился ли ее номер телефона для перезвона (**реплика 16**).

Время — чуть ли не самый ценный ресурс в процессе интервью, нерациональное его расходование для некоторых респондентов оказывается критичным. В данном случае интервью состоялось только благодаря заинтересованности респондента, которая нивелировала не очень профессиональное поведение интервьюера.



1. И: Искали ли вы в последние два-три года работу?
2. Р: Ну... а там какие варианты ответа?
3. И: Да-нет.
4. Р: Да-нет... ну тогда нет, наверное (смех).
5. И: Так. (Пауза 2 с) секундочку (пауза 2 с, 6 с) долго загружается...
6. Р: Ничего страшного!
7. И: (Пауза 20 с) Там что-то зависло...
8. Р: А вы из компьютера читали, да, вопросы?
9. И: Да, здесь программа.
10. Р: Не с бумажки, да...
11. И: Нет, так... Какая-то ошибка вышла. Секundочку.
12. Р: (Пауза 12 с) не смог компьютер с моими работать (смех) с ответами!
13. И: Нет, у всех, по-моему, так. Так что подождем чуть-чуть.
14. Р: Ну да.
15. И: (Пауза 15 с) Так... А может... А может, вам попозже перезвонить?
16. Р: Да, давайте. У вас сохранился мой телефон?
17. И: Да, я сейчас отправлю на перезвон. Извините, так получилось. Хорошо, попробуем перезвонить. А вам когда можно перезвонить?

Женщина, интервьюер

Женщина, 53 года, г. Набережные Челны, респондент

ПЛОХО

Ф 59 «Я уже закрыла анкету»

Проводить опрос по рабочему телефону не разрешено в большинстве случаев, поэтому в начале анкеты даны вопросы-фильтры.

Потенциальный респондент проявил готовность и заинтересованность в прохождении интервью (**реплика 3**), но не прошел отбор. Интервьюер с заметным расстройством в голосе сообщает об этом респонденту (**реплика 7**), оправдываясь и извиняясь за беспокойство. Респондент тоже расстраивается, но не готов сразу положить трубку — ему интересно, что это за опрос. Интервьюер размышляет, что можно было бы опросить данного респондента по мобильному, но она сразу об этом не догадалась и отметила вариант, после которого анкета закрывается. Она говорит грустным и расстроенным тоном, сетуя на свою ошибку и извиняясь (**реплика 9**). Респондент чувствует это напряжение, меняет свое поведение: торопится успокоить интервьюера, говорит веселым тоном, показывает, что он не расстроился (**реплика 10**). Это попытка сохранить свое лицо в разговоре, исход которого оказался неожиданным.

?

1. И: Мы проводим опрос граждан России об уровне жизни людей.
2. Р: Конечно, согласны! Интересно мне как раз.
3. И: Скажите, пожалуйста, мы сейчас с вами говорим по домашнему стационарному или по мобильному телефону?
4. Р: По домашнему, по рабочему.
5. И: А, это рабочий телефон?
6. Р: Угу.
7. И: Угу... ну мы... мы по рабочему телефону не имеем права опрашивать. Извините за беспокойство, доброго дня. До свидания!
8. Р: А чего, сотовый надо, да?
9. И: А, ну да... А... я уже закрыла анкету. Можно было бы... А... Можно было бы (грустно) перезвонить, но я уже закрыла. Угу... Ну извините, так получилось...
10. Р: Ну ладно, хорошо. Ничего страшного!
11. И: Доброго дня, до свидания!

Женщина, интервьюер

Мужчина, респондент

Ф 60 «Ну пожалуйста, вы отвечайте...»

Пожилой мужчина ближе к концу анкеты сообщает, что устал от разговора (**реплика 4**). Интервьюер попыталась его уговорить продолжить интервью, напирая на тему опроса (о жизни пожилых людей) (**реплика 5**), но мужчина не стал ее слушать, а попытался передать трубку, по всей видимости, своей жене (**реплика 6**). В итоге, так ничего и не сказав, трубку просто положили (**реплики 7–10**).

Стоит отметить, что респондент еще в самом начале интервью попросил: «Только недолго, не томите меня». Интервьюер никак не отреагировала на эту фразу, например, не стала сообщать о времени, которое обычно занимает интервью. Но в течение всего интервью респондент вербально никак не показывал своего неудовольствия или усталости от опроса, соответственно, интервьюер и не делала попыток снять возможное напряжение респондента. В итоге разговор настолько утомил респондента, что он не стал слушать уговоры интервьюера. Возможно, интервьюеру в начале разговора стоило сказать о длительности анкеты или в конце упираться не на тему опроса, а на тот факт, что осталось буквально 5 минут [**И8**].

?

1. И: Как часто за последние три месяца вы принимали душ или ванну — каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц и реже?
2. Р: Ежедневно.
3. И: Ааа...
4. Р: Девушка, вы утомили, честно говоря.
5. И: Ну пожалуйста, вы отвечайте... у нас такой опрос... сегодня именно.... Вот возрастная категория ваша подходит.
6. Р: (В сторону.) Ну иди ты поговори, ради бога! Ну опрос идет! Что ты? (Слышен какой-то разговор.)
7. И: А... пользуетесь ли вы косметическими кремами для лица, рук, тела?
8. Р: (Слышны звуки вдалеке.)

9. И: Алло!

10. (Разговор прерывается.)

Женщина, 53 года, интервьюер

Мужчина, 66 лет, неизвестно, респондент

НЕЯСНО

Ф 61 «Коза — это вообще замечательно»

Нефокусированность и доминантная, слишком активная позиция интервьюера во время опроса может привести к пассивности респондента и не включенности в анкету. Быстрое перечисление вариантов ответа, каскад из однотипных вопросов (**реплика 1**) — и респондент не слышит и не понимает, что от него хотят. Он просто не может уловить в потоке речи интервьюера то, на что ему нужно дать ответ. В результате он отвечает только на последнюю часть вопроса (**реплика 2**). Интервьюер в своей быстрой манере, не подстраиваясь под скорость речи респондента, продолжает уточнять варианты ответа, договаривая и фантазируя, практически переходя на «разговор на кухне». Выясняется, что у респондента есть подсобное хозяйство, что вызывает восторг у интервьюера (**реплика 5**).

В ситуации с фактологическим вопросом эффектом интервьюера можно пренебречь, ведь, действительно, подсобное хозяйство от этого не исчезнет, но такое поведение интервьюера не дает респонденту самому развить свою мысль, высказаться. Даже получив ответ на вопрос, интервьюер не может сдерживать поток своей речи и дважды повторяет ответ респондента (**реплика 7**). Возможно, она приятный и доброжелательный собеседник, но как интервьюер ведет себя крайне непрофессионально [П 7].

Х

1. И: Что из перечисленного есть у вашего домохозяйства? Огород, есть? Фермерское хозяйство, земля под строительство, паевой надел, другое что-то или ничего нет? Огород есть?
2. Р: Ну есть... Огород есть.

3. И: Так. А не держите ни курочек, подсобного хозяйства никакого нет? Может, кроликов там для того, чтоб... для себя.
4. Р: Кролики, коза.
5. И: Так. А, ну то есть есть подсобное хозяйство. Ну коза — это вообще замечательно!
6. Р: Ну, небольшое.
7. И: Подсобное хозяйство. Подсобное хозяйство, поняла вас.

Женщина, 62 года, интервьюер —

Женщина, 55 лет, респондент

ПЛОХО

Ф62 «Не просто так все это делается»

Женщина согласилась на интервью, но на первом же вопросе (просьба назвать свое имя) спросила, долго ли будет продолжаться опрос (**реплика 2**). Узнав длительность предстоящего разговора, женщина решила отказаться от опроса и попросила не звонить больше на ее номер, пояснив, что родственники боятся, когда звонят незнакомые (**реплики 3–8**). Пытаясь придать значимость опросу и продемонстрировать надежность заказчика, интервьюер зачитал с памятки для интервьюеров цель опроса, а также подчеркнул, что опрос проводит Президентская Академия по заказу правительства (**реплика 9**). Но женщина не прониклась пафосом сказанных слов, спросив «А смысл в чем?» (**реплика 10**). Интервьюер опять попытался объяснить цель опроса, но уже своими словами (**реплика 11**). Не услышав ответа на свой вопрос «А смысл в чем?», женщина опять выразила сомнение в необходимости данного опроса (**реплика 12**).

Интервьюер все-таки попытался еще раз объяснить своими словами смысл данного исследования. Он рассказал о том, что по результатам будут написаны рекомендации по улучшению жизни, предложены меры поддержки, кроме того обратил внимание, что опросы не могут проводиться просто так (**реплики 13–15**). И в конце концов интервьюер получил согласие на перезвон в другой день (**реплики 15–16**) [И8, П10].



1. И: Скажите, пожалуйста, как к вам лучше обращаться? Меня зовут Яков.
2. Р: Скажите, еще долго это? Много сильно?
3. И: Ну, минут на 15 в общем-то.
4. Р: Нет, тогда мне это не интересно.
5. И: Вам попозже можно перезвонить? Я понимаю, вам неудобно.
6. Р: ...этот номер не звоните, пожалуйста.
7. И: Почему?
8. Р: Да переживают тут просто. Не понимают этого, что звонят посторонние.
9. И: Нет-нет, у нас конкретная есть цель этого опроса, я не просто вас так спросил, старше 65 лет. У нас основная цель опроса — выявить практики старения в российских семьях. Опрос проводит Российская академия народного хозяйства государственной службы, РАНХиГС называется. По заказу правительства России.
10. Р: А смысл в чем?
11. И: Основная цель — выявить практики старения в российских семьях, то есть там... такие разные вопросы... Ну, называется это социологический опрос. Вот. Вопросы всякого характера есть. Вот. Мы изучаем, так сказать, людей пожилого возраста, их жизнь.
12. Р: Они будут жить лучше и жить дольше от этого опроса?
13. И: Нууу... после изучения... то есть, когда уже подойдет исследование к концу, уже соответственно будут выделены какие-то меры, какие-то правила, рекомендации... По улучшению жизни.
14. Р: Да, я думаю все это...
15. И: Ну, если люди об этом интересуются как бы, если есть конкретные вопросы, темы, то я думаю, не просто так все это делается. Все-таки если вам будет удобно попозже, я или мои коллеги, все-таки я тут не один работаю, может быть, с вами свяжутся, и мы поговорим конкретно о том человеке, который старше 65 лет. Хорошо?
16. Р: Ну ладно, только на завтра.

Мужчина, интервьюер

Женщина, 46 лет, неизвестно, респондент

ХОРОШО/НЕЯСНО

Ф63 «Мне нужно отметить на самом деле»

Интервьюер попыталась вывести респондента на правильный с ее точки зрения ответ, так как этот мужчина живет в каком-то заброшенном доме, там ничего практически нет, получает 10 тысяч рублей, живет на пожертвования других людей. То есть она понимает, что эта шкала должна оценивать материальное состояние людей, а то, что ответил респондент, не соответствует его материальному состоянию [И 36].

?

1. И: Какая из оценок наиболее точно характеризует материальное положение вашей семьи? Выберите один вариант ответа: «Денег не хватает даже на еду. На еду денег хватает, но покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги затруднительно. Денег хватает на еду и одежду, на более крупные покупки холодильник, телевизор не хватает. Денег хватает на товары длительного пользования и отдых, но покупка автомобиля не доступна. Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры, дома недоступна. Денег достаточно, чтобы купить все, что считаем нужным».
2. Р: Денег хватает...
3. И: Ой, не слышно было, на что?
4. Р: Денег на все хватает, на все.
5. И: Ну мне... как вариант? Вот именно покупательская способность россиян. Вам на еду хватает?
6. Р: Да на все хватает вообще!
7. И: Ну мне нужно отметить на самом деле. На одежду хватает или не хватает?
8. Р: Хватает, хватает вообще на все мне, на все.
9. И: «Денег достаточно купить все, что считаем нужным». Такой вариант?
10. Р: Конечно, конечно.

Женщина, 53 года, интервьюер

Мужчина, 42 лет, неизвестно, респондент

НЕЯСНО

Ф 64 Огород и дача

Респондент, не дослушав вопрос, дает ответ, не попадающий под закрытия, — «Дача» (**реплики 1–2**). Интервьюер, дочитав вопрос и отметив «Ничего из перечисленного», сразу задает следующий вопрос, как раз о наличии дачи (**реплика 3**). Получив утвердительный ответ на второй вопрос, интервьюер сообразила, что если есть дача, то может быть и огород, о котором спрашивалось в предыдущем вопросе, поэтому возвращается к этому вопросу (**реплика 5**). И действительно оказывается, что у респондента есть и огород, и дача, на которой можно проживать круглый год (**реплика 7**).

В данном случае интервьюер сама себя загнала в такую ситуацию, что ей пришлось возвращаться к ранее заданному вопросу. Когда респондент ответил не под закрытия, необходимо было уточнить его ответ, попросив выбрать из предложенных вариантов, однако интервьюер предпочла в целях экономии времени сразу задать следующий вопрос. При этом, если бы не ее внимательность, то как ответ на первый вопрос мог быть отмечен не соответствующий действительности вариант.

?

1. И: Что из перечисленного есть у вашего домохозяйства — огород, фермерское хозяйство, земля под строительство...
2. Р: Дача.
3. И: ...паевой надел или что-то другое? (Задаёт следующий вопрос.) Скажите, пожалуйста, у вас есть дача, в которой можно проживать круглый год?
4. Р: Да.
5. И: Так (пауза). (Задаёт предыдущий вопрос.) То есть из перечисленного... огород, у вас есть огород, да?
6. Р: Да.
7. И: Огород у вас есть и есть у вас дача, на которой можно проживать круглый год.

Женщина, 54 года, интервьюер

Женщина, 48 лет, Новосибирская обл., респондент

Ф65 «Вот это статистика!»

Иногда респондент занимает в интервью доминирующую и даже нравоучительную позицию. Такие респонденты любят критиковать и даже ругать вопросы анкеты, находят все возможные способы ответить не так, как спрашивают, а так, как им кажется. Это всё создает проблемную для интервьюера ситуацию. Во-первых, не ясно, какие варианты ответов отмечать и как правильно заполнять такую анкету. Во-вторых, такие интервью обычно занимают намного больше времени. В-третьих, эта ситуация выматывает и требует от интервьюера отстраненно-доброжелательного, уважительного отношения к респонденту, огромного терпения, чтобы не сорваться на грубость или хамство, то есть неприемлемое поведение.

Мужчина 65 лет выбрал для себя именно доминантную роль в разговоре с молодой девушкой-интервьюером. Вопрос о том, каких событий было больше в жизни, радостных или грустных, предполагает количественную оценку. Однако он в своем ответе предлагает еще и качественную оценку этих событий (**реплика 2**). Такой ответ не укладывается в закрытия, так как он дан по другому основанию, поэтому интервьюер уточняет вариант ответа (**реплика 3**). В итоге респондент выбирает вариант «Больше грустных», хотя еще раз повторяет, что «радостные дни компенсировали все остальное» (**реплика 4**). В этих случаях интервьюер сам должен четко понимать основание вопроса и при необходимости разъяснять его респонденту [**X1**].



1. И: Скажите, пожалуйста, в вашей жизни было больше радостных моментов или грустных?
2. Р: Вот это статистика! Очень много грустных моментов! Но! Те моменты, которые появлялись в качестве светлого дня, компенсировали все остальное.
3. И: То есть больше радостных, правильно вас поняла?

4. Р: Не больше радостных. Больше печальных! Но радостные дни компенсировали все остальное.

5. И: Угу.

Женщина, 26 лет, интервьюер

Мужчина, 65 лет, Красноярский край, респондент

ХОРОШО

Ф 66 «Бананов хочется, там, еще что-то хочется»

Эффект интервьюера — серьезная проблема в стандартизированном интервью. Когда интервьюер начинает сам договаривать за респондента, придумывать примеры, отпускать свои комментарии, выходить далеко за рамки анкеты — позиция респондента остается скрытой. Такой ведомый респондент часто отказывается отвечать, сомневается, советуется с интервьюером, которому и так все уже «понятно» (**реплика 5**). Вопрос, требующий немного внимания и сосредоточенности со стороны респондента, вызывает у последнего оторопь, он сразу обращается к интервьюеру с вопросом, как ему ответить (**реплика 2**). Интервьюер, вместо того, чтобы дать респонденту время подумать, зачитать предложенный составителями анкеты комментарий к вопросу, начинает сам отвечать на вопрос. Она вспоминает, что у респондента есть подсобное хозяйство, и предполагает, что тот выращивает на огороде овощи (**реплика 3**), респондент соглашается (**реплика 4**). Интервьюер начинает развивать «ответ» дальше, предполагая наличие «своего молока» и допуская, что какие-то продукты респондент все же покупает в магазине, когда ему что-то хочется из фруктов (**реплика 5**). Респондент поддакивает и добавляет немного своего в ответ (**реплика 6**). Вдруг интервьюер понимает, что они отдаляются в своем разговоре от ответа на предложенный вопрос, и пытается вернуться к анкете (**реплика 9**). Разговаривать респондент готова, а вот выбирать и формулировать ответ сама — нет, роли в интервью уже распределены

по-другому. Интервьюер опять приходит на помощь, предлагая готовые ответы респонденту (**реплики 11, 13**), с которыми та тут же соглашается (**реплики 12, 14**). В результате выстроена прекрасная эмпатия, создана ситуация полного взаимопонимания и позитива (смех в конце диалога особенно это демонстрирует), но анкета как информационный повод для такой милой беседы остается в стороне. В данном случае нивелировать влияние интервьюера практически невозможно, и истинная позиция респондента нам остается не ясна [**Х6, П3, П7, П8**].



1. И: Какая примерно часть суммарного дохода домохозяйства была потрачена на питание в прошлом месяце — менее трети, от трети до половины, примерно половина, от половины до двух третей или более двух третей?
2. Р: Ой, я даже не знаю... Ну... как это.... Как это оценить...
3. И: Ну у вас же огород свой, да? Там, картошка своя, все эти овощи.
4. Р: Картошка, соленья, варенья.
5. И: Молоко все свое, да? Ну в магазин ходите, что-то покупаете. Понятно. Бананов хочется, там еще что-то хочется.
6. Р: Да, и детям фрукты хочется. И детям надо.
7. И: Конечно.
8. Р: ...выделить деньги на питание.
9. И: Мы говорим только на питание в прошлом месяце. Менее трети, от трети до половины...
10. Р: Ну... я не знаю.
11. И: Не можете назвать, не анализировали никогда, да?
12. Р: Не, я никогда так не анализировала. То одно, то другое.
13. И: По кучкам не раскладывали, да?
14. Р: Нет, не получается у меня по кучкам раскладывать (смех).
15. И: Поняла вас (смех).

Женщина, 62 года, интервьюер

Женщина, 55 лет, респондент

ПЛОХО

Ф 67 «Приезжайте ко мне в Домодедово»

Завершение интервью не менее важно, чем его начало. Вежливое и доброжелательное прощание с респондентом помогает оставить приятное впечатление от всего интервью, что может в дальнейшем повлиять на решение этого человека участвовать в других опросах.

В данном случае после почти получасового разговора интервьюер очень корректно попрощалась с мужчиной (**реплика 1**). По всей видимости, во время интервью были установлены сильные эмпатические связи, и мужчина захотел продолжить общение (**реплика 2**). Интервьюер не стала обрывать разговор, а решила поддержать беседу, спросив «А о чем вы хотите еще поговорить?» (**реплика 3**). Но затем все же попыталась еще раз завершить разговор, объяснив это необходимостью продолжить работу (**реплика 5**). Но респондент неожиданно позвал интервьюера к себе в гости (**реплика 6**). Такое предложение застало интервьюера врасплох, она лишь удивленно произнесла «Да?» (**реплика 7**). После этого связь оборвалась, скорее всего, интервьюер положила трубку. В итоге ситуация не была проработана до конца. Необходимо было довести разговор до логического завершения, например, поблагодарить за приглашение, отказаться и еще раз попрощаться [**И 4, И 50, X 8**].

?

(27-я минута интервью.)

1. И: Это были все вопросы в нашем анкетировании, спасибо большое вам за участие. Спасибо за уделенное вам время. Всего вам доброго, до свидания!
2. Р: (Смех) Давайте еще поговорим о чем-нибудь?
3. И: А о чем (улыбка) вы хотите еще поговорить?
4. Р: Ну просто про жизнь...
5. И: Ну, к сожалению, наша анкета закончилась. Я вынуждена... дальше продолжать опрос.

6. Р: (Пауза.) Приезжайте ко мне в Домодедово!

7. И: Да? (Удивление.) ...

Женщина, интервьюер

Мужчина, 53 года, Московская обл., респондент

НЕЯСНО

Ф68 «Спасибо большое Президенту»

Много раз было сказано о важности грамотного завершения интервью, это способствует созданию благоприятного шлейфа от разговора. Интервьюер очень благожелательно и по-доброму попрощалась с пожилой женщиной (**реплика 1**). Интервьюер, помимо благодарности за участие и за помощь в опросе, отметила важность мнения респондента, поблагодарила за приятное общение и пожелала хорошего дня (**реплики 1, 2, 5, 7**). Возможно, прощание несколько затянулось, но интервьюер проявила человечность и уважение к пожилому человеку, те качества, которым нельзя научить. Она подстроилась под респондента, говорила медленно и очень понятно, уделила ей столько времени, сколько потребовалось для понимания, что разговор окончен. Интервьюер упомянула и о том, что респондент участвует в исследовании, повысив тем самым значимость происходящего. Все это помогло оставить очень благоприятное впечатление от интервью у всех участников коммуникации [**X7, X8, X12**].



1. И: Тааак, Нина Трофимовна, это были все вопросы. Спасибо большое вам за участие в нашем исследовании. Вы нам очень помогли. Ваше мнение очень важно для нас. Мы интересуемся о том, как проживают пожилые люди, вот какой образ жизни ведут.

2. Р: Слава богу!

3. И: Ваше мнение очень ценно для нас, спасибо большое!

4. Р: Спасибо большоооооо!

5. И: Хорошего вам дня!

6. Р: Спасибо большое Президенту, я его обожаю и люблю!

7. И: Очень приятно было с вами пообщаться! Спасибо вам большое за ваши ответы! Всего доброго! До свидания!

8. Р: До свидания!

Женщина, интервьюер

Женщина, 85 лет, Хабаровский край, респондент

ХОРОШО

Ф 69 «Ой, такие заморочки...»

Мужчина раздраженно отреагировал на просьбу оценить, какая часть дохода была потрачена на питание в прошлом месяце (**реплики 1–2**). Возможно, ему уже надоело отвечать на вопросы анкеты, поэтому нестандартный вопрос, который требует производить какие-то вычисления, вызвал волну недовольства. Респондент, чтобы не отвечать на этот вопрос, даже предложил интервьюеру самому поставить «какую-нибудь галочку» (**реплика 2**). Интервьюер предположила, что респондент затрудняется с ответом, но все-таки попыталась еще раз перечислить варианты ответа (**реплика 5**). Мужчина с радостью ухватился за возможность затрудниться с ответом и, не дослушав варианты, произнёс «Точно не могу сказать» (**реплика 6**).

С одной стороны, в ситуации мини-конфликта интервьюер не стала настаивать на выборе ответа, чтобы сгладить возникшее раздражение, с другой — она слишком быстро дала возможность респонденту уйти от ответа. В то же время, если бы она настояла на ответе, полученные данные могли быть неточны, так как очевидно, что респондент не очень в курсе дела. В целом, раздражение от вопросов достаточно часто возникают во время интервью. Интервьюерам необходимо уметь работать с такими ситуациями, чтобы, во-первых, получать релевантную информацию в ответ на эти вопросы, а во-вторых, сохранять благоприятный настрой респондента.

?

1. И: Какая примерно часть суммарного дохода домохозяйства <...> была потрачена на питание в прошлом месяце, именно только на питание: «менее трети», «от трети до половины», «примерно половина», «от половины до двух третей» или «более двух третей»? Только на питание.
2. Р: Ой, такие заморочки... ну придумайте там чего-нибудь! Поставьте галочку какую-нибудь!
3. И: Ой, я не могу, я могу только...
4. Р: Всем хватает!
5. И: То есть вы не можете точно сказать? Это «менее трети», от «трети до половины», «примерно половина»...
6. Р: Точно не могу сказать.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 48 лет, Красноярский край, респондент

НЕЯСНО**Ф 70 «Сейчас я быстренько заполню»**

Интервьюер самостоятельно вписала ответы на 3 вопроса о детях (есть ли дети, сколько детей и когда родился каждый ребенок). Эта информация была получена ранее при заполнении карточки домохозяйства в начале анкеты. Однако в анкете есть отдельные вопросы о детях респондента. Соответственно, если дети проживают совместно с человеком, то вопросы о наличии детей, их возрасте и поле будут для него повторными (вопросы задавались при переписи членов домохозяйства). Очевидно, что в данном случае так и произошло, и интервьюер, чтобы не вызывать у респондента лишнего напряжения и раздражения, сама записала ответы на эти вопросы. Важно отметить, что интервьюер не уточняла данные у респондента: либо она запомнила, либо во время заполнения карточки домохозяйства записала данные себе на листок (**реплика 3**). Такое поведение интервьюера, с одной стороны, ускорило заполнение анкеты, предотвратило недовольство респондента, с другой — интервьюер могла ошибиться

в датах или количестве детей. В данной ситуации для сохранения благоприятной коммуникативной ситуации надо было либо вставить фразу «Я понимаю, что вы уже говорили, но я обязана спросить», либо уточнять самостоятельно заполняемый ответ «Вы говорили, что у вас двое детей, верно?» [И 11, И 46, И 53].



1. И: За последние три года материальное положение вашей семьи улучшилось, ухудшилось или осталось без изменений?
2. Р: Осталось без изменений.
3. И: За последние... Так, простите, вопрос, есть ли у вас дети, да. Сейчас я быстренько заполню, что у вас двое детей. Так. Это просто дублирующие вопросы, чтобы вас не мучить, я уже их сразу быстренько заполню. Так, седьмой, девяносто второй. (Задает следующий вопрос.)

Женщина, 54 года, интервьюер

Женщина, 48 лет, Новосибирская обл., респондент

НЕЯСНО/ПЛОХО

Ф 71 «По телефону как-то такие опросы не проводятся»

Вопросы о проводимом исследовании могут возникнуть у респондента в любой момент. Чаще всего это происходит в двух ситуациях: в самом начале интервью, когда респондент принимает решение об участии в опросе, и когда ему задают личные с его точки зрения вопросы. В приведенном ниже фрагменте мы наблюдаем наложение обеих ситуаций. Это самое начало интервью, и первый вопрос сразу же оказывается сенситивным: на просьбу представиться респондент задает встречный вопрос о том, кто «ведет опрос» (**реплика 2**). Респондент чувствует себя несколько смущенно, пытаясь скомпенсировать неудобство смехом. Задача интервьюера в возникшей ситуации — снизить тревожность респондента, предоставить ему необходимые сведения. Именно это, пусть и с ошибкой, пытается сделать интервьюер (**реплика 3**): она называет компанию, проводящую опрос, и сразу

же дает чуть больше запрашиваемой информации — говорит о цели опроса. Слово «угу» как бы легитимизирует право респондента на встречные вопросы и комментарии, и этим правом он тут же воспользовался снова (реплики 4 и 6).

Замешательство респондента по поводу того, что такие опросы не проводят по телефону, интервьюер безапелляционно развеял с позиции эксперта. Видно, что сомнения у респондента все еще остаются, возможности для отказа все меньше, и он решает попробовать компромисс, а именно — отказаться от ответа на те вопросы, которые его не устроят.

Все же в поведении интервьюера ощущается некоторая неуверенность и расфокусированность. Особое внимание необходимо обратить на ошибку, которую допускает интервьюер, называя опросную организацию. Эта ошибка очень серьезна и нарушает право респондента на информированное согласие и, более того, подменяет опросную организацию. Для мало-мальски приближенного к опросному миру человека ВЦИОМ — однозначный и узнаваемый бренд, и приписка к нему государственной службы при Президенте может создать неприятный прецедент. Ошибка интервьюера понятна, она работает на разных опросах и выдала заученную для другого опроса фразу, пока искала бумагу с корректной формулировкой. Это позволило заполнить паузу. Тем не менее, ошибка эта непозволительна, профессиональный интервьюер должен держать всю необходимую информацию под рукой, особенно в начале интервью. В возникшей ситуации нужно было исправиться и правильно прочитать название организации [X9].



1. И: Скажите, пожалуйста, как я могу к вам обращаться? Меня зовут Людмила.
2. Р: (Пауза.) А... Это... опрос кто ведет, можно встречный вопрос? (Со смехом.)

3. И: Угу (утвердительно). Опрос проводит Всероссийский центр изучения общественного мнения Государственной службы при Президенте России. Цель исследования — анализ благосостояния населения в связи с кризисом. (Пауза.) Вы согласны?
4. Р: Странно, обычно по телефону как-то такие опросы не проводятся.
5. И: Ну почему же, очень даже проводятся. Очень даже много проводится опросов по телефону. В том числе и такие (пауза). И такие (пауза).
6. Р: Ну хорошо, вопрос, который меня совсем не устроит, я могу на него не отвечать?
7. И: Ну конечно (пауза), конечно. Скажите, как к вам лучше обращаться?
8. Р: Да можно никак, просто.
9. И: Угу, ну давайте тогда продолжим.
10. Р: Да.

Женщина, интервьюер

Женщина, 60 лет, Самарская обл., респондент

НЕЯСНО

Ф 72 «Вы откажетесь, другой откажется»

Интервьюер, используя все возможные тактики, уговорила не желающую участвовать в опросе женщину ответить на вопросы анкеты. Интервьюер честно рассказала о средней длительности опроса, подробно описала его цели и задачи (**реплики 2–7**). После того, как женщина все-таки решила отказаться от участия в исследовании (**реплика 8**), интервьюер вызывает к гражданской сознательности респондента (**реплика 9**). Прием возымел действие, и женщина неохотно соглашается, но в очередной раз говорит об усталости и просит провести интервью как можно быстрее (**реплика 10**). На это интервьюер еще раз подчеркивает, что пропускать вопросы она не может и что анкета длится 15–20 минут (**реплика 16**).

В конечном итоге, интервьюер уговорила явно уставшую и не желающую принимать участие в опросе женщину. Возникает закономерный вопрос, стоит ли уговаривать подобных респондентов, ведь велика вероятность прерванного интервью, а ресурсы,

временные и моральные, будут потрачены. Вот и в данном случае интервьюер не смогла довести интервью до конца из-за технического сбоя, который произошел в самом конце анкеты, и даже не сумела договориться на перезвон [И 21, И 51, Х 10].



1. И: Мы проводим опрос об уровне жизни и здоровья людей. Ответьте, пожалуйста, на наши вопросы. Мы опрашиваем граждан России от 18 лет и старше. Вы согласны?
2. Р: Это недолго?
3. И: Опрос займет минут 20, не более.
4. Р: Оооо, 20 минут.
5. И: Я вам буду зачитывать ответы даже, вы просто будете выбирать сами, которые вам ближе подходят.
6. Р: Ээээ... а для чего вам это вообще надо?
7. И: Цель — изучение образа жизни разных категорий и слоев населения: молодежи, людей среднего возраста и пожилых... работающих и не работающих, семей с детьми и других групп населения... Скажите, пожалуйста, мы сейчас говорим с вами по домашнему стационарному или по мобильному телефону?
8. Р: Наверное, я откажусь от опроса.
9. И: Вот смотрите, вы откажетесь, другой откажется. Как же наша власть сможет узнать мнение населения? Как у нас тогда что-то изменится в стране? Как вы думаете? Вы откажетесь, другой откажется.
10. Р: Ну давайте, только поменьше, побыстрее. Я очень устала просто.
11. И: Хорошо.
12. Р: 5 минут.
13. И: Я не могу побыстрее, в смысле поменьше, потому что у меня опросник идет по компьютеру, открывается страница за страницей. Я говорю, приблизительно 15–20 минут. Начнем опрос?
14. Р: Ну самое главное задавайте тогда.
15. И: (Задаёт первый вопрос.)

Женщина, интервьюер

Женщина, 32 года, г. Тверь, респондент

Ф 73 «В Университете я работаю»

Вопросы с большим количеством разных и заранее понятных закрытий, такие, как вопрос о занятости, предсказуемо вызывают сбои в диалоге: респондент слышит подходящий ему вариант ответа и тут же его повторяет, дает комментарии. В данном интервью респондент, женщина 53 лет, очень мотивирована на участие в опросе, ей интересны вопросы, хочется помочь интервьюеру, она очень «включена» в анкету, слушает внимательно и тут же отвечает. Темп речи респондента довольно высокий, она говорит быстро и эмоционально. Интервьюер имеет другой темп речи: общается размеренно, медленно и монотонно зачитывает вопросы. Очевидно, что собеседницы «не совпадают».

Задача интервьюера в такой ситуации — подстроиться под респондента, выбрать комфортную для него скорость. К сожалению, не все интервьюеры могут это делать, поэтому диалог получается разорванным. Интервьюер не дочитала вопрос — респондент ее перебила с ответом (**реплика 2**). Интервьюер дочитывает вопрос, озвучивает заранее услышанный ответ, чтобы уточнить, респондент второй раз отвечает на этот же вопрос (**реплика 4**). Следующий вопрос — опять наложение высказываний и сбой (**реплики 5–8**). Еще один вопрос — та же ситуация (**реплики 9–12**). Несмотря на этот постоянный сбой, интервьюер не меняет свою тактику, не дает комментарии, никак не реагирует на перебивания. В результате каждый вопрос растягивается, уменьшается вероятность точного ответа, потому что собеседники постоянно перебивают друг друга, а значит, не слышат всех высказываний. Возможно, небольшое отступление от анкеты и объяснение процедуры телефонного опроса решило бы эту проблему.



1. И: В настоящее время вы работаете, учитесь, на пенсии, находитесь в отпуске по уходу за ребенком, занимаетесь домашним хозяйством...
2. Р: Работа.

3. И: ...или временно не работаете, ищете работу? Работа, так...
4. Р: Работаю, просто работаю.
5. И: Так, понятно. А вы наемный работник, владелец-совладелец предприятия?
6. Р: Наемная...
7. И: ...индивидуальный предприниматель или являетесь самозанятым, лицом свободной профессии, фрилансером и тому подобное? Так, наемная.
8. Р: Нанятая в бюджетной сфере.
9. И: Вы работаете на предприятии, организации или работаете на частное лицо, ИП, индивидуальный предприниматель...
10. Р: В организации. В Университете я работаю. Куда это относится?
11. И: В организации, получается.
12. Р: Угу.

Женщина, интервьюер

Женщина, 53 года, г. Набережные Челны, респондент

ПЛОХО

Ф 74 «Ёшкин ты кот!»

Большое количество личных вопросов вызывает у респондента оторопь и встречный вопрос о том, долго ли еще продлится разговор (**реплика 1**). Интервьюер отвечает «десять минут», на что респондент реагирует крайне эмоционально. Он недоумевает, выражает свою озабоченность, сравнивая интервьюера с агентом (**реплика 3**). Интервьюер в ответ на это выдает странную реплику о точности опроса, которая никаким образом не отвечает коммуникативному запросу респондента о безопасности и анонимности опроса. Эффективнее было бы снять напряжение, которое возникло, описать процедуру опроса, объяснить, что это исследование, а не обзвон коммерческой фирмы (**реплика 5**). Респондент не понимает, что происходит, с кем и зачем он разговаривает, потому запрос личной информации вызывает у него сильное удивление и неприязнь. Интервьюер не реаги-

рует на возникшую проблему в интервью, возможно, даже и не видит ее; она зачитывает название «фирмы», проводящей опрос, и предлагает продолжить. Возникший конфликт и раздражение респондента сохраняются на протяжении всего разговора, который в итоге заканчивается отказом от дальнейшего участия [ПЗ, П10, П12].



1. Р: Сколько там еще вопросов, девушка?
2. И: Думаю, еще минут на десять точно.
3. Р: Ёшкин ты кот! Так вообще все узнаете! Как агенты, елки!
4. И: Ну у нас просто точный опрос.
5. Р: Так эта ваша фирма где находится?
6. И: Мы находимся в Москве, и я вам скажу сейчас. Мы... Я работаю на фирму РАНХиГС, вы можете записать. Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. Вот. Мы можем продолжить?

Женщина, интервьюер

Мужчина, 48 лет, Красноярский край, респондент

ПЛОХО

Ф 75 «Извините, пожалуйста, что у нас такие вопросы»

Тема смерти — одна из тех тем, на которые не очень принято говорить даже с родными и близкими людьми, не то что с незнакомыми. И если многие люди оказываются готовы спокойно рассуждать и беседовать о смерти, то для некоторых интервьюеров эта тема оказывается крайне сенситивна. Интервьюер задает вопрос, предваряющий блок вопросов о смерти, и тут же предлагает респонденту выход — пропустить эти вопросы (**реплика 1**). Респондент не показывает своего неприятия, он допускает интервьюера в эту область (**реплика 2**). Интервьюер тем не менее колеблется и переспрашивает еще раз (**реплика 3**), чем вызывает довольно резкий ответ респондента (**реплика 4**). Возможно, ему неприятно такое «топтание» на месте

из-за потери времени или же тема для него сенситивна и нерешительность интервьюера раздражает в сравнении со своей смелостью (сам начал эту тему, а теперь не решается задать вопрос). Интервьюер чувствует раздражение респондента, и в третий раз предлагает пропустить вопросы. Интервьюеру самому об этом говорить не хочется (не из-за того, что вопрос увеличивает анкету), поэтому, прежде чем наконец задать вопрос, она извиняется перед респондентом за «такие вопросы» (реплика 5). Это поведение усиливает сенситивность темы, создает ненужный сбой в коммуникации, и, более того, снижает количество ответивших на вопросы. Уверенный и спокойный профессиональный интервьюер может разговаривать на любые темы. В данной ситуации дискомфорт интервьюера передается респонденту, что легко может спровоцировать отказ от ответа, а то и вовсе разрыв коммуникации [Ф 95, X 3].



1. И: Скажите, пожалуйста, можно ли задать вам четыре вопроса о смерти? Если вы не желаете отвечать, мы их пропустим.
2. Р: Говорите.
3. И: Будете на них отвечать?
4. Р: Ну, буду!
5. И: Если не желаете, мы можем пропустить. Извините, пожалуйста, что у нас такие вопросы. Думаете ли вы о своей смерти?

Женщина, 26 года, интервьюер

Женщина, 66 лет, г. Санкт-Петербург, респондент)

НЕЯСНО/ПЛОХО

Ф 76 «Я, извините, дочитаю, обязана по инструкции»

Табличные вопросы с большим количеством закрытий часто провоцируют коммуникативные сбои в телефонном интервью. Респондент слышит вопрос и предугадывает, что остальные закрытия к нему неприменимы. Вопрос про транспорт вызывает именно такую реакцию у респондента: в их семье нет никакого

транспорта, поэтому она перебивает интервьюера. Интервьюер извиняется и вежливо отвечает, что она обязана дочитать вопрос по инструкции. Действительно, респондент может ошибиться с ответом, не поняв вопрос до конца (например, не услышав какие-либо закрытия, которые окажутся релевантными). Не обратить внимания на то, что вопрос кажется респонденту избыточным — неверно, это демонстрация неуважения и невнимания к вербальным и невербальным сигналам своего собеседника. Поэтому выход из ситуации, который выбрал интервьюер, можно считать наиболее правильным [И 21, Х9].



1. И: Скажите, какой вид личного транспорта есть в вашем домохозяйстве — легковой автомобиль иностранной марки, легковой автомобиль отечественной марки...
2. Р: Нет.
3. И: Мотоцикл... Я, извините, дочитаю, обязана по инструкции.
4. Р: Ага.
5. И: Мотороллер, моторная лодка или другое транспортное средство, грузовой автомобиль, трактор? Или нет никакого транспорта? Да?
6. Р: Нет.

Женщина, 54 года, интервьюер —

Женщина, 60 лет, Омская область, респондент)

ХОРОШО

Ф 77 «Да ну я в принципе вам все сказала»

На шестой минуте интервью респонденту надоедает отвечать на вопросы, она интересуется, долго ли еще (**реплика 1**), сообщая, что на сотовый телефон поступил другой звонок. Респондент до этого момента отвечала охотно, но не очень вникала в анкету, возможно, не совсем поняв саму процедуру телефонного опроса. Интервьюер сразу предлагает перезвонить, причем делает это весьма неуверенно, с междометиями и сослагательным накло-

нением, которое в данном случае не смягчает высказывание, а делает его очень «бледным» (**реплика 2**). Респондент продолжает разговор, она не бросает резко трубку, что свидетельствует о ее потенциальной готовности говорить дальше на интересную и важную для нее тему (а интервью пока таковым не является), на свой аргумент («Я вам в принципе все сказала»), она не получает четкого и резонного ответа о том, зачем ей продолжать эту бессмысленную беседу («ну это», «вот», «ну», «все-таки», «можно» — **реплики 4, 6, 8**).

По сути, это отложенный отказ от участия: респондент согласилась, посмотрела, ей не понравилось, она решила прервать общение. Интервьюер не пытается ее убедить, обозначить значимость исследования, важность уже полученных ответов, необходимость получить именно ее картину «не в общих чертах», а конкретно. Будь на другом конце провода настойчивый и опытный интервьюер, который сумел бы завлечь и заинтересовать респондента, выстроить эмпатические отношения и не растеряться, вероятно, интервью не было бы прервано. Возможный выход из такой ситуации — ставить такие интервью на перезвон к более опытным интервьюерам и пытаться завершить анкету, но этически это неверно, потому что прозвучал четкий отказ от дальнейшего участия.



1. Р: Это долго будет еще? А то у меня тут вторая линия на сотовом.
2. И: Ну, может быть, вам можно перезвонить будет? Нам надо... еще есть... опрос.
3. Р: Да ну я в принципе вам все сказала, в общих чертах.
4. И: Ну, это... вот...
5. Р: Это как-то бессмысленно все.
6. И: Там разные вопросы.
7. Р: Вы сами знаете, что в стране делается.
8. И: Ну, может, все-таки можно позже перезвонить?
9. Р: Да нет, не нужно.

10. И: До свидания.

11. Р: До свидания.

Женщина, 53 года, интервьюер

Женщина, 53 года, респондент

ПЛОХО

Ф 78 «Они будут оценивать»

Женщина на блоке сенситивных вопросов о членах домохозяйства неожиданно поинтересовалась, записывается ли разговор (реплики 1–4). Судя по паузе в 3 секунды, вопрос застал интервьюера врасплох. Вместо короткого ответа «да», она начинает объяснять, кто будет прослушивать разговор (реплика 5). И даже после того, как респондент приняла ответ, интервьюер решила дополнительно объяснить, зачем необходима запись беседы (реплики 9, 11). Вопрос нетипичный, возможно, этому интервьюеру его задают в первый раз, поэтому и ответ получился скомканный и некорректный — еще не выработан стандартный ответ на подобные вопросы. Интервьюер ввела в заблуждение респондента, сообщив, что аудиозаписи прослушивают с целью оценить жизнь населения — для этого проводится опрос, а аудиозаписи необходимы для оценки коммуникации и работы интервьюеров.

Х

1. И: Сейчас будет несколько вопросов о семье, детях. Напоминаю, что ваши ответы останутся конфиденциальными и будут обрабатываться в общем виде. Скажите, пожалуйста, в каком месяце и году вы родились?

2. Р: 84-й год, ноябрь.

3. И: Одиннадцатый месяц, одна тысяча девятьсот восемьдесят четвертый год.

4. Р: А можно вас перебить. Разговор записывается?

5. И: (Пауза 3 с) Ммм, его будут прослушивать... кто... клиенты... которые задали нам...

6. Р: Это как задание?

7. И: Да.
8. Р: Ага, понятно.
9. И: Сколько чел... Они будут, как говорится, оценивать, ну как живет население, понимаете?
10. Р: Ага.
11. И: Потому что надо знать. (Задаёт следующий вопрос.)
Женщина, интервьюер
Женщина, 32 года, г. Тверь, респондент

— ПЛОХО

Ф 79 «Не надо так напрягаться, что вы!»

Не всегда заранее понятно, в каком месте анкеты можно «споткнуться». Тем не менее, карточка домохозяйства — типичное место, где происходят коммуникативные сбои. Мужчина 48 лет не помнит даты рождения членов своей семьи, точнее, ему нужно прикладывать значительные усилия, чтобы вспомнить эту информацию. Он раздражается, позволяет себе не очень вежливые и крайне эмоциональные высказывания (**реплики 8, 10**), говорит, что за «этим» в их семье следит жена. Интервьюер пытается поддержать респондента, солидаризируется с ним, просит начать вспоминать по очереди (**реплика 3**), просит его не беспокоиться (**реплики 5, 9**). К сожалению, говорит это она испуганным и неуверенным тоном, чувствуется ее неопытность. Видимо именно из-за нее она начинает «отзеркаливать» фразы респондента, переходит на его «свойский» язык — «Не надо так напрягаться!» (**реплика 9**). Она предлагает не говорить об этом, если ему это сложно, но сама формулировка тоже не очень удачна в разговоре с таким «конкретным» мужчиной. Он тут же отступает и оправдывается, что его об этом просто никогда не спрашивали в жизни (**реплика 10**), тем не менее, в голосе слышно раздражение. Интервьюер еще раз пытается проявить эмпатию и поделиться своим опытом, добавив во фразу смех, который, в принципе, может скомпенси-

ровать напряжение, но этого не происходит. В целом, техники, которые были использованы, — верные, но интервьюеру не хватает уверенности и опыта, чтобы нивелировать конфликт [П7].

?

1. И: Скажите, пожалуйста, в каком месяце и году они родились? Начнем с вашей супруги.
2. Р: Но это долго перечислять. Это... Я вот по этим датам никогда, это у меня жена следит за этим. Я с датами не дружу.
3. И: Я вас понимаю, но хотя бы супругу вы же можете назвать, правильно?
4. Р: Ну давайте, сейчас начну вспоминать. <...>
5. И: Нам не нужны числа, только месяц и год. Не беспокойтесь о числах. <...>
6. Р: Так, у ребенка июнь... У старшего июнь...
7. И: Июнь?
8. Р: Блин!
9. И: Ой, вы не беспокойтесь. Не надо так напрягаться, что вы! Мы не будем о этом говорить, если вы об этом. Если вам это сложно.
10. Р: Да это ничего страшного, просто я никогда не это самое, пфррр, никогда не спрашивали меня в жизни.
11. И: У меня тоже с датами все очень плохо, поэтому я вас очень прекрасно понимаю. (Смех.)

Женщина, интервьюер

Мужчина, 48 лет, Красноярский край, респондент

НЕЯСНО

Ф 80 «Тут у меня нет отдельно деду»

Вопросы, в которых нужно указать точную или примерную сумму денег, помимо сенситивности, часто вызывают затруднения у респондентов: им сложно вспомнить, какую сумму они потратили на ту или иную активность, сложно подсчитать, из каких именно трат состоит эта сумма. В нашем случае вопрос о денежных тратах осложняется тем, что задан он обо всем домохозяйстве, а не о конкретном человеке. В начале интервью термин

«домохозяйство» оговаривается отдельно — под ним понимаются люди, проживающие совместно и имеющие общий доход и траты. В ситуации многопоколенного проживания, где есть старшая и младшая семья, часто случается, что члены семьи не знают состав трат других членов семьи, хотя однозначно именуют себя домохозяйством. Респондент проживает с мужем, сыном, невесткой и внучкой, и не спрашивает детей, сколько и на что они тратят. Зато она знает конкретную сумму, которую ее супружеская чета тратит на лекарства, и четко называет ее (**реплика 4**). Интервьюер вежливо отказывается фиксировать такой ответ, потому что он не подходит к вопросу анкеты (**реплики 3, 5**), где необходимо указать «общую» сумму. Респондент затрудняется ответить, что интервьюер и предлагает зафиксировать (**реплика 7**). Тем не менее, интервьюеру жалко потерянного ответа, она мягко настаивает на том, чтобы респондент дал другой ответ, учитывающий обе семьи (**реплики 9, 11**), во второй раз уточняя, что не может записать траты отдельно на одного члена семьи. Респондент начинает размышлять и решается ответить за вторую семью, обозначив общую сумму (**реплика 12**). Такая тактика уточнения ответа оказывается правильной и эффективной [X4].



1. И: Скажите, пожалуйста, сколько примерно денег в месяц вы и члены семьи, проживающие вместе с вами, потратили в прошлом месяце на лекарства?
2. Р: В общем, дети — я не знаю, сколько. Деду — сахарный диабет у него...
3. И: Нет, мне общая сумма...
4. Р: Деду — три с половиной, это каждый месяц покупаем. Моему мужу.
5. И: Нет, я здесь общую сумму должна написать, вот на лекарства.
6. Р: Я ребят не спрашиваю, вот честно, даже не знаю.
7. И: Я напишу тогда «Не знаю», правильно я вас поняла?
8. Р: Да.

9. И: Или все-таки...

10. Р: А деду — три с половиной. И вот это каждый месяц мы покупаем ему.

11. И: Видите, тут у меня нет отдельно деду, вот есть «вашей семье» на лекарства. Какая-то сумма будет названа или... Или ничего не скажете?

12. Р: Вот они какие ребенку только если, слава богу, они не болеют. Вот ребенку там простудные, если чего. Ну пускай четыре, напишите «четыре».

13. И: Четыре общая сумма, угу.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Женщина, 66 лет, Ярославская область, респондент

ХОРОШО

Ф 81 «Хорошо, удовлетворительно или плохо»

Респондент, мужчина 20 лет, оказывается очень «удобным» в общении: он дает четкие, быстрые и однозначные ответы, не уходит в сторонние размышления, спокойно и заинтересованно отвечает на вопросы. Интервьюер сразу подстраивается под такой стиль разговора, задает вопросы формально, так, как они написаны в анкете. В определенный момент на табличном вопросе респондент начинает несколько уходить от «идеального» интервью, возможно, устав от «батарей» однотипных вопросов (**реплика 1**). На очередной вопрос он дает четкий ответ, но уже с небольшой аргументацией (**реплика 4**), а на вопрос, идущий следом, — размытый ответ, не дублирующий закрытия (**реплика 6**). Интервьюер тут же возвращает респондента в рамки анкеты, перечислив ему предложенные закрытия (**реплика 7**), не поощряя такое поведение. Респондент покорно выбирает, интервью продолжается. С виду — идеальное интервью, в котором даже самые ярые сторонники формального подхода вряд ли смогут найти смещения и отклонения. Тем не менее, здесь могут быть подводные камни: в большинстве случаев у нас отсутствует какая-

либо информация, позволяющая верифицировать ответы респондента, понять его аргументацию и позицию [X1, X7].



1. И: А как вы оцениваете — хорошо, удовлетворительно или плохо — следующие стороны своей жизни: питание?
2. Р: Ммм, хорошее... (Далее следуют пять аналогичных вопросов.)
3. И: Экологическая ситуация в том месте, где вы живете?
4. Р: Хорошая, природа.
5. И: Возможность выражать свои политические взгляды?
6. Р: Ну, с этим не особо...
7. И: Хорошо, удовлетворительно или плохо?
8. Р: Ну... удовлетворительно.
9. И: Угу...

Женщина, интервьюер


Мужчина, 20 лет, респондент

ХОРОШО

Ф82 «Поможете в нашем исследовании?»

Уговаривать респондента принять участие в опросе не всегда правильно с точки зрения профессиональной этики, ведь респондент имеет право отказаться. Задача интервьюера в самом начале интервью — выстроить диалог с потенциальным респондентом. Профессиональные интервьюеры часто начинают разговор с приветствия (**реплика 1**), а далее ждут ответной реплики от респондента (**реплика 2**). Во-первых, они удостоверяются, что их слышат и слушают и вступительная фраза не будет произнесена в воздух. Во-вторых, это их попытка «прозондировать» почву, понять, кто находится на другом конце провода, подобрать подходящую для конкретного человека вступительную фразу. Так, интервьюер медленно и уверенно зачитывает вступительную фразу (**реплика 3**). Респондент не отказывается от участия, но высказывает свое сомнение и интересуется длительностью опроса (**реплика 4**). Эта фраза — сигнал для интервьюера, что категорического от-

каза нет, что респондент идет на диалог. Интервьюер принимает единственно правильное решение — пытается уговорить принять участие. Она честно отвечает о продолжительности интервью, и вежливо, без давления, с использованием сослагательного наклонения (три «бы» в одном предложении, **реплика 5**), описывает желаемую ситуацию. Важно, что в этой фразе интервьюер поднимает статус интервью до исследования, дважды назвав это слово, как бы намекая на важность и статусность происходящего взаимодействия, подчеркивает что все ответы будут учтены (а не просто так всё делается) и проанализированы в обобщенном виде. Интервьюер дает еще и чуть больше запрошенной информации, предвосхищая возможные опасения респондента о конфиденциальности опроса. И далее — просит о помощи. Респондент эту фразу не перебивает, хотя между предложениями были сделаны паузы, позволяющие респонденту взять инициативу и высказаться. В итоге на прямой запрос помочь респондент соглашается, на что получает благодарность от интервьюера [**И 38, X 11, X 12**].

- 
1. И: Здравствуйте!
 2. Р: Здравствуйте!
 3. И: Вам удобно говорить? Мы проводим опрос об уровне жизни и здоровье людей. Ответьте, пожалуйста, на наши вопросы. Мы опрашиваем граждан России от 18 лет и старше. Вы найдете время поучаствовать в нашем опросе?
 4. Р: Ой, не знаю. Длинный опрос?
 5. И: Ну, минут 15. Было бы очень, конечно, хорошо, если бы смогли бы поучаствовать в нашем исследовании. Все данные будут конфиденциальны и проанализированы в обобщенном виде, все ответы учтены. Поучаствуете? Поможете в нашем исследовании?
 6. Р: Ну, да.
 7. И: Спасибо вам большое!

Женщина, 54 года, интервьюер

Женщина, 60 лет, Омская область, респондент

Ф83 «А какой тут нужен ответ?»

Респондент не понимает вопрос, поэтому после паузы спрашивает интервьюера, какой требуется дать ответ (**реплика 2**). Интервьюер повторяет вопрос в несколько сокращенном варианте, интонационно выделяя ключевые слова — «могли бы или не могли бы» (**реплика 3**). Этот прием оказывается успешным, респонденту становится ясен вопрос, и он дает ответ (**реплика 4**). Это пример сбалансированного формального подхода к проведению стандартизированного интервью. С одной стороны, интервьюер не стала вступать в диалог, фактически не ответив на вопрос респондента, а с другой — повторяя вопрос, грамотно адаптировала его формулировку для лучшего понимания [**X2, X11**].



1. И: Могли бы вы в случае трудной жизненной ситуации обратиться к знакомым, друзьям и родственникам чтобы получить небольшой заем или найти разовые подработки?
2. Р: (Пауза 4 с) А какой тут нужен ответ?
3. И: Могли бы или не могли бы обратиться к друзьям, знакомым, чтобы получить небольшой заем или найти разовые подработки?
4. Р: А, могла.
5. И: Могли бы, да?
6. Р: Да.

Женщина, интервьюер

Женщина, 75 лет, г. Самара, респондент

ХОРОШО

Ф84 «Я вам зачитаю еще раз»

Строгое следование правилам стандартизации при проведении интервью, а именно: зачитывать вопрос только так, как он написан, не давать никаких пояснений относительно вопросов или терминов, не вступать ни в какие разговоры с респондентом, никак не комментировать реплики респондента — зачастую приводит к сбоям в коммуникации. При проведении интервью

в таком стиле можно не только получить нерелевантные ответы, но и «потерять» респондента, который не захочет продолжать разговор с человеком-роботом, не реагирующим на его вопросы и комментарии.

Женщина не поняла вопрос о сбережениях. Во-первых, она перепутала «домохозяйство» с «домашним хозяйством» (**реплика 4**), во-вторых, не поняла, что подразумевается под сбережениями (**реплики 8, 14**). В первом случае интервьюер попыталась объяснить значение термина «домохозяйство». Она не стала зачитывать определение, которое есть в комментарии к вопросу, а довольно сбивчиво и некорректно объяснила его своими словами (**реплика 5**). Во втором случае вместо ответа на вопрос «Что подразумевается под сбережениями?» интервьюер лишь повторно зачитала вопрос и варианты ответа (**реплики 9, 11, 13, 15**). В конечном итоге, на предложение зачитать вопрос еще раз респондент взмолилась «Не надо! Я уже ничего не понимаю!» (**реплика 16**). И интервьюер фактически делает выбор за респондента «Ни одного дня, у нас нет сбережений? Правильно я вас поняла?» (**реплика 17**).

Вместо того, чтобы по-человечески пояснить респонденту вопрос и термины, интервьюер лишь запутала женщину и вызвала ее раздражение. В дальнейшем интервью прервалось по технической причине, и интервьюер не смогла договориться на перезвон [**Ф95, И3, И11, И36, П2**].



1. И: Как вы думаете, как долго вы, ваше домохозяйство смогли бы жить так же, как вы живете сейчас, только за счет сбережений — два года и больше, год, несколько месяцев, не больше месяца, не больше недели, ни одного дня, у нас нет сбережений? Какой ответ вам ближе?
2. Р: Еще раз зачитайте вопрос.
3. И: Как вы думаете, как долго вы, ваше домохозяйство смогли бы жить так же, как вы живете сейчас, только за счет сбережений — два года и больше, год, несколько месяцев, не больше месяца, не

- ... больше недели, ни одного дня, у нас нет сбережений? Какой ответ вам ближе? Сколько бы вы смогли прожить...
4. Р: Домашнее хозяйство — это в смысле с огорода?
 5. И: Домохозяйство это имеется... вот вы... то, что вы живете, ваше домохозяйство. Вот вы живете в своей комнате, вот вы все там...
 6. Р: Ну...
 7. И: ...за счет сбережений сколько бы вы могли прожить?
 8. Р: Каких сбережений?
 9. И: Я вам ответы зачитаю: «Два года и больше»...
 10. Р: Давайте пропустим этот вопрос, потому что я вообще че-то не поняла.
 11. И: ...«Ни одного дня, у нас нет сбережений».
 12. Р: Ну давайте вот это отметим.
 13. И: У вас есть сбережения?
 14. Р: Какие сбережения? В смысле? В плане чего? Еды или что? Крупы?
 15. И: Юля, я вам зачитаю еще раз.
 16. Р: Не надо! Я уже ничего не понимаю, потому что я вам говорила, я очень устала, я вас сейчас прослушаю и лягу спать.
 17. И: Извините, «Ни одного дня, у нас нет сбережений»? Правильно я вас поняла?
 18. Р: Ну, давайте так вот отметим, да, да.

Женщина, интервьюер

Женщина, 32 года, г. Тверь, респондент

— ПЛОХО

Ф85 «Они вам за деньги помогают?»

Не всегда респонденты понимают вопросы так, как было задумано исследователями. Даже самые точные вопросы могут быть неправильно интерпретированы. В этих ситуациях профессионализм интервьюера состоит в том, чтобы заметить сбой в интерпретации и корректно объяснить респонденту смысл вопроса. Женщина в качестве помощников по хозяйству называет людей, делающих уборку за деньги (реплики 2, 6). Интервьюер обращает на это внимание (реплика 9), повторяет вопрос и объясняет,

что за деньги женщины не помогают, а работают (**реплика 11**). Респондент понимает ошибку в интерпретации вопроса и уже дает точный ответ (**реплика 12**). Внимательность интервьюера, неформальный подход к интервью позволили избежать ошибки и получить корректные данные [X4].



1. И: А помогает ли вам кто-нибудь деньгами, продуктами или работой по хозяйству?
2. Р: Да, скажу. Этой, работой по хозяйству, женщина... У нас женщина, которая работает у нас, ну, уборщицей, она мне помогает, она и окна моет...
3. И: Она как, эта женщина, где она работает?
4. Р: Она работает в ЖЭКе, уже как... ДЭЗ, да? ДЭЗ.
5. И: Угу.
6. Р: Она помогает мне, да. Вот по уборке квартиры. (Пауза.) Вот. Потом такая же сотрудница, как это называется, фирмы, она работает на даче, она по уборке дачи, внутри, в доме.
7. И: А, женщина, напишем, из фирмы по уборке, да?
8. Р: Из фирмы по уборке, да.
9. И: Но они вам за деньги помогают?
10. Р: Да, конечно!
11. И: А нет, тогда не так. Помогает ли вам кто-нибудь деньгами, продуктами или работой по хозяйству? За деньги — это не помогают.
12. Р: А, ясно, поняла, поняла. Тогда по уборке никто не помогает, а продуктами сын помогает. Сын очень любит продукты покупать.

Женщина, 53 года, интервьюер

Женщина, 72 года, Москва, респондент

ХОРОШО

Ф 86 «Все дети именно вот ваши, нажитые?»

На вопрос о том, кем приходится респонденту люди, проживающие вместе с ним в одном домохозяйстве, он отвечает, что у него жена и трое детей (**реплика 4**). Интервьюер, заполняю-

щий карточку домохозяйства, решает уточнить степень родства. По какой-то (только ей известной) причине она не использует формулировку, предложенную в анкете (родной ребенок или официально усыновленный, приемный; ребенок супруга, неусыновленный), а решает спросить сама. Решение это было очевидно неверным, фраза выстроена неграмотно, с речевыми и смысловыми ошибками. На удивление это не приводит к коммуникативному сбою, респондент понимает вопрос, и дает на него ответ. Полученный ответ, тем не менее, оказывается вне закрытий: понятно, что родной ребенок и совместный ребенок попадают в первую категорию, но не уточнено, усыновлен ли ребенок супруги.



1. И: Сколько человек живет в вашем домохозяйстве, включая вас, включая маленьких детей и временно отсутствующих. Я уточню, что домохозяйство — родственники или близкие люди, проживающие вместе и имеющие общий или частично общий бюджет, и как следствие — траты.
2. Р: Пятеро.
3. И: Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?
4. Р: Ну, жена и трое детей.
5. И: А это все дети, это вот именно вот ваши, нажитые, грубо говоря, или какие-то дети есть именно только супруги?
6. Р: Ну, один мой ребенок, один ее ребенок и один совместный.
7. И: Угу, я поняла.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 48 лет, Красноярский край, респондент

ПЛОХО

Ф87 «Девять тысяч, это много?»

Вопросы о доходах традиционно вызывают затруднения у респондентов. Попытка снизить чувствительность вопроса формулировкой «не могли бы вы оценить» привела к тому, что респондент понял

вопрос буквально: дать оценку доходу, то есть сказать, хороший он или плохой. Это вызывает у респондента усмешку (**реплика 2**), но она не понимает, какие категории нужно оценивать, с чем сравнивать (**реплика 3**). Интервьюер не понимает замешательства респондента, не реагирует на смех, а просит просто назвать сумму (**реплика 5**). Респондент опять уточняет, какую сумму назвать, вероятно, потому, что не поняла или уже забыла исходную формулировку вопроса. Интервьюер сухо отвечает «в месяц», не повторив весь вопрос, хотя косвенно ответ на него уже прозвучал ранее, и можно было просто уточнить. Респондент повторно называет сумму, потом несколько снижает ее, пытаясь объяснить свою позицию... но интервьюер перебивает ее и возвращает к формальному разговору (**реплика 9**). В целом, если смотреть на ситуацию с точки зрения коммуникации, поведение интервьюера далеко от идеала: (1) не заметила сбой, вызванный формулировкой вопроса, (2) не повторила вопрос, явно не услышанный целиком, (3) не отреагировала на иронию респондента, не снизив неудовлетворенность ситуацией, (4) не снизила сенситивность темы, не дав высказаться респонденту и объяснить свою позицию. При этом четкий ответ на вопрос получен, интервью идет дальше.



1. И: И не могли бы вы примерно оценить размер вашего личного дохода в месяц в течение последнего полугода, включая зарплату, пенсию, пособия, стипендию, любые денежные поступления?
2. Р: Это как надо его... (Смех.)
3. И: В месяц.
4. Р: Ну если девять тысяч — это много, значит это много. А если девять тысяч зарплата...
5. И: Нет, сумму, сумму укажите, и все.
6. Р: Вообще общую?
7. И: В месяц.
8. Р: Ну девять. Даже восемь больше, да, потому что...

9. И: Все-таки восемь мне указать или девять?

10. Р: Восемь.

Женщина, 40 лет, интервьюер

Женщина, 27 лет, Воронежская область, респондент

ПЛОХО/НЕЯСНО

Ф88 «По регионам обобщаем данные»

Одним из важных навыков интервьюера является умение работать с сенситивными вопросами, с теми вопросами, на которые респонденты по тем или иным причинам не хотят отвечать. Мужчина не захотел называть город проживания: «Это уже интимное» (**реплика 2**). Интервьюер несколько растерялась, но все же объяснила, что в городах многотысячное население (можно не опасаться за свою анонимность) и что данные нужны для обобщения по регионам (**реплика 3**). Объяснение получилось несколько несвязным, но с верным посылом, и что важно — в растяжной тональности респондента. В итоге респондент назвал город, в котором проживает (**реплика 6**) [**И13**].

?

1. И: Как называется город, в котором вы проживаете?

2. Р: Нууу, это уже... интимное.

3. И: Ну город, город... назовите... города... многотысячное население... Пожалуйста, нам нужны для обобщения, по регионам обобщаем данные.

4. Р: 110 или 120, я не считал.

5. И: А как называется город, в котором вы проживаете?

6. Р: Артём.

Женщина, 63 года, интервьюер

Мужчина, 68 лет, Приморский край, респондент

НЕЯСНО

Ф89 «По параметрам анкеты я должна изменить»

При заполнении карточки домохозяйства респондент указала, что проживает со своими сыновьями. Но после нескольких вопросов,

говоря о жилищных условиях, она добавила, что дети учатся и сейчас она живет одна (**реплика 4**). Вопрос о составе домохозяйства сформулирован таким образом, что там указаны временно отсутствующие, но не очень понятно, что имеется в виду (**реплика 1**). Респондент поняла вопрос по-своему, поэтому посчитала и прописанных сыновей-студентов, которые часто приезжают к ней на выходные. Интервьюер заметила это несоответствие, поэтому отошла от анкеты, чтобы прояснить ситуацию (**реплики 5, 7**). Она уточняет ответ респондента на предыдущий вопрос (**реплика 9**), и респондент трижды однозначно отвечает «да» (**реплика 10**). Интервьюер колеблется: есть четкий ответ, есть несоответствие ответа действительности. Формально она могла пойти далее и задавать следующие вопросы, но она понимает, что ответ неверный, поэтому призывает респондента его исправить, объясняя процедуру и параметры анкеты (**реплики 11, 13, 15**). Респондент соглашается (**реплика 14**), и в результате инициативы интервьюера происходит изменение ответа [**X4, X9**].



1. И: Сколько человек живет в вашем домохозяйстве, включая вас, включая маленьких детей и временно отсутствующих?
2. Р: Нас всего вот трое человек.
3. И: <...> Вы испытываете или не испытываете стесненность при проживании в этом жилом помещении? Испытываем сильную стесненность, скорее испытываем стесненность, скорее не испытываем стесненность, не испытываем никакой стесненности.
4. Р: Не испытываю никакой стесненности. Я сейчас одна там. Дети учатся.
5. И: А где дети учатся?
6. Р: В Братске в училище. Один в медучилище. Но они прописаны здесь со мной. А учатся там в городе, вот.
7. И: Ага. То есть они живут отдельно практически, да?
8. Р: Ну, приезжают на выходные. Ну как студенты вот, на выходные, на каникулы. А так... Я практически одна.

9. И: Ну, то есть... Вы оставляете так... три человека, что вы живете вместе.
10. Р: Да, да, да. Оставляю.
11. И: Три человека, я поняла вас. Потому что по параметрам анкеты я должна изменить, то есть вы живете одна практически. Дети живут отдельно. Правильно я поняла?
12. Р: Да.
13. И: Тогда сейчас вернемся и исправим.
14. Р: Если с этой точки зрения, то я сейчас одна, на данный момент, а дети отдельно.
15. И: Тогда давайте исправим тогда и пойдем дальше.

Женщина, 62 года, интервьюер

Женщина, 55 лет, респондент

ХОРОШО

Ф 90 «Нас ваши ответы интересуют»

Чрезмерно активная и доминантная речевая позиция интервьюера иногда приводит к тому, что респондент становится пассивным и ведомым участником интервью. Интервьюер не сфокусирован, быстро и наспех один за другим задает вопросы, зачитывает все пояснения (**реплика 1**), но речь его не членораздельна, паузы расставлены неправильно, отчего восприятие вопроса на слух затруднено и интервью превращается в бессмысленную кашу. Респондент выбирает то, что успела услышать, не особо вдаваясь в подробности ответа (**реплика 2**). Интервьюеру нужно уточнить ответ, что она и делает, выбирая два наиболее близких к ответу респондента закрытия (но все равно зачитывает с пояснениями). Последнему сложно лавировать в таком речевом потоке, и она обращается за помощью к интервьюеру, чтобы та сама подумала и выбрала ответ (**реплика 4**). Интервьюер именно это и делает, но, очевидно, понимает, что их взаимодействие не отвечает поставленным требованиям, и обращается к респонденту с просьбой самостоятельно отвечать на вопросы. Увы, даже это она делает в панибратской манере («Юлечка»), разговаривая с респондентом

как с маленьким ребенком. При таком общении избежать эффекта интервьюера и наведения на ответы практически невозможно, что полностью обесценивает такой труд [П7].



1. И: В каком... к какому вероисповеданию вы себя относите? К православию, другим христианским конфессиям, католики, протестанты, баптисты и другие, исламу или какой другой религии?
2. Р: Христианство.
3. И: Православие, русская православная церковь, другие христианские конфессии?
4. Р: Наша, наша, наша — это кто?
5. И: Православие? Русская православная церковь? Юлечка...
6. Р: Да-да, русская православная церковь.
7. И: Юлечка, мне бы хотелось, чтобы вы сами отвечали на вопросы. Нас ваши ответы интересуют. Хорошо? (Задает следующий вопрос.)

Женщина, интервьюер

Женщина, 32 года, г. Тверь, респондент

ПЛОХО

Ф 91 «Какая тут карьера в 75 лет?»

Вопросы анкеты, за исключением специфических, одинаковы для всех респондентов, они не предусматривают всех жизненных ситуаций. Иногда по этой причине вопрос может прозвучать странным или даже неуместным для конкретного респондента. Женщину 75 лет спрашивают о поиске перспективной работы и продвижении по карьерной лестнице (**реплика 1**), чему она, в силу своего возраста, очень удивляется (**реплика 4**). Такое сильное эмоциональное возмущение респондента, недоумение, зачем ей задают этот вопрос, создает напряженную коммуникативную ситуацию, вызванную инструментом (анкетой). Интервьюер чувствует это, но спокойно возвращает респондента к ответу на вопрос, не развивая ситуацию дальше. В возмущении респондента виден запрос на эмпатию: она прибегает к риторическим

приемам, советуется с интервьюером. Это показывает, что за время интервью были выстроены хорошие отношения, потому возникший сбой быстро проходит. Интервьюер в ответ советуется с респондентом, что ей отмечать, и та отвечает на вопрос (реплика 6).



1. И: А чтобы получить помощь в поиске перспективной работы или продвижении по карьерной лестнице, могли бы обратиться?
2. Р: Лично для себя?
3. И: Да-да-да... В вашей трудной жизненной ситуации.
4. Р: Ой, о чем вы говорите! Я не знаю, зачем вы вопрос этот задаете? Какая тут карьера в 75 лет?
5. И: Ну все-таки, могли бы обратиться или нет? Что мне отмечать?
6. Р: Не могла.

Женщина, интервьюер

Женщина, 75 лет, г. Самара, респондент

ХОРОШО

Ф 92 «Лучше обращаться так, как есть!»

Одна из важных особенностей телефонного интервью — вся информация воспринимается на слух. В случае, если один из участников коммуникации произносит малознакомое или незнакомое слово, второму его бывает трудно разобрать даже при условии хорошей телефонной связи. Часто такая проблема возникает при записи национальных имен, хотя фиксация имени и отчества в интервью — элемент не обязательный, созданный как раз с обратной целью — облегчение коммуникации. Респондент называет свое имя и отчество, но интервьюер его не понимает (реплика 3); она с первого раза расслышала имя, а вот отчество пришлось переспросить три раза. Как вариант — можно пропустить полностью эту графу и не записывать непонятное имя, но тогда возникает закономерный вопрос у респондента: зачем спрашивали. Интервьюер хочет не допустить ошибки, потому

уточняет отчество по буквам (**реплика 5**). Респондент, который, по всей видимости, не в первый раз сталкивается с такой проблемой, предлагает интервьюеру записать другое отчество. Интервьюер вежливо отказывается, извиняется за такую неудобную ситуацию и категорично заявляет, что будет обращаться к респонденту так, как положено. Она благодарит респондента и в дальнейшем на протяжении всего интервью очень вежливо общается с респондентом по имени и отчеству [**X1**].



1. И: Скажите, пожалуйста, как к вам лучше обращаться? Как вас зовут?
2. Р: Лариса Готуловна.
3. И: А... Как? Лариса?..
4. Р: Готуловна.
5. И: Угу. Лариса Га... или Го?
6. Р: Го-ту-ловна. Ну, пишите Андреевна.
7. И: Го-ту-ловна. Извините.
8. Р: Готуловна.
9. И: Лариса Готуловна. Угу. Нет, я лучше буду обращаться так как есть! Спасибо большое, очень приятно, Лариса Готуловна!

Женщина, 54 года, интервьюер

Женщина, 60 лет, Омская область, респондент

ХОРОШО

Ф93 «Ни один из вариантов вам не подходит?»

Женщина является активным пользователем Интернета, но неделю назад у нее сломался роутер, поэтому за последние 7 дней она ни разу не выходила в Интернет (**реплика 2**). Интервьюер, понимая, что ситуация для респондента не типична, предполагает, что ни один из вариантов ответа на вопрос («Заходил каждый день» или «Заходил не каждый день») ей не подходит (**реплика 3**). Она изменяет вопрос, придумывая гипотетическую ситуацию. В конечном счете, респондент соглашается с интервьюером и выбирает вариант «Затрудняюсь ответить» (**реплики 7–8**). В данной ситуации

интервьюер поступила неправильно, сместив ответ респондента. Правильным было бы отметить «заходила не каждый день» [П4].



1. И: Татьяна Григорьевна, за последние 7 дней вы каждый день или не каждый день заходили в Интернет с компьютера, планшета или телефона?
2. Р: Вот 7 дней у меня нету Интернета. Съездила я, роутер проверили, все нормально, а Интернет почему-то не включается. Вот так.
3. И: То есть ни один из вариантов вам не подходит? То есть: заходили каждый день, заходили не каждый день?
4. Р: Заходила каждый день, каждый день заходила. У меня сестра далеко, брат далеко, и вот с ними я общалась. А сейчас 7 дней я как без рук.
5. И: Ну и вот за 7 дней... вам... ну... вы... заходили хотя бы не каждый день? Вот к вам приходили, ремонтировали. Заходили хотя бы не каждый день?
6. Р: Приходили, вот вызывала, они смотрели роутер. Говорят, надо на проверку. Я поехала на проверку. Проверили. Вот привезла, уже 2 дня, нет интернета и всё, не подключается.
7. И: Ну то есть... ни один из вариантов ответа вам не подходит? Правильно вас поняла?
8. Р: Да, правильно.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Женщина, 75 лет, Оренбургская обл., респондент

ПЛОХО

Ф94 «Даже неинтересно со мной беседовать, да?»

Корректное заполнение пауз, возникающих при зависании анкеты или при записывании ответа на открытый вопрос, является одним из показателей профессионализма интервьюера. Когда интервьюер записывала ответ на вопрос о болезнях, которые сильно мешают в повседневной жизни, возникла пауза в 4 секунды — интервьюер пояснила, что ей нужно записать ответ (реплика 5). Но пожилая женщина вдруг предположила, что с ней неинтересно беседовать из-за большого числа болезней (реплики 6–8). Интер-

вьюер попыталась приободрить женщину, но реплика получилась нескладной и несвязной, вероятно, из-за того, что одновременно интервьюер записывала ответ респондента (**реплика 9**). Затем опять возникла пауза в 6 секунд, во время которой женщина немного рассказала о перенесенном инфаркте (**реплики 11–12**). Интервьюер не до конца справилась с корректным заполнением пауз. Респондент явно чувствовала себя неудобно в такие моменты, поэтому постоянно пыталась их чем-то заполнить — то вопросами, то рассказами о себе. У интервьюера же не всегда получалось адекватно реагировать на реплики респондента [**И9, И27, Х11, П6**].

?

1. И: А есть ли у вас болезни, которые мешают, сильно мешают? Если да, то какие?
2. Р: Гипертония, злостная гипертония.
3. И: Только гипертония или еще что-то?
4. Р: Ааа, ишемическая болезнь сосудов головного мозга, ну это все тоже к гипертонии относится. И ишемия сердца, конечно.
5. И: (Пауза 4 с) Так, сейчас, запишу это. (Пауза 2 с)
6. Р: Даже неинтересно со мной беседовать, да?
7. И: Почемууу?.. (Пауза 2 с)
8. Р: Да... такие болячки.
9. И: Ну... это всё... не скажу интересно.... Наоборот, мне очень люди... вот такие... возрастные очень нравятся, от них можно столько... интересный... собеседник. Так, и последнее: вы сказали, ишемическая болезнь сердца?
10. Р: Да, да.
11. И: (Пауза 6 с)
12. Р: Инфаркт был... который я не заметила... на ногах... на ногах перенесла.
13. И: (Пауза 4 с Задает следующий вопрос.)
Женщина, 53 года, интервьюер
Женщина, 72 года, Москва, респондент

Ф95 «Очень жаль. Вы очень хорошо отвечали»

Интервьюер успешно уговорила женщину на участие в опросе, хотя та сразу сказала, что устала и попросила побыстрее провести опрос [Ф72]. В итоге из-за формального подхода к ведению интервью — отказа от эмпатии, игнорирования запросов респондента [Ф84], когда на последних трех вопросах возник технический сбой (**реплика 7**), интервьюер не смогла договориться с респондентом на перезвон.

Несмотря на то, что респондент изначально была очень уставшей и не хотела принимать участие в опросе, она вдумчиво отвечала на все вопросы и ни разу не попыталась прервать интервью, хотя оно длилось вместо озвученных двадцати минут 47 минут. С таким человеком можно было бы договориться на перезвон, например, на следующий день, подчеркнув, что осталось всего три технических вопроса. Обращает на себя внимание, что интервьюер даже не попыталась уговорить респондента: получив отказ, она просто вежливо попрощалась (**реплика 11**). Такое поведение идет вразрез с тем, как вела себя интервьюер в начале интервью [Ф72].

X

1. И: Скажите, пожалуйста, в какой области, крае, республике вы проживаете?
2. Р: Эээ... город Тверь. А вы не из Твери звоните разве?
3. И: Тверь, Тверская область... сейчас...
4. Р: А вы откуда звоните?
5. И: Из Москвы.
6. Р: Аааа.
7. И: Что-то у меня компьютер не открывается.
8. Р: А это потому что 20 минут уже давно закончились.
9. И: Ошибка. Юлечка, я вам перезвоню попозже, и мы с вами продолжим разговор. Вы согласны?
10. Р: А 20 минут уже закончились. Я думаю, что буду не согласна.

11. И: Очень жаль. Вы очень хорошо отвечали. Спасибо вам большое. Всего вам доброго. До свидания.

Женщина, интервьюер

Женщина, 32 года, г. Тверь, респондент

ПЛОХО

Ф 96 «Любой город уничтожает всё!»

Респондент, который вместо ответов на вопросы еще и рассказывает свои истории — особое испытание для интервьюера. Необходимо поддерживать коммуникацию, реагировать на ответы респондента, но, если начать взаимодействовать эмпатически, есть риск потерять «русло» стандартизации, полностью отойти от анкеты, дать своего рода одобрение и разрешение респонденту на такое поведение. Задача интервьюера — объяснить правила игры и распределение ролей, возможно, потратить минуту сейчас, чтобы сэкономить многие минуты потом. Сделать это вежливо и эффективно крайне сложно, некоторые интервьюеры практически сразу сдаются и продолжают общаться в рамках стандартизации, молча выслушивая рассказы респондента, как это произошло в данном случае (**реплика 6**).

Возникшая ситуация с информированным согласием (**реплика 2**) вполне предсказуема, поскольку респондент, мужчина 65 лет, занял доминирующую позицию, возможно, поняв, что разговаривает с молодой девушкой. Можно отметить и некоторую отстраненность интервьюера, которой респондент неприятен: дважды громко подчеркивает правильное ударение в слове «звонить» (**реплики 3 и 5**), в котором респондент допускает ошибку (**реплики 2 и 4**). Респондент, узнав, что звонят по всей России, начал рассказывать про город-миллионник, добавив к этому свои философские высказывания (**реплика 6**). Реплика заняла 22 секунды, но интервьюер покорно выслушивала рассказ, даже не пытаясь его прервать. Робкая попытка перебить респондента и вернуть его к заданному

вопросу не увенчалась успехом (**реплика 9**, **ответная реплика 10**). Неудивительно, что когда лимит выделенного на интервью времени был исчерпан, респондент прервал интервью [**И 21**, **П 9**].



1. И: А есть ли в вашем населенном пункте какие-либо курсы или занятия, которые могут посещать пенсионеры?
2. Р: А вы откуда мне звоните?
3. И: Мы вам звоним из Томска.
4. Р: Ничё себе! А... вы звоните в Красноярск.
5. И: Мы звоним... да, по всей России.
6. Р: По всей России. Я живу в центре Красноярска, вот этот мой населенный пункт. Город-миллионник, который уничтожает всё живое, вот. И если не душевная радость и стремление к лучшему, вообще всё было бы тяжело. Вообще, это любой город уничтожает всё. (22 с на реплику.)
7. И: Так. Ну а вот, есть ли в вашем населенном пункте какие-либо курсы или занятия...
8. Р: Да, только это же не город... миллионник, да там всё есть! И курсы, и занятия есть! Это только...
9. И: Для пожилых людей, я правильно понимаю?
10. Р: Конечно! У нас есть и секции, и кружки, люди поют, по интересам, значит. Но мне это не нравится. (Смех.)

Женщина, 26 лет, интервьюер

Мужчина, 65 лет, Красноярский край, респондент

ПЛОХО/НЕЯСНО

Ф 97 «Автомобиля можно сказать, что и нету»

Респондент на вопрос о наличии автомобиля ответил утвердительно (**реплика 2**). Но мужчина для себя сформулировал, что вопрос связан с определением достатка семьи, поэтому добавил, что автомобиль был куплен давно (**реплика 4**). Интервьюер пошла на поводу у респондента и отметила, что у мужчины нет машины (**реплики 7–9**). Интервьюеры приучены отмечать ответы только со слов респондентов, даже если последние неправильно понимают вопрос, дают ответ по другому основанию. Чрезмерная

инициатива со стороны интервьюеров зачастую наказывается заказчиками, любое отступление от правил стандартизации карается штрафами. Это приводит к тому, что интервьюеры даже в очевидных ситуациях боятся брать на себя ответственность и объяснять респондентам смысл вопросов [И 36, П 4].



1. И: Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, автомобиль?
2. Р: Ну автомобиль у меня есть, ему 32 года.
3. И: Ага, поняла.
4. Р: Ну есть автомобиль, ну это не так, что есть достаток, чтобы купить его, он 30 лет уже у меня, купил, когда был молодым.
5. И: Ну на ходу он у вас, да?
6. Р: На ходу, но можно сказать, что и нету, потому что 85-го года выпуска.
7. И: Можно сказать нету или есть? Как вы считаете?
8. Р: Да, можно сказать, что нету.
9. И: Понятно. Дальше.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 80 лет, Приморский край, респондент

ПЛОХО

Ф 98 «Все они мои близкие»

Вопрос про количество друзей и родственников, когда их нужно посчитать, часто вызывает сложности при ответе. Не все респонденты сходу могут назвать готовое число, особенно если у них широкий круг общения. У респондента четверо детей, она проживает с одной дочерью и ее семьей. На вопрос о близких, не проживающих с ней, она дает подробный ответ, перечисляя детей, но не называет число. Это может быть связано с тем, что в реплике интервьюера было сразу два вопроса, а именно: есть ли такие люди и если есть, то каково их количество (**реплика 5**). Респондент подробно ответила только на первую часть вопроса, не услышав или проигнорировав вторую (**реплика 6**). Интервьюер не повторяет вопрос, не уточ-

няет ответ, а задает совсем другой вопрос: сколько у респондента близких родственников (**реплика 7**), по сути, редуцируя исходный вопрос, убрав оттуда «друзей» и «не проживающих с вами». Респондент не очень понимает такой переход и с некоторым замешательством отвечает, что все эти люди — ее близкие. Интервьюер предлагает посчитать их, что и происходит далее. Фактически в полученное количество попадают дочь с внучкой, проживающие с респондентом, и не попадают возможные другие родственники и друзья. Это очевидная ошибка интервьюера [**П2, П3, П4**].



1. И: Сколько человек, включая вас, живет вместе с вами в одной квартире, доме?
2. Р: Нас четверо.
3. И: Четыре человека. Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?
4. Р: Моя дочь, зять и внучка. <...>
5. И: А есть ли у вас близкие родственники, друзья, проживающие не с вами — в другом доме, квартире, городе? Если да, то сколько?
6. Р: Есть у меня. У меня два сына, еще дочь, внуки, внучки.
7. И: Но вот сколько близких родственников мы с вами можем посчитать?
8. Р: Они у меня все близкие.
9. И: Ну вот это сколько человек будет?
10. Р: Ну как вам сказать, сколько человек. Четверо детей...
11. И: Угу.
12. Р: Внуков восемь. Правнучка одна. Все они мои близкие.
13. И: То есть тринадцать, угу.

Женщина, 26 лет, интервьюер

Женщина, 66 лет, Хабаровский край, респондент

ПЛОХО

Ф99 «Я пока буду продолжать»

Сторонники формализованного подхода в интервью расценивают интервьюера как машину по задаванию вопросов, некоего неизбежного посредника между анкетой и исследуемой популяцией,

личность которого должна быть нивелирована. Согласно такому подходу интервьюер не должен позволять себе отвлекаться на сторонние разговоры, смеяться во время интервью, эмоционально реагировать на реплики респондента. Увы, подобное поведение интервьюера разрушает коммуникацию, создает у респондента ощущение, что его слушают, но не слышат, не проявляют участия.

На 11-й минуте приведенного ниже разговора слышен утомленный безучастный голос респондента, дающий сухие и короткие ответы на монотонно заданные вопросы. Когда усталость от разговора достигает своего максимума, респондент спрашивает, сколько еще осталось вопросов, показывая, что его терпение на исходе, что текущее взаимодействие его не устраивает. Интервьюер не проявляет заинтересованности в разговоре и сухо отвечает, что вопросы еще есть, хотя анкета уже близится к завершению. Респондент делает еще одну попытку показать свою неудовлетворенность, заранее находит повод не продолжать дальнейшее общение: «Я буду занята». Интервьюер не реагирует, не пытается убедить респондента продолжить и довести интервью до конца, не снимает напряжение, не проявляет участия, сухо отвечая «Я пока буду продолжать». Фактически, этим интервьюер продемонстрировал неуважение к респонденту, не отреагировал на ясный сигнал о том, что шансы на дальнейшую беседу малы. Неудивительно, что респондент через минуту после данного сбоя молча положила трубку и двенадцатиминутное интервью прервалось.



1. И: Имеет ли ваша семья следующие статьи расходов: да или нет. Выплаты по ипотечному кредиту?
2. Р: Да.
3. И: Выплаты по потребительскому кредиту?
4. Р: Нет.
5. И: Выплаты по микрозаймам.
6. Р: Уу.
7. И: Нет. Выплаты по долгам перед родственниками и знакомыми?

8. Р: Нет. Много там еще вопросов?
9. И: Пока есть. Да, еще есть.
10. Р: Я просто уже занята буду.
11. И: Пока свободны, я пока буду продолжать.
12. Р: Хорошо.
13. И: Приходилось ли вам...

Женщина, интервьюер

Женщина, 24 года, респондент

ПЛОХО

Ф 100 «Я вас понимаю, но об этом следующий вопрос»

Когда анкета выстроена логично и в рамках блока один вопрос вытекает из другого, часто бывает, что внимательные и участливые респонденты в своих ответах и аргументациях предвосхищают следующие вопросы. Вопрос о занятиях спортом сработал именно так: респондент ответила, что занимается огородом, обозначив другой вид физической активности (**реплика 2**). Важно отметить, что в этом ответе не последнюю роль играет социально одобряемое поведение: что респонденту не хочется сразу признаваться в том, что она не делает зарядку и не занимается спортом, а значит, не заботится о своем здоровье. Поэтому, называя другую деятельность, она как бы оправдывает себя, сохраняет свое лицо перед интервьюером. Интервьюер понимает эту «игру», улыбается и ещё раз участливо обращается к ней с вопросом анкеты (**реплика 3**). Респондент продолжает уклоняться от прямого ответа и говорить об огороде (**реплика 4**), на что интервьюер сразу «включает» эмпатию. Она понимает ответ респондента, объясняет, что об огороде еще будет идти речь и у респондента еще будет возможность сообщить об этом (**реплика 5**), и после спокойно, но прямо призывает выбрать из предложенных вариантов «да» или «нет». Респондент отвечает на вопрос, но все равно «защищает» себя и добавляет, что ходит гулять с подружкой [**X5**].



1. И: Скажите, пожалуйста, делаете ли вы хотя бы несколько раз в неделю зарядку, занимаетесь ли спортом?
2. Р: Вот только в огород, а зимой — гуляем, ходим.
3. И: Вот (улыбка), вот смотрите, у меня варианты ответа: первый — да, второй — нет, или — затрудняюсь ответить. Вопрос — хотя бы...
4. Р: Ну я занимаюсь, когда есть огород. Я там всё в огороде.
5. И: Вот я вас понимаю, но об этом следующий вопрос, про огород. А вот про зарядку или спорт, как можете ответить: да, нет?
6. Р: Ничем не занимаюсь, ходим с подругой.
7. И: Нет, да? Угу.

Женщина, 46 лет, интервьюер

Женщина, 66 лет, Ярославская область, респондент

ХОРОШО

Ф 101 «Видите, это как-то принужденные ответы»

Интервьюер проводит интервью в отстраненной и механистической манере, практически не реагируя на реплики или вопросы респондента. На одном из табличных вопросов возник сбой, в результате которого респондент прервал интервью. Первый сбой случился, когда интервьюер перестала зачитывать все варианты оценки каждого параметра, вместо «хорошо, удовлетворительно или плохо» (реплики 1, 3, 5, 7, 9) стала говорить только «хорошо, удовлетворительно» (реплики 11, 19). А на вопрос респондента «А что, сняли „плохо“, да?» ответила утвердительно (реплики 14–15). В результате интервьюер навела респондента на ложную мысль о смещенной, определенно направленной анкете (реплика 16). Второй сбой произошел, когда респондент отказался оценить параметр «Возможность выражать свои политические взгляды» (реплики 23–26). В вопросе не было закрытия «Затрудняюсь ответить», и интервьюер не смогла убедить респондента ответить. Мужчина мотивировал свой отказ принуждением к ответам (реплика 28).

Таким образом, абсолютная «глухота» интервьюера к запросам со стороны респондента привела к слову коммуникации

и прерыванию интервью. Кроме того, интервьюер вела себя непрофессионально даже в рамках формального подхода к взятию интервью, например, не зачитывая полностью закрытия [И 3, И 17, П 9, П 10, П 12].



1. И: Как Вы оцениваете — хорошо, удовлетворительно или плохо — следующие стороны своей жизни. Первое — питание. «Хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — какой ответ?
2. Р: Хорошо.
3. И: Имеющаяся одежда, обувь — какой ответ: «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо»?
4. Р: Хорошо.
5. И: Состояние здоровья — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — какой ответ?
6. Р: Мм, хорошо.
7. И: Эээ, проведение досуга, отпуска — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — какой ответ?
8. Р: Ну, скорее всего... нет четвертого варианта, между удовлетворительно или плохо?
9. И: Нет, только три варианта — «хорошо», «удовлетворительно», «плохо».
10. Р: Ну скажем, удовлетворительно.
11. И: Общение с друзьями — «хорошо», «удовлетворительно»?
12. Р: Плохо.
13. И: Населенный пункт, в котором вы живете — «хорошо», «удовлетворительно» — какой ответ?
14. Р: А что, сняли «плохо», да?
15. И: Угу.
16. Р: Хе-хе, очень направленная анкета...
17. И: (Перебивая.) Населенный пункт, в котором вы живете, как оцените — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо»?
18. Р: Плохо.
19. И: Уровень вашей безопасности — «хорошо», «удовлетворительно» и... как оцените?
20. Р: Ну значит... если не «плохо», то «удовлетворительно».
21. И: Экологическая ситуация, где вы живете?

22. Р: Плохо.
23. И: Возможность выражать свои политические взгляды?
24. Р: Тут — без ответа.
25. И: «Хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — нужно отметить в обязательном порядке.
26. Р: Я понимаю, но тут уже меня абсолютно не касается, я абсолютно не занимаюсь политикой, то есть...
27. И: (Перебивая.) К сожалению, других ответов нет, нужно выбрать, что больше именно, что больше — как вы думаете?
28. Р: Видите, это как-то принужденные ответы, а такого я не могу...
29. И: Дело в том, что если я не отмечу, вы не отметите... на этот вопрос... к сожалению, анкета дальше не сможет открываться, и придется прервать разговор. Либо вы можете выбрать «хорошо, удовлетворительно или плохо», что-то из этого, либо тогда...
30. Р: К сожалению, да, придется прервать разговор...
31. И: Угу, всего вам доброго, до свидания.
32. Р: Пожалуйста, всего хорошего.

Женщина, интервьюер

Мужчина, 40 лет, регион неизвестен, респондент

ПЛОХО

Ф 102 «Ну, хозяйства у нас нету»

«Идеальных» вопросов не бывает. На вопросы отвечают живые люди с собственным восприятием и пониманием мира. И порой, казалось бы, устоявшиеся и не вызывающие ни у кого сложностей вопросы могут быть проинтерпретированы непривычным образом. Так, мужчина понял «ведение домашнего хозяйства» в буквальном смысле: содержание скотины, огорода (**реплика 2**). Интервьюер не растерялась в данной ситуации и объяснила, что под совместным хозяйством понимается совместный быт (**реплика 3**).



1. И: Сколько человек, включая вас, проживают вместе с вами и ведут совместное хозяйство?
2. Р: Ну, хозяйства у нас нету.

3. И: Это имеется в виду, хозяйство... кастрюли — это тоже хозяйство, супы вместе варите, борщи готовите. Ну хозяйство, быт совместный. Сколько?

4. Р: Трое (с усмешкой).

Женщина, интервьюер

Мужчина, 47 лет, Московская обл., респондент

ХОРОШО

Ф 103 «Всех перечислили?»

Громоздкие конструкции, малоупотребительные термины, не входящие в повседневный обиход выражения, просто непривычные для человека вопросы приводят к сбоям в понимании. Очевидно, вопрос «Есть ли среди ваших близких родственников, друзей, не проживающих вместе с вами, те, с кем вы регулярно общаетесь, не реже 1 раза в неделю, лично или по телефону, скайпу? Если да, то сколько?» нестандартный в повседневной жизни людей (**реплика 1**). Мало кто думает или думал о количестве людей, с которым общается не реже 1 раза в неделю. Учитывая, что интервьюер сразу же повторяет фразу «То есть те, с кем вы хотя бы раз в неделю общаетесь», можно предположить, что респонденты зачастую пропускают ее и говорят обо всех людях, с кем общаются. Интервьюер акцентирует внимание на частоте общения еще несколько раз (**реплики 8, 14**). В конце ответа на вопрос интервьюер уточняет, всех ли людей, с которыми респондент регулярно общается, перечислили, и получает утвердительный ответ (**реплики 20–21**).

Интервьюер, понимая сложность восприятия данного вопроса, постоянно делала акцент на ключевых для понимания фразах, зачастую отходя от речевой стандартизации, пытаясь получить релевантную информацию. Но, тем не менее, как будет видно из следующего фрагмента, необходимость здесь и сейчас подсчитать то, о чем раньше никогда не задумывался, внесла

смещение в ответ респондента (мужчина не учел своих детей, с которыми регулярно общается) [Ф 10].



1. И: А есть ли среди ваших близких родственников, друзей, не проживающих вместе с вами, те, с кем вы регулярно общаетесь не реже одного раза в неделю, лично или по телефону, скайпу? Если да, то сколько таких? То есть те, с кем вы хотя бы раз в неделю общаетесь?
2. Р: Человек 10.
3. И: А кем они вам приходятся?
4. Р: И внук, и внучка, и сестры.
5. И: Сколько внуков?
6. Р: Внуков двое... сестер трое.
<....>
7. Р: Ну, трое племянников.
8. И: И вы с ними раз в неделю общаетесь?
9. Р: Бывает, да.
10. И: Так. Еще кто-то?
11. Р: Друзья еще, нужны?
<....>
12. И: Давайте сначала по родственникам.
13. Р: Ну, дальние родственники еще есть.
14. И: Нет-нет. Именно те, которые не живут с вами, но общаетесь не менее одного раза в неделю.
15. Р: Ну, у меня два свояка, с которыми я общаюсь регулярно.
16. И: Хорошо. Еще кто? Вот два у меня осталось.
17. Р: Друзья еще. Ну напишите два тогда.
18. И: А на самом деле больше?
19. Р: Больше может быть... Но часто общаюсь с двумя.
<....>
20. И: Ну вот мы всех перечислили. Всех перечислили?
21. Р: Всех.
<....>

Женщина, 63 года, интервьюер

Мужчина, 69 лет, Красноярский край, респондент

Ф 104 «Ну а почему не назвали?»

При ответе на вопрос о взаимопомощи мужчина называет своих детей, с которыми почти ежедневно общается. Как оказывается, он их не учел в вопросе о людях, с которыми регулярно общается [Ф 103] (реплики 1–6). Интервьюер не смогла сдержать свои эмоции и выразила недовольство тем, что респондент не упомянул о детях в соответствующем вопросе: «Ну а почему не назвали?» (реплика 7). На что мужчина резонно ответил: «Вы вопрос не так задали, значит» (реплика 8). В итоге интервьюер вернулась к вопросу о количестве людей, с которыми регулярно общается респондент, и поправила ответ (реплики 9–10).

С одной стороны, интервьюер проявила внимательность, заметила, что не учтены дети, с другой — высказала респонденту претензию по поводу его ответа. Интервьюеры — живые люди, поэтому время от времени возможны подобные срывы. Но, безусловно, интервьюеры должны общаться спокойно, приветливо, вежливо и не допускать проявления недовольства, раздражения или гнева.

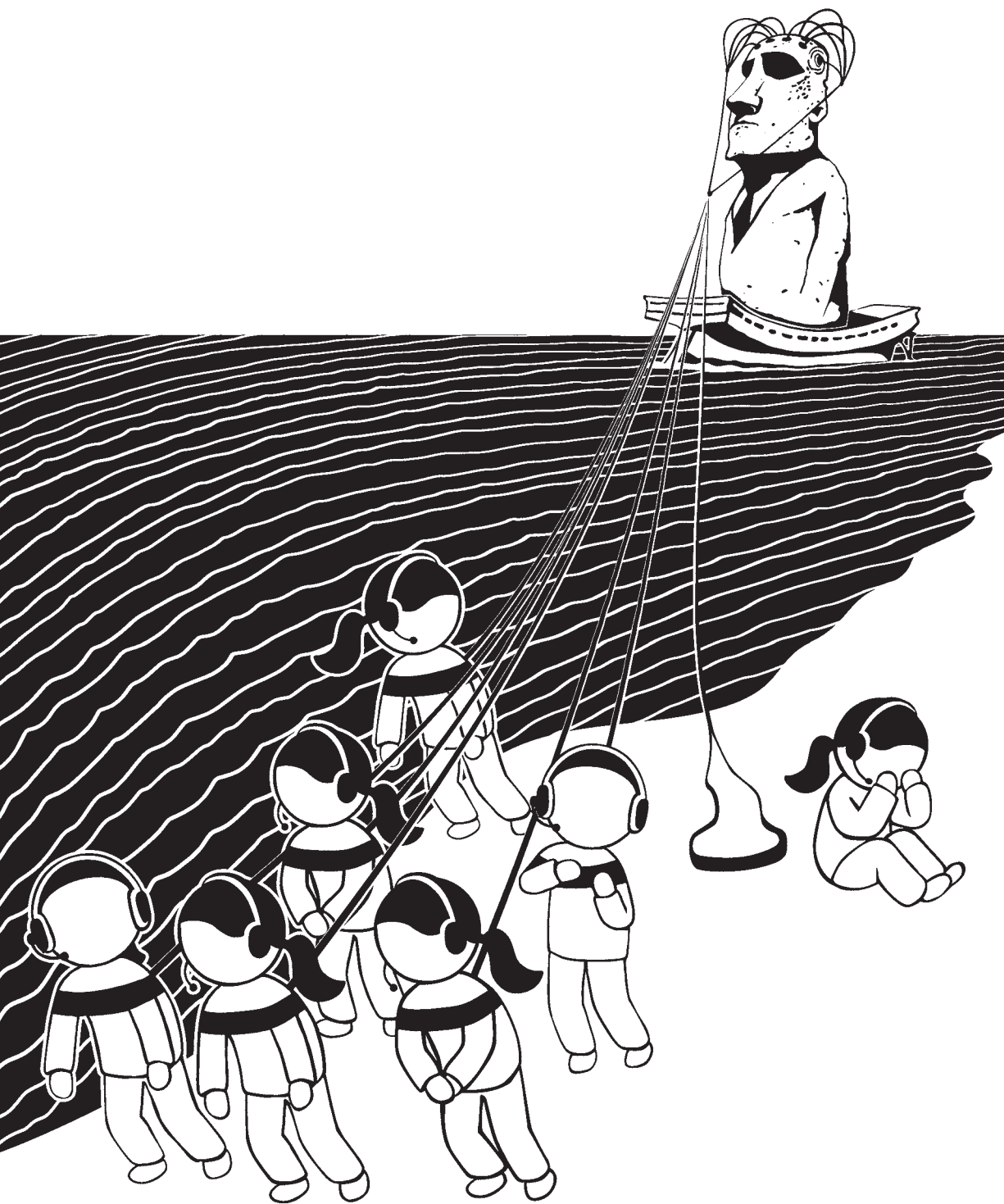


1. И: Скажите, пожалуйста, помогаете ли вы кому-нибудь: деньгами, или продуктами, или работой по хозяйству?
2. Р: Ну да, детям своим. Сыну. Дочери.
3. И: Так, че-то их... Их среди близких родственников не звучало.
4. Р: Да?
5. И: А вы с ними редко общаетесь?
6. Р: Ну, с сыном каждый день общаемся, с дочерью...
7. И: Ну а почему не назвали?
8. Р: Ну, я не знаю, как-то... вы вопрос не так задали, значит.
9. И: Да? Ну, может быть, я тогда смогу поправить?
10. Р: Ну, смотрите, поправьте.

Женщина, 63 года, интервьюер

Мужчина, 69 лет, Красноярский край, респондент

ХОРОШО





Истории интервьюеров

Но не попробуйте сделать и шага в сторону! Если уж по-счастливилось, нет, сподобилось, оказаться в такой точке — она единственна. Шаг влево — и стадо подъемных кранов расклеивает пространство на горизонте; шаг вправо — и вы летите под кручу, в помойку и свалку; шаг назад — и либо наступите, либо порвете брюки о колючую проволоку...

Андрей Битов
ЧЕЛОВЕК В ПЕЙЗАЖЕ

В профессиональном сообществе фигура интервьюера всегда в тени. Роль полевого интервьюера оценивается только при фиксации эффектов и ошибок, поиске фабрикаций [Biemer, Stokes, 1989; Bradburn, 1983; Porras, English, 2004; Bredl, Winker, Kotschau, 2012; De Haas, Winker, 2016] или при исследовании эффекта интервьюера [Feldman, Hyman, Hart, 1951; Groves, Magilavy, 1986; Hox, 1994; Davis, Couper, Janz, et al., 2010; Beullens, Loosveldt, 2016; Nedelec, 2017; Nemeth, Luksander, 2018]. Сама же личность интервьюера, его мотивы, ценности, навыки, компетенции не интересны ни профессиональному сообществу, ни заказчикам, ни зачастую самим интервьюерам. Интервьюер воспринимается как безвольное существо, которое только повторяет вопросы за исследователем и не имеет права голоса. Такая ситуация вызывает как минимум недоумение, учитывая, что от качества работы интервьюера зависит качество собранных данных: именно интервьюер общается с респондентами, задает придуманные исследователями вопросы, выслушивает аргументы респондента и в конце концов фиксирует ответы респондента.

Мы начинали свою работу с контроля над интервьюерами, поиска фабрикаций, сбоев [Рогозин, Ипатова, 2015; Рогозин, Картавцев, Галиева, Вьюговская, 2016]. Но постепенно пришли к пониманию, что в наших изысканиях не хватает голоса самих интервьюеров. Постоянно прослушивая записи телефонных интервью, анализируя работу интервьюеров, проводя инструктажи и тренинги в звонковых центрах, мы не разговаривали с самими интервьюерами, не интересовались их взглядами на свою работу, на опросы общественного мнения, да и в целом на жизнь. Что за люди работают интервьюерами, как они пришли в эту профессию, нравится ли им их работа, что они думают об анкетах, о респондентах и о нас, заказчиках?

Для опроса интервьюеров мы выбрали два звонковых центра: звонковый центр «Войс» (г. Омск) и маркетинговый центр «Контекст» (г. Томск) — наших постоянных партнеров. Экспедиция

прошла с 23 января по 2 февраля 2017 года. В общей сложности мы поговорили с 48 интервьюерами, по 24 в каждом звонковом центре. В Томске, помимо интервьюеров, работающих на телефонных опросах, мы поговорили с восемью интервьюерами, работающими на поквартирных и уличных опросах. Разговор в среднем занимал от полутора до двух часов, хотя было несколько бесед по три—пять часов, а одно интервью растянулось на 8 часов. Встречи проходили либо в кафе, либо на съемной квартире, в которой мы останавливались. Интервьюировать могли как по одному, так и в паре¹.

Наши первоначальные опасения, что интервьюеры будут замкнуты, не будут с нами откровенными, воспримут интервью как некоторое собеседование на профпригодность, не подтвердились. Почти все, за исключением буквально нескольких человек, были открыты, делились своими переживаниями, мыслями, историями, личными трагедиями. Как сказали нам руководители звонковых центров: «За эти несколько дней вы узнали о наших интервьюерах гораздо больше, чем мы за всё время работы с ними». Стоит оговориться, что никакую полученную от интервьюеров информацию мы не передавали руководству компаний.

Профессия интервьюера преимущественно женская, что связано как с низкой оплатой труда, так и со спецификой самой работы (необходимы усидчивость, внимательность, работа предполагает постоянное общение по телефону). Поэтому и разговаривали мы в основном с женщинами — из 48 интервьюеров только 5 мужчин. Возраст наших респондентов колеблется от 22 до 75 лет, в среднем 45–50 лет. Есть люди со средним, средним-специальным и высшим образованием. Предыдущий опыт

¹ Результаты этого исследования частично представлены в монографии «В тени опросов, или будни полевого интервьюера» [Рогозин, 2017].

работы у интервьюеров также очень разный. Среди интервьюеров есть бывшие бизнесмены, руководители высоких рангов, специалисты высокого уровня квалификации, разнорабочие. Для некоторых из наших респондентов работа интервьюером является основной, для других — дополнительной, а третьи по тем или иным причинам больше не работают интервьюерами.

Большинство интервьюеров нашли эту работу по объявлению. До прихода в звонковый центр, за редким исключением, они не сталкивались ни с социологией, ни с опросами общественного мнения. Работа интервьюера считается низкоквалифицированной, и, соответственно, малооплачиваемой. К потенциальным интервьюерам не предъявляют никаких требований, попробовать может каждый. Именно за счет этого интервьюерами в звонковых центрах работают очень разные люди, с самым разным опытом работы, образованием, жизненной ситуацией. Кто-то, как Наталья Семёнова [И 44 — И 48], проработав всю жизнь на одном предприятии и выйдя на пенсию, устроилась интервьюером, потому что только здесь неважен был ее возраст. Кто-то, как Елена Васильчикова [И 15 — И 19], сменил множество мест работы и интервьюерская работа оказалась одной из многих в этой череде. Кто-то, как Георгий Кузьмин [И 30 — И 34], таким образом подрабатывает в дополнение к своей основной работе, а кто-то, как Шолпан Рщанова [И 40 — И 43], нашел свое призвание в работе интервьюера.

Несмотря на разный жизненный опыт и разные пути прихода в профессию, интервьюеров объединяют любовь к общению, открытость, любознательность, настойчивость, усидчивость, крепкая нервная система, способная выдерживать частые отказы и грубость со стороны респондентов.

Через интервьюеров проходит огромное число проектов, как социальных, так и маркетинговых, самые разные анкеты, от пяти- до сорокаминутных. Каждый интервьюер за рабочий день,

а это зачастую 8–10 часов работы, может взять, в зависимости от сложности, от 5 до 20 анкет. Выходит, каждый интервьюер за время своей работы поговорил с сотнями респондентов. Каждый респондент — это уникальный случай, это особый подход, своя динамика, внутреннее напряжение разговора. У каждого респондента свое мнение, свое отношение к теме опроса, свое (не)понимание вопросов, свой лимит времени и терпения. Интервьюеры же, несмотря на очень жесткие рамки стандартизированного интервью, находят способы взаимодействия с респондентами, позволяющие удерживать последних во время сорокаминутных анкет со сложными, непонятными, а зачастую и очень сенситивными вопросами.

Неудивительно, что довольно быстро интервьюеры становятся профессионалами в общении, знатоками опросного инструмента. В ходе разговоров интервьюеры делились точными наблюдениями о респондентах, об анкетах, о формулировках вопросов, о самих опросах, критиковали анкеты, шутили, рассказывали о своей профессии. Фрагменты этих рассказов представлены ниже. Каждый фрагмент самодостаточен и поучителен, поэтому мы выбрали их сквозную нумерацию, лишь пометив в начале каждого блока авторство. Два интервьюера не захотели, чтобы в книге были написаны их имена, поэтому мы заменили их псевдонимами. В остальных описаниях даны фактические имена наших собеседников. И мы рады, что можем их назвать и, фактически, включить в число соавторов настоящей работы.

И1–5¹. «Всё через сердце»

Елена Андреева, 50 лет. Работает интервьюером с 2014 года. Торгово-экономическое образование. В прошлом — товаровед, заведующая отделом в гастрономе, администратор в гостинице, бухгалтер. По итогам конкурса, проведенного в рамках Первого форума полевых интервьюеров (сентябрь 2017, Томск), признана лучшим рассказчиком о жизни интервьюеров.

И 1 «Задерживаются те, кто любит людей»

Когда снова начала искать работу, было уже ближе к сорока — ну куда? Стала отправлять резюме, получала не очень хорошие ответы. В какой-то момент обратилась в фирму, они стали подыскивать мне работу. В тот день было три собеседования. И первое как раз в звонковом центре. Я пришла, послушала. «Ну, как вариант», — думаю, — «если больше ничего не найду, попробую». Я кадровичке и говорю: «Вы знаете, у меня сейчас еще два собеседования». Она на меня так посмотрела: «Какие еще собеседования?! Зачем это вам надо? Приходите к нам, всё у вас получится, попробуйте!» Посоветовалась с мужем — он поддержал.

Через три дня вышла на работу. У меня были ученические четыре дня по четыре часа. Пришла, прочитала анкету, по туризму анкета, в среднем 35–45 минут. Бесконечно открывалась, особенно если человек начинал называть по несколько курортов. И я села, и у меня подряд четыре анкеты по сорок минут. «Ну всё, Елена, ты остаешься у нас». Ни у кого такого результата не было на том проекте.

¹ Все интервью с интервьюерами мы разбили на фрагменты и дали сквозную нумерацию: И1, И2, И3 и т.д. С одной стороны, нам важно сохранять авторство фрагментов, с другой — куда большее значение имеют сами истории, которые типичны и зачастую могут быть отнесены ко всем представителям профессии.

Многие приходят и уходят. Старожилов по пальцам можно пересчитать. Задерживаются примерно моего возраста, от 45 лет. Очень много таких, которые только вышли на пенсию. А что им дома сидеть? Лучше придем, те же 5–6 часов поработаем, пообщаемся с людьми. И вообще, знаете, задерживаются те, кто любит людей, я заметила. Их сразу видно, и сразу на них обращаешь внимание. Всегда, когда ученики приходили, проводила собеседования небольшие, разговаривала. Если ты не любишь людей, не любишь, не успел полюбить свою профессию за 2–3 месяца — всё, ты не задержишься. И они действительно уходят. Их раздражают люди. Хороший он или плохой — неважно. Я даже алкаша, который меня выматерил, люблю, и мне его жалко. Понимаете, мне жалко... Я сразу начинаю представлять, какая у него жизнь неудачная, он неудачник по жизни, за что его? Всё через сердце... Оттого я и заболела.

И 2 «Почувствовала такую заботу»

В августе прошлого лета не вышла с отпуска, и три месяца у меня был больничный. Лежала в больнице, началось всё с шеи, потому что вот это сиденье, постоянно в напряжении. Месяц с хондрозом, боль никак не удавалось снять, это сопровождалось еще и головной болью, головокружением. Потом я падаю, сильный ушиб на ноге, и сейчас у меня тромб, который непонятно как себя поведет.

И я бы не вышла, если бы не коллектив. Вот насколько я люблю свой коллектив, свою работу — у меня всё сложилось так. Мне нравится моя профессия. Люблю людей, мне нравится мой коллектив, начиная с руководства. Могли же от меня и отвернуться, но они посоветовались-посоветовались и решили отправить меня на оплачиваемый больничный. Наверное, это не просто так? За какие-то мои хорошие дела: что я предана компании, что я немало денег приношу компании. Я ведущий оператор, делаю анкеты, делаю план, перевыполняю его. Я же не

просто прихожу на работу поболтаться-пообщаться с подружками, а сиюю и делаю, и делаю, и делаю — качественно делаю. И как они стали все звонить? Почувствовала такую заботу... Стоп, потом думаю, как я могу уйти вообще?

ИЗ «Заказчики — злодеи»

Как-то забраковали анкету. Они же не думают, что с их правилами я бы просто потеряла респондента. Супервайзер показала комментарий от заказчика: «Некорректная анкета». Она перечисляет магазины, которые она посетила за последние полгода, и туда входит этот «Глобус». Она его посетила, но она в нем ничего не купила. Она просто зашла ради интереса — построили новый магазин полтора месяца назад. И когда ей в конце выходит вот такая простыня, всё про «Глобус», все эти высказывания. «Вы согласны с высказыванием?», а она: «Стоп, подождите, я его просто посетила, я ничего в нем не покупала. Я покупаю в „Пятерочке“, „Перекрестке“, там-то, там-то. Я же вам ответила». Я должна была отметить, и у меня вышло про этот «Глобус». Она: «Я вам ничего говорить не буду». — «А можно я зачитаю вам эти высказывания?» — «А зачем?» Она грамотная, знаете, не деревня матушка. «Вы теряете и свое, и мое время. Не надо мне зачитывать, иначе я сейчас положу трубку». В таком случае я могла потерять, и я говорю: «Хорошо, давайте, зачитаю, два высказывания — про акции, про скидки». «Зачем? Чтобы оценить акции и скидки, я должна там отовариваться не один раз, как в „Пятерочке“. Про „Пятерочку“ я вам все сказала, про „Перекресток“ я вам всё сказала, а этот „Глобус“ — нет, давайте дальше». Перелистываю, а там выходит: «Какие товары в „Глобусе“ дешевле по сравнению с другими магазинами?» И ниже — свободное поле для комментария, я должна ее выслушать и все записать. Она говорит: «Пропускаем». — «Хорошо, пропускаем». Я ставлю з/о, а они пишут: «Не должна была пропустить», и бракууют эту анкету.

Заказчики — злодеи! Говорят, нельзя отходить ни влево, ни вправо. Четко, каждое слово. А я же не искажаю факты. Это же интервью, а мы не просто операторы — поздоровались-что-то отметили-попрощались — как диспетчера в такси. Мы общаемся, приносим новую информацию, идеи. Деньги, в конце концов. Послушайте нас, прежде чем штрафовать!

И 4 «Стала чувствовать людей»

У меня даже инстинкт выработался — я стала чувствовать людей. Кожей, по голосу, по тембру, я знаю, будет он разговаривать со мной дальше или нет. У нас говорят, в Москве — люди сложные, к ним подход нужен. Вчера позвонила москвичке, она мне: «Вы первая, с кем я общаюсь. В таких опросах по телефону не участвую — принципиально бросаю трубку, ни с кем не разговариваю». Начало не задалось, и тема — магазины — на первый взгляд, житейская, ей совершенно далекой оказалась. А все равно что-то подсказывает — трубку не бросит. Проговорили пятнадцать минут, а на вопрос о среднем ежемесячном доходе она мне отвечает: «Да вы поймите, не до магазинов мне, не до „Глобусов“. Доход — одиннадцать, а почти весь на лекарства уходит. У меня онкология, третьей степени». А говорят, Москва, люди сложные...

Бывает, маленечко разряжаю обстановку. Когда монотонность надоедает, и я могу увести его от анкеты, и что-то спрашиваю — нахожу такой момент — о семье, например, о внуках. Зацепляюсь за что-нибудь. Это очень важно. Они устают, им надоедает это. А тут буквально минутку-две расскажет что-нибудь о дочке, о внучке, и мы дальше совсем по-другому продолжаем. Они отдохнули — они пошли дальше.

Очень много мужчин, которые: «А вы мне еще позвоните, мы еще поговорим?», «А вы можете просто, не как оператор поговорить?» Знакомятся.

И 5 Четыре бабушки

За последний год сохранила четыре телефона — Новосибирская область и сам Новосибирск, Новгородская область, Кемерово — четыре бабушки, которым я периодически звоню со своего телефона. Это были одинокие бабушки, они совершенно одни. Мария Силантьевна, бабушка из деревни в Новосибирской области кричала так в трубку: «Я одна, я брошена, у меня нет зубов, я никому не нужна, у меня такая маленькая пенсия, я погибаю, дети совсем про меня забыли. Я не хочу жить. Вы верите — я не хочу жить? Вы сейчас позвонили, а потом забудете меня, и больше никто не позвонит». Я провела интервью, успокоила ее, а потом стала звонить ей с периодичностью раз в месяц, узнавать, как дела. Она всё выскажет — ей легче, а я продолжаю: «Пожалуйста, берегите себя, следите за собой, принимайте лекарства». Уговорила ее купить аппарат для измерения давления. Очень сдружились мы с Надеждой из Кемерово, она тоже одинокая, была в глубокой депрессии, просила: «Ты мне только звони». Вот я и звоню.

И6–9. «Выполнять свою работу, а не переживать»

Надежда Бакаева, 50 лет. Работает интервьюером с 2017 года. Получила среднее профессиональное образование. Поступила в институт на техническую специальность, но бросила, поняла, что техническая специальность ей не подходит. Начинала с секретаря, но большую часть жизни проработала кадровым специалистом.

И 6 «Не надо складывать руки»

В первый день, может быть, чуть-чуть было страшно, что никогда этим не занимался, но, с другой стороны, интересно. Я просто села и начала работать. У меня такой принцип. Я себе сказала:

«Чем быстрее ты начнешь работать, тем быстрее научишься». Тут не надо бояться, надо просто садиться и делать.

Я прихожу на работу всегда с хорошим настроением. Я настроена на хороший рабочий день, на позитив, на хорошее выполнение плана. У нас бывает много проектов интересных. Но бывает, ты работаешь, работаешь, вроде бы, стараешься, но не получается. Отказы, отказы, отказы. Ну ладно. Ну его, пойду я чай попью. Бывает, правда, чай попьешь, поговоришь с кем-нибудь, приходишь — и опять отказы. Бывает такое. Ну не заладилось! Наверное, не мой день. А к вечеру, например, становится лучше, сразу настроение поднимается. Но ты уже очень уставший, потому что уже отдал столько сил, и причем зря. Но, тем не менее, уже считаешь, день прошел не зря, уже все нормально. Единственное, конечно, что план по анкетам ты уже не выполнил. Это обидно. Но опять же наступает новый день и ты опять идешь с хорошим настроением. Не надо складывать руки: «Ой, это не мое. Это мне не надо. У меня ничего не получится». Я знаю, что у меня все получится. Нет, я не из тех. Я не сдаюсь.

И 7 «Обстановка переживательная»

Мне очень нравится наша компания. Мне хочется здесь добиться успеха, мне хочется выполнить план. Я этого не скрываю. Мне хочется заработать денег. Мне нравится, может, где-то посоперничать с кем-то. У меня еще не так много опыта. Но, тем не менее, мне говорят, что для новичка у меня хорошие показатели. Мне это приятно. Хотя я знаю, что у меня может быть лучше. Значит, над собой надо работать. Значит, учиться надо этому. Учиться у коллег. Но лучше учиться у профессионалов. Когда предлагают обучение, тренинги, я обязательно соглашаюсь.

Когда ты в первые дни приходишь, вообще ничего не знаешь. Пытаешься как-то сам. Некоторые интервьюеры помогают, подсказывают: «Попробуй, сделай так, может, это сработает».

Обстановка очень переживательная в этом плане — переживают, помогают постоянно, особенно новичкам. Но все равно в итоге ты сам принимаешь решения. Даже если посоветовался с кем-то из коллег, ты все равно принимаешь какие-то свои решения. А может, человек этот делает неправильно. Поэтому обязательно нужно обучение.

И 8 «Бывают разные анкеты»

Мне нравятся очень анкеты ВЦИОМ. Они интересные. Я еще заметила такую особенность. Здесь главное, чтобы человек согласился, а в ходе анкеты ты чувствуешь, что человеку самому интересно отвечать на эти вопросы. А если ему интересно, он дойдет с тобой до конца. И ты проведешь с ним анкету не на 15–20 минут, а он тебе и 40 минут будет рассказывать. И ты чувствуешь контакт. И с такой легкостью это проводится.

Я считаю, что если респонденту интересна тема опроса, то он дойдет с тобой до конца. А если он согласился абы как: «Ну, ладно. Давайте», — то есть вероятность, что ты не дойдешь до конца анкеты. Если ему неинтересно, он не будет отвечать. Он всегда найдет повод уйти — например, каша сгорела. А если человеку интересно — вот у меня был респондент с ребенком на руках, но мы прекрасно провели анкету.

Но бывают разные анкеты: есть сложные, громоздкие. Например, насколько для вас важны такие-то параметры? Допустим, человеку важны многие параметры. Следующий вопрос — насколько вы удовлетворены каждым из параметров: параметр — оснащенность, параметр — удобство, персонал, еще чего-то. В каждом случае по 7–8 вопросов. И понимаете, идет 5 или 6 блоков. Анкета рассчитана на 15 минут. Это невозможно. Даже если ты говоришь быстро и четко, даже если тебе респондент отвечает четко — это невозможно уложиться в это время. Если человек составляет анкету, нужно хотя бы думать о том, что не каждый

это выдержит. «Что вы одно и то же спрашиваете?» Я говорю: «Ну как одно и то же? Здесь мы оцениваем, насколько для вас это важно, а здесь — насколько вы удовлетворены». Вроде бы человек понимает, но говорит: «Я устал, мне надоели ваши вопросы», бросает трубку и всё.

И9

«Просто стараешься выполнять свою работу»

Сколько у тебя будет анкет по итогу дня — это всегда лотерея, я считаю. Бывает, ты можешь сделать 10 звонков и сделать 2 анкеты, а бывает, ты сделаешь 200 звонков и всего 5 анкет. От нас это не зависит. То есть, человек либо изначально настроен, либо нет. Вот нас работает смена, 40 человек: ты смотришь, у кого-то идут анкеты, у кого-то нет. Все говорят один и тот же текст, а у кого-то — 10 анкет, у кого-то — 5, а кто-то вообще с нулем домой ушел. Это не зависит от интервьюера, это зависит от того, какие тебе люди попадались, были ли они настроены разговаривать.

У меня был один случай: человек, у него ученая степень, он мне сказал: «Девушка, ровно 15 минут, у меня больше времени нет». Мы с ним, конечно, не уложились, потому что я понимала, что анкета будет 30 минут. И вот ровно 15 минут прошли, и он мне сказал: «Девушка, вы меня извините, я больше не могу». Ему нужно было идти на урок. Я понимаю, мне было жаль, что я не довела. Хотя настолько мне было с ним приятно. Он всё так отвечал хорошо, ну нет претензий к нему, умничка, и чувствовалось это. 15 минут и — «Ну не могу, извините, всё» — и тут ты хоть что ему говори.

Или еще один случай. Дальний Восток. Человек без образования, нет даже начального, 25 лет. Наша же анкета была составлена таким языком, что не для всех это понятно, т.е. если человек не образован, ему трудно даже понять эти термины, понятия, и я не могу, понимаете, каждое слово ему объяснять, пояснять, я сама, может быть, не всегда понимаю. Очень сложно

было, мы с ним часа два сидели, потому что я ему говорю слово, например, «перспективы развития», а он мне: «А что это такое?» В итоге он устал и сам бросил трубку.

Я стараюсь не вникать в проблемы респондентов. Если ты будешь переживать — сложно, не хватит сил. Мозг, наверное, не сможет это все переварить. И так такое количество звонков делаешь. Просто стараешься выполнять свою работу. Я думаю, скорей, о том, как это сделать правильно, качественно. Моя конечная цель — найти респондента и провести с ним качественную анкету. Нужно выполнять свою работу в первую очередь, а не переживать там о чем-то. Все-таки ты пришел на работу, значит, должен работать.

И10–14. **«Мы стоим на острие атаки»**

Елена Карпенко, 54 года, высшее образование. Сменила много мест работы, была инженером, риелтором, бухгалтером, вела свой бизнес. Интервьюером работает на постоянном графике 4 месяца.

И 10 «Для меня это обычная работа, ненапряжная»

Интервьюером может быть не каждый человек. Не скажу, что нужно определенное образование, но должен быть особый склад характера, должно быть определенное восприятие человека с той стороны. Интервьюера можно обучить, сколько техник продаж существует, а интервью — это та же самая продажа. Но к этому должна быть склонность. Когда провожу интервью, я использую весь свой опыт, весь свой багаж, а он у меня большой. Я была и инженером, и вела свой бизнес, и бухгалтером, и риелтором, и много кем еще. И мне это очень хорошо помогает. Для меня это обычная работа, ненапряжная.

Для работы интервьюером очень важен голос, интонация. Когда разговариваешь с той стороной, почему-то автоматически голос делается выше. А чем выше голос, тем легче идут на контакт, так как проще разговаривать с молодым человеком. Модуляция голоса должна быть серьезная, потому что работаешь голосом. В какой-то мере даже артистизм должен включаться. Человека нужно удержать не словом, а голосом.

Про фальсификации ничего не могу сказать, потому что не занимаюсь такими глупостями. На мой взгляд, гораздо проще отработать честно, чем заниматься такой фигней. При нормальной организации работы всегда гораздо легче и проще отработать честно.

И 11 «Составьте проще, всем легче будет!»

Меня раздражают неправильно составленные предложения, сложные для понимания людей с той стороны. Например, задается вопрос, в котором уже перечислены варианты ответа, и тут же у тебя инструкция — «Зачитайте варианты ответа». А для чего? Зачем их повторять, если они уже в вопросе прозвучали? Безграмотно! Вот это меня раздражает.

У нас недавно была сложная анкета, чисто стилистически. Она была, попросту говоря, безграмотно составленная. Предложения в анкете не рассчитаны на людей с не высшим образованием. Многим было тяжело просто понять, что там сказано. И мне самой было тяжело интонационно их правильно зачитывать. Мне кажется, что многие анкеты построены на старой базе. Это ощущается. Ведь у людей все меняется, и надо менять анкеты, по-другому ставить фразировки. Эти сложные формулировки из семи предложений никуда не годятся. Составьте вы проще, всем же легче будет!

Вот сейчас у нас анкета ВЦИОМовская, там просто ошибка в анкете. Сначала ты у человека спрашиваешь его доход,

а при отказе ты опять должна спросить доход, но уже в интервалах. Но он мне уже отказался назвать свой доход! Там просто ошибка в анкете, надо поменять, в первом вопросе поставить вариант «Затрудняюсь ответить», а уже во втором — «Отказ», а не наоборот. Я с этим даже к менеджеру подходила. Мне сказали, что нужно от человека добиться отказа. Я сказала, что я-то добьюсь отказа, но почему я должна спрашивать второй вопрос, если уже получила отказ? И я на второй вопрос сама ставлю «Затрудняюсь ответить» и задаю следующий вопрос. И попробуйте мне вернуть эти анкеты! Но у нас в компании боятся отстаивать свое мнение, бороться за анкеты, даже если они считают, что интервьюер поступил правильно. Лучше потренировать интервьюера, чем контактировать с заказчиком — не дай бог, потеряем.

Но я выбрала стратегию «расслабься и получай удовольствие». Если вам так надо, я прочитаю, но это ваши проблемы. Если вы не хотите, чтобы у вас были хорошие отношения с вашими будущими респондентами, то я здесь уже ничем помочь не могу, может быть, даже не хочу. Если бы заказчики шли на контакт, тогда можно было бы к ним обратиться: «Пожалуйста, рассмотрите вот эти варианты. Они были бы лучше, анкета шла бы проще, времени на это тратилось бы меньше, я бы могла обзвонить больше респондентов». Почему я должна беспокоиться о ваших деньгах, если вы сами не хотите о них думать? Поэтому в данном случае я просто-напросто отстраняюсь. Когда мне станет совсем невмоготу, я просто уйду на другое место.

И 12 Три группы респондентов

Люди, которые внутренне уверены в себе, намного легче идут на контакт. А у тех, кто не желает ничего делать, начинается агрессия — обычное состояние, когда все виноваты, кроме тебя самого.

Респондентов можно разделить на три группы: одни четко идут по анкете — да-да, нет-нет, вторые любят каждый свой ответ пояснять, давать очень длинные и развернутые комментарии, а третьи просто не имеют своего мнения, поэтому постоянно сомневаются. Я больше всего люблю первых, с ними проще. Но иногда слушаешь людей и понимаешь, насколько бывают грамотные, интересные люди, с кем-то соглашаешься внутри, с кем-то нет. Иногда вникаешь в жизнь респондента, понимаешь, как он себя чувствует сейчас. Была как-то у меня женщина, — 78 лет, педагог, все еще преподает, у нее была прекрасная речь. Она давала настолько большие и развернутые комментарии не по теме. И честно говоря, мне было так жалко ее: очевидно, что ей просто не с кем всем этим поделиться.

И 13 «Что же вы так боитесь?»

Не думаю, что респонденты мне врут. Но есть те, кто боится отвечать на вопросы, связанные с политикой. Они стараются ускользнуть от открытого ответа. Вот вопрос: «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность Президента?» Кто-то сразу говорит: «Одобряю», кто-то: «Не одобряю», а кто-то: «Ну вы понимаете, это так сложно ответить, вот в чем-то да, в чем-то нет». Такому говоришь: «Ну а в целом?» А он опять начинает плавать: «Вот вы знаете, это так сложно ответить, вот я не всегда могу адекватно оценить» и так далее. Это как педагог понимает, когда школьник врет. Причем 60-летние отвечают на эти вопросы смелее и более открыто, чем молодые. Кто-то боится отвечать даже на самый простой первый вопрос про возраст. Сразу: «А вам зачем?» Ну это же просто для статистики, чтобы знать половозрастные категории, это обезличенные данные, это же самое простое. Что же вы так боитесь? У меня телефон ваш есть, вы об этом не думаете, а вот то, что я у вас возраст спросила...

И 14 «Соцопрос просто так не идет»

Мы стоим на острие атаки, хотя нас и не видят. Мы первые, кто понимает, куда что движется. Соцопрос просто так не идет. Если такая тема поднялась, поставьте ушки на макушке, подумайте, для чего это, потому что если это делается, значит для чего-то это надо.

Есть такая вещь хитрая — обратная связь. Соцопрос, как и маркетинговый опрос, — это и есть обратная связь. Не надо ныть, что никто ничего не делает, наберитесь смелости, ответьте, что вам не нравится, — и тогда это будет учитываться. Если проходит столько опросов, значит, слушают, значит, учитывают.

И15–19. «Это работа: надо звонить, проводить опрос»

Елена Васильчикова, 46 лет, полное среднее образование. По состоянию здоровья не смогла закончить вуз. В прошлом работала няней в детском саду, диспетчером в такси, администратором по рассылке квитанций. Интервьюером работает с 2016 года.

И 15 «У меня растут показатели эффективности»

Мне понравился первый рабочий день в центре. У меня все пошло, я анкет много сделала. Но на второй день сделала меньше, на третий — еще меньше, на четвертый — совсем мало. На пятый день я сказала: «Все, я ухожу, я работать не буду». Но супервайзер позвал на тренинг по удержанию респондента. Я сходила, послушала, думаю: «Ладно, попробую». Попробовала, стало получаться почему-то. А потом свыклась, что день густо, день пусто, каждый день по двадцать анкет у меня не будет.

У меня получилось так: сначала я зарабатывала 5 тысяч в месяц, потом — 8, 10, вот в последний месяц 13 получила. Иногда у нас возникает соревновательный эффект с другими интервьюерами. Бывает, откроешь рейтинг: «Ага, она сделала 5, а у меня 3, нееет, пока не догоню, не уйду». У меня растут показатели эффективности. У меня даже часто бывает, что я ответ ставлю раньше, чем мне отвечает респондент. Практически каждая анкета. И по началу разговора я часто могу понять, согласится он на опрос или нет. Как здороваются, как отвечают тебе — ты уже слышишь, ответят тебе или нет.

И 16 «Мы занимаемся полезной работой»

Да и нравится мне работать интервьюером. Мы здесь какую-то пользу приносим, действительно занимаемся полезной работой. Например, мы опрашивали Дальний Восток, Чукотку о государственных программах. Аж гордишься, что подсказываешь людям программы, которые правительство Дальнего Востока предоставляет гражданам, а они первый раз про них слышат. И думаешь: «О, людям помог, сейчас пойдут по начальствам, глядишь, чего-нибудь себе и выбьют»!

Бывает, конечно, тяжело эмоционально. Вот был у нас опрос по медицине. И там было много пенсионеров, очень пожилых людей, и с ними было сложно. Они начинают жаловаться, плачут, еще если живут одни и всех похоронили... Тогда трубку положишь, пойдешь походишь, либо кофе попьешь, либо покуришь, буквально 5 минут, потом садишься и уже всё по-новому.

И 17 «Бывают очень нелепые вопросы»

Мы, конечно, замечаем иногда ошибки в анкетах, говорим супервайзерам, они доносят до заказчика, но обычно ничего не меняется, все остается на прежнем уровне. Очень обижает!

Бывают очень нелепые вопросы. Был у нас опрос по мобильным операторам. Я попала в деревню, где знают только «Tele2» и «МТС». Вот скажите, как они могут ответить на вопрос: «К какому из операторов подходит определение „стильный и модный“»? Дедушке 65 лет, он живет в тьмутаракани, у него «Tele2», самый допотопный телефончик, который дети ему подарили! А я у него спрашиваю: «Стильный и модный — „Билайн“, „МТС“, „Ростелеком“, „Скайлинк“, „Йота“, „Теле2“ — какой из них стильный и модный?» В лучшем случае промолчат или скажут «Не знаю», в худшем — пошлют куда подальше и бросят трубку.

Или я попала на женщину, ей 56 лет, живет на границе Тульской и Липецкой областей, в какой-то глуши. Как потом оказалось, она со мной разговаривала с крыши, связь ловит только там. Она знает только Tele2. А я должна была перечислить всех указанных операторов, которых она не знает, и по каждому добиться от нее ответа. А если будет много «Затрудняюсь ответить», то анкета не пройдет. И наводить тоже нельзя. Я так долго на этот опрос злилась, не хотела... но куда деваться, я на нем работала. У меня на нем сразу было 3 анкеты брака. Я плакала, я психовала — я не сяду на него. Но потом уже свыклась, привыкла.

Опрос по «Ашану» тут был. Оцените так-то, оцените не так-то. Бабка сказала, что она один раз в год ходит в «Ашан», и открылась огромная таблица из 20 вопросов. И что мне с ней делать? Или тоже с бабушкой 70 лет разговаривала. Вопрос: «Какие магазины вы знаете?» — «Доченька, да вот возле дома». Ну смысл мне потом задавать ей вопросы по «Глобусу»? Я такая: «Извините, пожалуйста, за беспокойство». Я ее сама прервала. Что мне заказчик зарубит эту анкету, если я ее буду вытаскивать, что так.

И 18 «У нас был проект по технической конопле»

В курилке, на кухне, конечно, обязательно обсуждаем проекты, респондентов, без этого никак нельзя. У нас был проект по тех-

нической конопле. Проект сложный, многие о ней не знают или: «А, конопля, конечно, мы курим ее». Очень тяжело было. И мы стоим на улице, курим. Выходит к нам супервайзер. А я только пришла, еще не успела сесть. Он такой: «Ну что, на коноплю?» А я: «Да была я на этой конопле, ничего интересного!» И прохожие стали оборачиваться, смотреть. Скажут: «Ничего себе офисное здание, про коноплю разговаривают».

И 19 «Нет, не отстану»

Мы стараемся удержать респондента. Чего мы только не говорим! Мы тут проводили контроль поля. Анкета — всего 4 вопроса. Говорят: «Нет, мне некогда». Я говорю: «Да тут всего 4 вопроса». — «Да сказал же, мне некогда». — «Ну от вас зависит заработная плата этого человека». — «А, ладно, давайте». Потом говоришь, это последний вопрос. — «И все что ли? А то в прошлый раз тоже сказали 10–15 минут, а я проговорил с ней целый час, мы уже и кофе попили, и чай». — «Похоже, замечательно провели время!»

Или тут звонили по автомобильным центрам. Мужчина говорит: «Елена, вы звоните мне в 4-й раз, если я вам не отвечу, вы от меня не отстанете?» — Я говорю: «Нет, не отстану» — «Ну, тогда давайте пообщаемся».

Я уже работаю 8 месяцев. Много видела людей. Скажу, что не все могут работать интервьюером. Мне кажется, что это работа для людей немного старше, за 30, может, даже за 40. Потому что молодежь относится как-то не так. Не считает это за работу. А ведь тут надо работать, звонить, проводить опрос. Чтобы люди тебе дали реальный ответ, ты должен приложить к этому силы и какое-то умение.

И 20–24. «Когда мы задаем вопросы, человек задумывается»

Марина (имя изменено по просьбе интервьюера), 46 лет. Работает интервьюером более двух лет. Окончила техникум, затем институт, прошла обучение на бухгалтерских курсах. Сменила много мест работы, начиная от няни и заканчивая работами по отделке квартир.

И 20 «У меня просто глаза горят»

Я нашла эту работу случайно, как-то зашла в Интернет, на «Авито», набрала объявления по работе. Увидела вакансию, тут же позвонила. Мне говорят: «Приходите, попробуйте, час-два поработайте». Я пришла. «Садитесь, даже ничего не нужно говорить, послушайте». Я рядышком посидела. Потом попробовала сама позвонить — интересно. Ничего люди от тебя не требуют, просто работай, просто общайся. Тут же: «Придете завтра или не придете?» Первые полгода меня спрашивали: «Ну как?» А у меня просто глаза горят: «Нравится». И все, больше слов нет.

И меня привлекло, что здесь подвижный график, его можно менять. Нужен тебе будний день — можно в выходные выйти поработать, а в будни отдохнуть, или нужно тебе с утра что-то сделать — можешь вечером поработать. Сколько можешь, столько работаешь. А потом не можешь — ушел, переключился на другую деятельность.

И 21 «Надо найти равновесие»

В первый год работы пока внедрялась, для меня было важно учиться у других. У тех, кто более опытный. У всех что-то подслушать, узнать, как-то поинтересоваться. Так много чего почерпнула. Когда только начинаешь работать, это все не улавливается, только видишь, что результат другой, хотя все так же делает чело-

век. Непонятно почему. Потом, когда начинаешь какие-то фишки внедрять сам, поражаешься, что результат меняется.

С отказами вначале было сложно, всё время бросали. Думаю, ну ладно, бросают, не буду уговаривать. Поняла, что это выпотрашивает. Им плохо, мне плохо. Бабушка: «Ой, у меня давление поднялось, у меня сердце», — и всё, они не могут. И я немножко подкорректировала свои интонации, не стала насаждать, не стала давить, заставлять человека стараться. Не уговариваю. Не хочет — не хочет, хочет — хочет.

Потом я стала с самого начала озвучивать правила игры: «Я вам обязана зачитать, есть варианты ответа такие-то. Выбирайте, какой подходит». Если оппонент высказывает: «Ой, что попало у вас там!», — этим он говорит, что я в этом не разбираюсь, я этого не понимаю, я думаю на другом языке, мне эти фразы не близки и эти правила меня смущают, я не могу перестроиться. Поэтому я подстраиваюсь под человека в зависимости от того, из какого он региона, сколько ему лет.

У меня вначале с бабушками хорошо получалось, а с молодым поколением — бросают и все. А все потому, что у меня присутствовали в голосе нотации, какие-то нравоучения. У меня просто ребенок уже в последних классах был, и я ее воспитывала, ей объясняла, в позу мэтра становилась. А когда внутри сидит заблуждение: «Ой, ты там вообще. Яйца курицу не учат», — это не замаскируешь, все равно вылезет. И я постаралась от этого уйти. Нужно уважать молодежь, нужно прислушиваться к их мнению. На физическом уровне я даже голову запрокидывала и думала, как я была молодой и легкомысленной. И у меня начало получаться. Более легкий подход должен быть.

Изначально у меня был интерес выслушать человека. Я не знала, как его прервать. А бабушка, допустим, рассуждает, рассуждает, говорит о своем, а потом: «Ой, у меня время кончилось, всё до свидания, не надо перезванивать». Чтобы этого не

было, важно выстроить перво-наперво позицию равнозначности с оппонентом: ты не выше его и не ниже. Если начинаешь заискивать, он начинает тебе объяснять, что он думает. В силу своего опыта, своих каких-то мнений и заблуждений начинает думать, что ты его не понимаешь, раз ты заискиваешь. И он тебе начинает лить воду, по сути. Это неправильно. Выше — начинаешь на него давить, он тоже начинает по-разному себя вести, кто как реагирует на давление. Надо найти это равновесие. Нужно обязательно видеть свою цель, к которой ты стремишься — окончить интервью. И ты всегда взвешиваешь, идешь ты к ней или нет. Закончить с минимальным временем и максимальной эффективностью. Не нарушить все эти правила игры, которые ты задекларировал изначально. И в процессе все-таки дать возможность респонденту выдать то, что он готов выдать.

И 22 «А это другая история»

А последние полгода я в основном со специалистами из разных компаний разговариваю. А это другая история. Брали, например, мы интервью у бухгалтеров, и я заметила, что они очень падки на лесть. Они настолько в этих таблицах, цифрах, что им можно просто сказать: «Будьте любезны», — и человек уже не может отказать, он дальше продолжает. Буквально одна фраза. Я нашла с ними эти тонкости, а сейчас мы с железнодорожниками общаемся, там другая специфика. Там зависит от коллектива, в котором работает человек. Мало того, что у каждого свой опыт получается, плюс у каждого свой возраст, и там настолько все индивидуально, но уловил эту индивидуальность — пошла анкета, отвлекся маленько — упустил. Ведь анкета 20 минут, зачем они будут столько своего рабочего времени тратить? Только покупаешь на то, что это что-то исправит, улучшит, изменит.

Бывает, секретаря невозможно пройти, потому что секретарь думает, что это просто поболтать мы хотим. Как слышали:

«Всероссийский центр изучения общественного мнения» — «Нет, это организация, идите с бабушками общайтесь». Сразу бросают трубки. А если быстренько сказать: «Про РЖД, об удовлетворенности услугами грузовых перевозок». Они сразу думают: «А может, это кому-то и надо, может, кто-то хочет что-то изменить». Начинают соединять, телефоны давать. Там выискиваешь, разыскиваешь, тому позвонил, этому позвонил, они дают телефоны, потом попадешь на этого специалиста.

Это все очень медленно и трудно идет, поэтому целый день сидишь и просто гаснешь. Я сижу 7–8 часов, и у меня получается только 2 целых анкеты. И конечно, сильно выгораешь просто.

И 23 «Это тяжелая работа, нелегкая»

Работа интервьюером сложная и на физическом уровне. Сначала у меня были хондрозы всякие — так я напрягалась, старалась. Многие интервьюеры сидят с поднятыми ногами, потому что от долгого и неправильного сидения икры начинают болеть. Голос может срываться. Например, у ВЦИОМа фразы длинные, дыхания не хватает. Приходится в середине где-то фразы поддыхивать, а легче это сделать ртом — пересыхает горло, пересыхают связки, закашливаешься и так далее. Надо носом. Много разных моментов, которые надо контролировать, а это дополнительные усилия.

В эмоциональном плане это тяжелая работа, нелегкая. Работа выпотрашивает очень. Я очень часто прихожу домой, и у меня затылок отнимается, особенно если несколько дней на одном и том же опросе, особенно если еще постарался и вернулся наизнанку.

И 24 «Важно оттачивать навык рассуждения»

Мне по телефону оппоненты иногда говорят: «Вы знаете, потом смотрят на вас жулики и делают точно так же. Звонят и говорят — Расскажите про себя, — и бабушки рассказывают. Вы по-

нимаете, что вы эту категорию поддерживаете своей работой?» И я понимаю таких людей. Но в то же время я понимаю, что мы даем возможность людям видеть эту грань... где он готов свое мнение сформировать, где он готов дать информацию, а где он, в принципе, имеет право промолчать. Мы ему говорим: «Ты имеешь право, а не то, что тебе позвонили по телефону, с тобой поговорили и раз — душа нараспашку».

Когда мы задаем вопросы, человек задумывается. Это важно. Сам этот механизм, что человек рассуждает — это важно, он оттачивает навык рассуждения.

И25–29. **«При опросе моего личного отношения не должно быть»**

Ольга (имя изменено по просьбе интервьюера), 41 год. Работает интервьюером более трех лет. Ранее работала учителем, очень любит свою профессию.

И 25 «Мне казалось, я в аду!»

Я позвонила по объявлению, сказали: «Приходите». Мне понравился свободный график, оплата не через месяц-полтора, а сразу: сделали проект — получите оплату. Я попробовала, мне понравилось. Поняла, что я здесь задержусь.

Но первые дня три мне казалось, я в аду! Меня в первый же день кто-то обматерил. Я не знала, что я делаю, что я говорю, читаю и сама не слышу. А потом оглянулась по сторонам, ну работают же, все же люди. Думаю: «Чё, меня одну что ли обматерили?» Но мне повезло. Рядом сидела девочка — такая оптимистка! Голос у нее такой, как будто она все время улыба-

ется. И я стала подслушивать и подглядывать за ней. Ей отказали, а она положила трубку и продолжает улыбаться. Я смотрю и удивляюсь: «Ну надо же!» Вот такую помощь мне Бог сразу дал. И всё, я стала так же делать. Да и обматерили меня, наверное, где-то первые два раза, а потом перестали.

С «Дексом» (DEX) удобнее, но... Если раньше у меня был открыт Интернет, мы сидели, разговаривали и просто Enter через каждые 10 секунд нажимали, чтобы номер набирался, то сейчас так уже не получится, звонки идут друг за другом. Было такое: 1,5–2 секунды — и новый звонок. Тут, конечно, тяжело. Бывает нормально, звонок приходит через 5–10 секунд, а бывает, что не успеваешь нажать на паузу, чтобы сходить попить или в туалет. То есть я интервью завершаю, а сама уже держу мышку, чтобы нажать паузу, иначе будет сразу же следующий разговор. И бывает, что не успеваю, приходится проводить интервью и опять сидеть, ждать паузу. Раз, нажала, успела и вышла. Но это я не доглядела, потому что в «Дексе» где-то можно поставить галочку «Выйти в паузу после интервью», такая есть функция.

И 26 «Как сообщающиеся сосуды»

Не часто, но бывают такие дни, когда я много интервью беру. Смотрю по нашей программе, где показывается, кто сколько интервью собрал: и вот у одного человека — два, у другого — три, а по часам вижу, что они давно сидят. А у меня, например, восемь, то есть значительно больше. И понимаешь, что мне восемь человек ответили, а им почему-то отказывают. Но я не считаю это полностью своей заслугой, потому что это же как сообщающиеся сосуды, если этот звонок, где мне сейчас откажут, пришел на меня, значит, другому придет другой, и он будет с ним беседовать. Один день у кого-то хорошо, другой — у него же плохо. Единственное, есть такое, что интервьюер может уговорить тоном, голосом, тогда люди будут беседовать.

И 27 «Разговариваю доброжелательно»

Очень много респондентов, которые как начнут ля-ля-ля, а я-то понимаю, что опрос рассчитан на 30 минут. На пятой минуте они будут ля-ля-ля, а когда на двадцатой? А я еще и половины не прошла, потому что он там ля-ля-ля, они сами же и положат трубку: «Ой, все, давайте, мне больше некогда». Поэтому приходится темп держать и возвращать в разговор.

Я разговаривала с молодым человеком как-то. У него недружелюбный был тон, резко ответил, но согласился. Я спрашиваю: «Скажите, пожалуйста, как вас зовут?» — «Царь». — «Так и записать?» — «Да, так и пишите». Где-то в первой трети анкеты я слышала по его голосу, что он еще недоволен, а потом где-то в середине и в конце я уже слышу, что он стал доброжелательным, ему все понравилось и он отвечает с удовольствием, высказывает свое мнение. Мне было приятно, что разговаривая со мной, человек отошел. Первое правило — не надо принимать на свой счет: он не мне это все говорит, он говорит так в силу каких-то своих причин. А потом, он говорит раздраженно, но я ему спокойно зачитываю следующий вопрос, абсолютно спокойно задаю наводящие вопросы. И стала замечать, что он уже и понимает, что я работу свою выполняю, а не по прихоти своей с ним разговариваю.

Раньше было так: если у человека плохое настроение, то разговора не получится. Но это я так себя вела. Не хотите, ну и не хотите, и все. А сейчас изменилось: уже много раз было, когда человек не в настроении, но все равно отвечал до конца. Должен быть свой внутренний настрой. Нужно себя отключать от его эмоций. У меня стало получаться отстраняться, я разговариваю доброжелательно, вежливо, но отстраненно.

Конечно, я по-другому общаюсь по телефону в обычной жизни. Это же совсем разные вещи! С кем я разговариваю по телефону? Я разговариваю со своими подругами, со своими родственниками. Это отношения, это другое. А при опросе моего

личного не должно быть, моего личного доброго отношения, моего личного теплого настроения, мои недовольства или радости, — этого же всего не должно быть. Поэтому здесь немножко сдержанно, холодно, и в то же время вежливо, доброжелательно.

И 28 «Просто не удержалась»

А как-то звонили в Москву. И как раз перед этим была инструкция, что никаких своих эмоций не выражать. И вот отвечает один мужчина, не помню точно, как был поставлен вопрос, но что-то про работу: «Нравится ли вам работать». И вот он ответил: «Конечно, нравится, вы не представляете, сейчас столько народу умирает!» Я такая: «Как?» И он с таким восторгом об этом говорил, потому что он руководитель какого-то похоронного бюро, и все эти похороны организывает. И он не хотел покрасоваться или еще что, он так искренне это говорил. Я как услышала да как воскликнула: «О ужас, какой ужас!» — просто не удержалась. Он был в восторге от того, что люди мрут. «Мы столько денег сейчас зарабатываем, вы себе не представляете!» А потом были вопросы «Нравится ли вам, как украшен город?» — «Ерунда, у нас здесь красивее на кладбище». — «Нравится ли вам музыка?», там какие-то прошли музыкальные фестивали, — «У нас здесь все круто, вы приезжайте, посмотрите».

И 29 «Зачем телефон записала — не знаю»

Разговаривала как-то с женщиной из Красноярска, даже телефон себе записала. Всю жизнь отработал, и так получилось, что за несколько лет до пенсии произошло что-то со здоровьем, что-то с бедром, с суставом. Лечение, операция оказалась очень дорогой. И ему ни его предприятие не помогло, ни государство, и получилось, что он полностью инвалидом стал, не может выполнять никакую работу, даже сидячую типа охранника. Работы не нашлось, а пенсию начислили тысяч шесть, и жена безработная.

И я слушаю это все, и у меня слезы накатывают. Ну, я не ревела, может, вытерла слезы, потом вышла, воды попила, постаралась успокоиться и дальше пошла звонить. А зачем телефон записала, даже не знаю. Может, мне казалось, что смогу ему чем-то помочь. Но я ему не звонила больше.

Еще был случай, когда записала телефон респондента. Говорила с поэтом. Он мне назвал свою фамилию и имя. Я сразу в «Гугл» — есть такой, но я правда не знаю, он или нет. Так он мне стихи читал, а сам водку пил. Потом он напился и не ответил до конца, а полтора часа потратил.

И30–34. **«Хотелось работать с людьми»**

Георгий Кузьмин, 44 года, окончил железнодорожный техникум. Работал электромехаником на железной дороге, потом перешел в электрические сети. Заочно окончил институт по экономической специальности. Последние два года работает интервьюером по совместительству.

И 30 «Я не устаю от работы интервьюером»

Я проработал больше 10 лет электриком. Но потом моя продвинутая знакомая как-то сказала: «Как можно работать на работе, которая тебе не нравится?» И что-то эта мысль засела у меня в голове. Сколько я уже отработал на этой работе, которая не давала мне необходимого выхлопа?! Хотелось работать с людьми. И я пошел в риелторство. Мне там нравилось работать, я не много денег заработал, но много приобрел в плане общения с людьми. Через полгода я ушел из риелторства, потому что понял, что успехи будут не скоро, а зарабатывать и кормить семью надо уже сейчас. Я снова вернулся к работе электрика. Но об-

щения с людьми мне не хватало, поэтому нашел подработку в качестве интервьюера. Получается, я работаю на подстанции, два через два, и в свободные дни подрабатываю интервьюером. Выходные мне не нужны, я не устаю от работы интервьюером.

И 31 «Это закон природы»

Женщин среди интервьюеров больше. Потому что их просто больше. По телефону мужчин для опроса не найти! А так, во-первых, низкий уровень заработка, мужчины хотят зарплаты выше. Во-вторых, не все мужчины такие общительные, как женщины, это женщины — балаболки, у них язык без костей. Но, конечно, женщинам всегда приятно с мужчиной говорить, а мужчине с женщиной, ну, это закон природы. Был такой случай. Общался с парнем молодым, и вдруг он: «Все, не буду больше, надоело». А я ему: «Давайте мы вам перезвоним, у нас есть девушки-интервьюеры». И он: «А, ладно, да, да, перезвоните тогда». Особенно молодежь с удовольствием с девушками общается, а тем более по голосу нельзя понять возраст: бывает, женщине уже 50, а голос звонкий, и респондент думает, что разговаривает с молодой девушкой.

И 32 «Люди разные бывают»

Раскрою небольшой секрет — интервьюер должен вести анкету. Если ты будешь респондента постоянно выслушивать, давать время на отвлеченные разговоры, то он уже поведет интервью, а не ты. Если только дал ему эту возможность, то он будет тебя заводить в дебри, а потом еще и бросит на середине анкеты. Если человеку не давать возможности вставлять лишних слов, тогда у него не будет времени подумать, что ты мошенник или еще что-то. Он видит, что человек по существу задает вопросы, и он будет стараться по существу на них отвечать.

Мы спокойно относимся к отказам. Кто давно работает, просто не воспринимает всерьез неадекватность людей. Если

человек высказал какую-то эмоцию, зачем принимать близко к сердцу? Да и процент таких людей небольшой. Большей частью люди отзывчивые, приятные. Ты с ними пообщаешься, время отнимешь, а они тебе еще и спасибо скажут! Вот проводили опрос про жизненное, про ЖКХ. И у меня мужчина вроде не хотел отвечать, но потом все высказал, еще и от себя добавил, а в конце сказал: «Фух, хоть от души отлегло!» Он рад был, что есть еще люди, готовые это всё выслушивать. Ты тоже получаешь положительные эмоции. Особенно если попадаются люди интеллектуальные, с ними одно удовольствие разговаривать. Бывает, что между строк тебя понимают, нам же нельзя много лишнего говорить, а он интонацией подчеркивает, что понимает тебя. Это приятно.

Но какие-то отдельные случаи с респондентами уже сложно вспомнить, они сливаются в одно. Был такой случай. В основном, если ты с человеком проговорил минут 10 и если его не выдернут, то он с тобой договорит, потому что ты уже в расположение вошел к нему, в доверие. А тут человек со мной проговорил полчаса и положил трубку, не дошел до конца анкеты. Конечно, я расстроился, ну как так? Люди разные бывают. Это просто такой человек попался, нету у него той ответственности. Он просто устал, ему надоело, и он не задумывается. Обычно люди видят, что ты волнуешься, что ты стараешься, поэтому стараются помочь. Частенько было: «Да вы не волнуйтесь, я дойду с вами до конца!»

И 33 «А я тоже хотел продолжить»

Была у меня двоякая ситуация как-то. Женщина сначала сказала одно, а потом исправила мнение на другое. Но по нашим правилам, раз она уже сказала, что относится к определенной категории, то надо без раздумий завершать эту анкету. А так как она хотела продолжить анкету, то она изменила ответ. А я тоже хотел продолжить, поэтому я и продолжил. И эту анкету как раз проверили и отбраковали.

И 34 «Нельзя приглашать неквалифицированных людей»

Надо обязательно отбирать интервьюеров, обучать их. Мы же общаемся с людьми, и мы или раздражаем общество, или меняем своей добротой, своей положительностью, своей речью. Нельзя приглашать неквалифицированных людей со стороны, вот просто так.

Интервьюер должен понимать психологию человека, иметь какую-то базу. Интервьюер также должен знать и уметь донести до респондента все вещи, связанные с опросом. Он должен без лишних деталей донести — что это, как это, с чем это, потому что люди спрашивают, людям интересно, и если он не может им ответить... «Раз вам сказать нечего на мои вопросы, то о чем я могу с вами разговаривать?» Сейчас требуют от интервьюера такой раскрытый ответ! По каждой теме ты должен знать. «А ну-ка, здесь поясните», «А если ты не знаешь, то что ж ты опрашиваешь? Дайте мне того человека, который знает, я с ним буду разговаривать».

**И 35–39. «Я пришла на работу —
я приняла условия игры»**

Ольга Пойкина, 58 лет. Всю жизнь проработала инженером на заводе. Работает интервьюером около двух лет. Работает по свободному графику, 4–5 дней в неделю по 8–10 часов.

**И 35 «Я с удивлением поняла,
что довела эту первую анкету до конца»**

На пенсии начала толстеть и глупеть. Сидеть дома реально скучно. Мы рано выходим на пенсию, у нас возраст еще достаточно энергичный. Поэтому пошла искать работу. Ну и мне понравились

опросы, потому что там много социологических опросов и общественно-политических так называемых.

Я даже не помню, как первый рабочий день прошел! Ярких впечатлений не было. Я проработала пять часов. Потом я чувствовала себя не усталой, но такой вот напряженной, просто потому что непривычно. А еще опрос был такой дубоватенький, там были таблички по 15 или 20 строк. Это просто тяжело воспринимать на слух. Но я с удивлением поняла, что довела эту первую анкету до конца.

Сейчас я работаю по 5 дней, стараюсь по 6–10 часов. Но я не говорю непрерывно 6 или 10 часов. Все равно мы сидим, дожидаемся звонка, мы общаемся. Потом тут свободный режим. Я в любой момент отключилась. Я не курю, но я могу сходить к кофейному автомату кофе попить или просто пройтись, иногда зарядку делаю. И у меня свободный график. Если у меня какие-то проблемы, я звоню и говорю: «Я завтра не могу» или «Послезавтра не могу». Меня вычеркивают, я не обязана это восполнять, но обычно все же отрабатываю. Понимание того, что я в любой момент... не хочу — я не приду, дает определенную свободу.

И 36 «Разные попадают респонденты»

Для меня Москва, Екатеринбург, Новосибирск, Владивосток — это все со столичным синдромом, как я его называю. Столичный синдром: «Мне некогда, извините, некогда». То есть вежливо, но бросают. Даже Поволжье, та же Казань, тоже вроде столица, но там помягче. Опять же в сельской местности все-таки отвечают до конца.

Я люблю военных в опросах. Ой, какие молодцы ребята. Быстро, четко, всё запоминают. Вот пятнадцать штук вариантов перечислил им — отвечают. «Пятый, третий, восьмой, десятый». В Новосибирске люблю опрашивать людей из Академгородка. Тоже очень четкий склад ума, все идет четко без всяких. Потому

что иногда опрашиваешь человека, а он отвечает совершенно нелогично, скажем так. У него своя какая-то логика, которую я не понимаю. Я иногда переспрашиваю, чтобы человек не ошибся. Может, меня не услышал, я неправильно прочитала. Но раз подтверждает, значит, подтверждает.

Разные попадают респонденты. Например, разговаривала с мужчиной. Он явно говорил затрудненно. Я его спрашиваю: «Вам удобно говорить, может быть, перезвонить?» Он говорит: «Нет». Приходилось задавать вопросы, чтобы он отвечал «да» или «нет». Потому что он не мог выговаривать сами слова. Я не знаю, то ли особенность речи. Да, я посчитала, что человек хотел ответить, хотя ему было явно трудно. Или, например, ситуация: разговариваю с женщиной, а она, вероятно, пьющая — по голосу, по ухваткам слышу. Разговаривает, бросать — не бросает. Адекватная такая. Разговариваем, слышу мужские голоса, сплошным матом, она: «Идите отсюда, я тут серьезным делом занимаюсь». И послала их. Говорит: «Извините». Я говорю: «Я ничего не слышала». Она была, не знаю, горда или не горда, может, довольна, тем, что с ней говорят по серьезному и ее мнение важно. И для нее это было важно. Я, во всяком случае, так это поняла.

И 37 «Я не могу ему подсказать, где он живет!»

Заказчики прослушивают какие-то новые проекты, где есть заваyki какие-то. Здесь надо полностью прочитать, здесь через раз, а здесь зачитывать нельзя вообще, что сказал, то и записал. И вот эти вещи иногда даже при опыте работы забываешь. У меня только один штраф был. В анкете в вопросах с «Затрудняюсь ответить» написано: то зачитывать, то не зачитывать. И вот в одном вопросе не надо было зачитывать. А я на автомате читаю: «Или затр...ой, извините». А респондент сразу: «Затрудняюсь ответить». И мне не оплатили эту анкету. Да, реально я подсказала, я понимаю. То есть я на это не обиделась.

Еще был случай, спрашиваю: «В каком регионе проживаете?» Мне говорят: «Владивосток, Приморский край». — «А в каком городе Приморского края вы проживаете? Отметить Владивосток?» И мне было замечание, правда, без санкций, что «вы подсказали». Ну что значит подсказала? Я не могу ему подсказать, где он живет!

Был опрос по планшетах, по Интернету, по всяким компьютерным штучкам и по телевизорам — я его долго помнить буду. Я, пройдя через толпу этих анкет, стала четко понимать, что такое браузер, мессенджер и прочее. Но опять, вот попался человек 70 лет, он, правда, какой-то писатель, электронной почтой пользуется. Он говорит: «Я не пользуюсь мессенджерами, пользуюсь скайпом». И что с ним делать? Реально я до этого не знала, что скайп называется общим словом мессенджер. И мне пришло замечание. Ребята, но либо я должна объяснить, что это такое, либо... А объяснять нельзя. Что назвал, то и отметил.

Но меня не раздражают эти требования. У меня такое отношение — вот я пришла на работу, я приняла условия игры, я должна зачитать вопросы, выслушать ответы. В каких-то вопросах я ничего не поясняю — как понял, пусть так и отвечает. Если я вижу, слышу, чувствую, что он не понимает вопроса, я ему хоть пять раз повторю.

И 38 «Женщины начинают нервничать, мужчинам надоедает»

15–20 минут — самый такой вариант. Потому что если больше, респондент устает. Не только пожилой, любой. Если анкета интересная — да, тогда пойдет. Если это вопросы про магазины и прочее, больше 15 минут не выдерживают, некоторые женщины начинают нервничать, мужчинам надоедает.

Я стараюсь сказать правду о длительности анкеты, если стоит пятнадцать минут, я говорю: «Пятнадцать — двадцать». Если там десять: «Десять — пятнадцать», приблизительно.

Но опять, получается так: кто хочет ответить, тот отвечает, не смотря ни на что. Иногда: «Вы мне сказали: „Двадцать минут“». Я говорю: «Мы с вами обсуждаем каждый вопрос, поэтому вместо нескольких секунд уходит...» — «А, ну ладно, пошлите дальше».

И 39 «Я предлагаю сотрудничество»

Конечно, отказы влияют на настроение. Если сидишь целый день, настроение-то портится, это однозначно. Но то, что там матерятся, посылают, оно меня не касается. Они не меня посылают, они вот кого-то там неведомого посылают. Кто-то им, наверное, нахамил, вот они его и посылают — досталось мне, ладно, переживу. Но опять, у меня, может быть, характер такой. Мой респондент от меня не уйдет, он все равно мне ответит. Ну не сегодня, так завтра.

Но я, бывает, и настаиваю. У меня такая была ситуация, звоню в какую-то область, взял трубку мужчина: «Здравствуйте. Я передам жене». Я ей говорю: «Вы понимаете, мы всех женщин уже опросили, теперь нужно опросить мужчин, а они такие ленивые и ничего не хотят». Она его пригнала и стояла над ним, пока он мне не ответил на все вопросы. Иногда из разговора с человеком понимаешь, что его, может быть, не стоит убеждать сейчас. Я в таких случаях спрашиваю, можно ли перезвонить, и больше чем в 50% мне говорят: «Да, лучше перезвоните завтра!» Потому что бывает ведь настроение, когда не хочешь ни о чем разговаривать. Поэтому убеждать, бывает, убеждаю, но в то же время не пытаюсь заставлять, потому что я сама не люблю, когда меня заставляют. Я предлагаю сотрудничество, хочешь — принимаешь, не хочешь — не надо. Но когда у нас заканчиваются квоты, тогда дар убеждения пробуждается: «Нам на самом деле важно, анкета достаточно короткая, может быть, она вам покажется интересной. Вы нам очень подходите». Конечно, он в любой момент может положить трубку, хотя, как правило, трубку в таких случаях очень редко кладут.

И 40–43. «Мне очень нравится здесь работать, это моё»

Шолпан Рщанова, 37 лет. Получила высшее филологическое образование. В 2013 году открыла свой небольшой бизнес по продаже одежды, но вынуждена была закрыть его в 2015 году из-за поднявшегося курса доллара. Интервьюером работает на постоянной основе. Занимает первые места в рейтинге интервьюеров.

И 40 «Не всем дано работать интервьюером»

Мне очень нравится здесь работать, это мое. Нравится, что разные темы. Мне интересно выслушивать людей, кто как думает; понимать, затрагивает ли их эта тема или нет. Да и мы сами постоянно новое узнаем. Интервьюер — это человек любознательный, эмоциональный, заинтересованный. Очень многим интересно услышать мнение людей.

Не всем дано работать интервьюером. Я пригласила на работу нескольких человек. И некоторые просто не смогли. Говорят: «Знаешь, это не мое. Я не могу, когда мне постоянно отказывают». Я сама-то спокойно отношусь к отказам. Я человек — оптимист. И если мне скажут на проводе «нет», я пойму этого человека, может быть, ему некогда. И даже если мне десять раз скажут «нет» — найду того, кто скажет «да».

Был у нас мальчик, лет ему 20 где-то. И ему попался сложный проект, там были квоты жесткие, и он не мог ничего выполнить. И вот стоит он возле супервайзера и не знает, что делать, уходить или взяться за эту работу. Я пошла с ним поговорила, настроила его оптимистически. Через 2 дня все удивлялись, как он хорошо ведет интервью, с хорошим настроением, с оптимизмом! А это я с ним поговорила.

И 41 «Заказчики не прислушиваются к нам»

Мне не нравится, когда плохо составлена анкета — это вызывает раздражение. В некоторых анкетах даже приветствие написано неправильно. Вот, например, сейчас проект. Мы в приветствии говорим, что нам в первую очередь нужны мужчины. И если подходит женщина к телефону, то она сразу говорит «нет» и бросает трубку, не дослушав. А дальше в приветствии идет «А не могли бы **вы** поучаствовать». Ну это неправильно! Мы так много людей теряем. И заказчики не прислушиваются к нам — только один раз я помню, когда они переделали. Но в основном, так и оставляют анкету, как составили. Они считают, что это грамотно, что это правильно. Хотя мы же ведем интервью! И мы слушаем, как человек реагирует.

Вот в прошлом году у нас были ВЦИОМовские проекты. Они были интересные, и анкеты были хорошо составлены, и люди охотно соглашались. Но вот последний проект у ВЦИОМа был очень плохой, он был неинтересным, был плохо составлен.

Заказчики много штрафуют, если что-то не зачитываешь или пропускаешь. У меня было на проекте ФОМа, когда я не зачитывала последнее предложение, даже сейчас не помню какое, но почему-то оно мне не нравилось. А для заказчика это было важно. Пусть я буду не согласна с некоторыми моментами, но если для них это важно настолько, что можно поставить брак, значит, надо исполнять их условия.

Когда подходит конец проекта, начинаются уже квоты. Приходится искать нужных респондентов, а искать можно долго, — и два, и три часа. И соответственно у меня этот час-два уходит просто в никуда, не оплачивается. Но я, если не идет, не вижу смысла сидеть. Я начинаю говорить: «Давайте пересадите меня на другой проект, либо включите базу, шевелитесь». Это зависит не только от нас, но и от базы, от заказчика. Пускай заказчик тоже шевелится, чтобы мы шевелились.

И 42 «Обманул кого-то, обманул себя»

У нас был тяжелый проект. И осталось сделать последние 40 анкет, уже последние возрастные квоты. И мы сидим все, ищем, ищем, ищем. И тут мы смотрим, по статистике в этот день на первом месте по сбору анкет оказался молодой студент. Я понимаю, когда на первом месте опытный интервьюер, а здесь молодой человек, которого никто не знает. Он сделал уже 5 анкет, хотя мы все сделали только по 2. Сидим, удивляемся. Уже остается буквально 3 анкеты взять. Мы подходим к супервайзеру и спрашиваем: «Кто это у нас такой молодец? Студент-то вот этот 5 анкет сделал». Она говорит: «Сейчас проверю». И оказалось, что все эти 5 анкет он не прошел, а сразу завершил, они там по 2 минуты длились. Вот был такой курьез нехороший.

Обманывать нельзя. У нас в семье так: ты обманул кого-то, ты обманул себя. Респондентам, когда они спрашивают о длительности анкеты, мы говорим среднее, 20–25 минут. Но может быть у нас получится и за 20 минут, смотря как я буду зачитывать и смотря как респондент будет понимать. Поэтому если анкета на 30 минут, то если человек быстро вникает и быстро отвечает, мы можем с ним и за 20 минут ее закончить, поэтому здесь уже как бы и нет обмана.

И 43 «И в конце она меня поблагодарила»

Я люблю звонить на Север в Чукотку. Они там такие добрые, вот чувствуется, что тебе уделят время и с тобой поговорят, и мнение свое выскажут. Люблю разговаривать с людьми от 29, даже можно от 34 лет. Только не 18–24 года, потому что у них нет такой ответственности, довести анкету до конца, они могут в любой момент бросить, если им неинтересно.

Один наш интервьюер начал опрос с девушкой. И она говорит: «Вот пока я буду идти, буду разговаривать». И вот она ехала, шла, и пока она вплотную не дошла до работы, она раз-

говаривала с этим интервьюером. И у меня был тот же самый случай. Женщина согласилась, но сказала, что едет в транспорте. Она говорит: «Пока я дойду до работы, вы со мной разговаривайте». И в конце она меня поблагодарила, что я ее развлекла. Говорит: «Вот спасибо, и я дошла, и вам помогла».

И 44–48. **«Анкеты даются потом, большим трудом»**

Наталья Семенова, 63 года. Работает интервьюером более четырех лет. В звонковом центре у нее одна из самых высоких загрузок. Ранее работала на нефтехимическом заводе.

И 44 «Интервьюер — это низкооплачиваемая работа»

Кто-то говорил, что работает интервьюером, потому что нравится общаться? Но извините, мне нравится общаться с людьми, которые со мной хотят общаться. Зачем мне навязывать свое общение? Такое общение достаточно тяжелое, поэтому я не скажу, что я работаю, потому что мне нравится общаться, но я нахожу в этой работе точку приложения своих творческих усилий.

Интервьюер — это же низкооплачиваемая работа, требований никаких, люди приходят с улицы, и всех берут. Это неправильно. Интервьюер должен уметь общаться, располагать к себе людей, тонко чувствовать людей. В каждой анкете ищешь пути, чтобы как-то достучаться до человека, чтобы он эту анкету с тобой все-таки провел. Интервьюер должен обладать широким кругозором, потому что респондент априори считает, что ты знаешь больше него, а если ты обнаруживаешь незнание, он сразу теряет к тебе интерес.

И 45 «У меня часто вопросы к анкете»

Анкеты даются потом, большим трудом. Ты врываешься человеку в личное пространство, неизвестно откуда, неизвестно кто. Одна и та же анкета предлагается людям разных возрастов, разного образования. И мы обязаны зачитать от и до независимо от респондента, не учитывая какие-то элементы психологии, ничего, как попугай. Заказчики нас сильно ограничивают в творчестве в этом плане.

У меня часто вопросы к анкете по поводу ее построения, логики, самих вопросов. Вопросы очень громоздкие, постоянно сложноподчиненные предложения, сложные слова, термины, которые не объясняются, а человек это воспринимает на слух. Люди не понимают, о чем речь, не знают этого, они хотят как-то разобраться, а ты не имеешь права ничего лишнего сказать, должен упорно говорить именно теми словами, которые написаны. Тогда они, чтобы как-то от тебя отвязаться, начинают просто давать формальные ответы, некоторые просто кидают трубку. И тогда зачем этот опрос проводить, какой результат хотят получить социологи? Непонятно тогда, зачем проводить такой опрос.

У заказчиков свои подходы, которые не стыкуются с нашими.

И 46 «Но это никого не интересует, пусть он бросает»

Первое время я творчески подходила к анкете, пыталась какие-то замечания свои давать. Но потом поняла бесперспективность этого занятия. Просто большинство предложений отклоняется, может быть, не хотят лишний раз что-то править. Например, ВЦИОМу это просто неинтересно.

Мне недавно поставили грубую ошибку. В анкете сначала была серия вопросов про сотовые телефоны, а потом через какое-то время вопрос: «Есть ли у вас телефон?» На том конце

провода было какое-то замешательство, близкое к тому, что человек сейчас или вспылит, или бросит трубу — мы с ним полчаса говорили про эти телефоны. Он, наверное, меня за последнюю идиотку принял. И я сказала: «А да, вы уже сказали, что у вас есть». И мне вменили грубейшую ошибку, такой криминал. Но зачем они поставили этот вопрос, зачем лишний раз раздражать респондента? Я услышала по его реакции, что он стал раздражаться: он мне об этом уже говорил, а я как будто не помню. А если бы я не сказала так, то не факт, что человек не бросил бы эту анкету. Но это никого не интересует, пусть он бросает. Даже не знаю, может быть у вас такая цель? Чем я больше работаю, тем у меня больше возникают такого рода вопросы. Какой результат хотят получить люди? Они хотят получить истинное мнение или вообще никакого мнения не хотят получить? Человек настроен с нами разговаривать, когда мы понимаем его, участвуем в беседе, а не разговариваем как автоматы.

Конечный результат хорошей анкеты — это творчество. Ты сглаживаешь шероховатости, иной раз повторишь, сакцентируешь на чем-то внимание. Если можно, обратите на нас внимание, что мы тоже живые люди.

И47 «Я со многими разговаривала»

Люди хотят отвечать на вопросы, которые они считают важными, какие-то значимые. На пустые темы люди не хотят говорить. Молодые не хотят о политике говорить, но с удовольствием принимают участие в маркетинговых опросах.

Очень много молодых людей, которые не могут связать двух слов. Сидят в интернете больше 4 часов, ни о чем не знают. Есть у ВЦИОМа вопрос: «Назовите события, которые вам запомнились». Люди вообще не знают никаких событий. Но мы всё отмечаем, какой бы бред человек ни говорил, как бы нелогично ни отвечал. Иной раз проведешь интервью и думаешь: «А кому

нужна эта анкета с таким неадекватным человеком?» — И сомневаешься, засчитывать ее или не стоит. Думаешь: «А ты имел право разговаривать с таким неадекватным человеком?»

Женщины более искренние, мужчины более трусоваты. Мужчины в политических опросах свое мнение зачастую боятся высказывать, то есть начинают юлить, конкретно не отвечать.

Есть люди интересные, которые готовы и хотят говорить, но их становится все меньше. Я со многими разговаривала — с докторами наук, писателями, был даже начальник в «Газпроме». Как-то раз позвонила в тюрьму, разговаривала с уголовником. Много было разговоров весьма душевных, люди приглашают в гости, называют адреса. Мне очень нравится разговаривать с москвичами коренными, они интеллигентные, даже молодые, они соглашаются и доводят анкеты до конца.

И 48 «Узнаёшь настроения людей в обществе»

Люди сейчас не хотят говорить о политике, их отталкивает фраза «опрос о политической ситуации». Потому что сейчас ситуация в обществе достаточно тревожная. Люди устали от политики, люди хотят просто жить. Эта работа и привлекает тем, что ты узнаешь настроения людей в обществе. Если еще буквально год назад люди обожали Путина, то сейчас часто говорят: «Я уже не могу видеть его физиономию по телевизору».

Я всю официальную информацию воспринимаю в свете вот этой, реальной. Информация по телевизору подается так, как она выгодна власти предрежащим. Там не врут, а просто ее подают под другим углом, может, масштабы преуменьшены, какие-то проблемы не озвучивают, просто неполную картину дают.

Я ощущаю полезность этой работы для страны в целом. Я вижу какие-то тревожные звоночки, которые недооцениваются нашим правительством. Люди сейчас очень возмущены экономическим положением. Еще год назад выманить у человека, что

он плохо живет, было нереально, не признавался. А сейчас он признается, что плохо и даже очень плохо живет. Это до какой степени надо довести людей, чтобы они признались в этом?

Я надеюсь, что власть предержавшие как-то реагируют на результаты и сделают все, чтобы сохранить страну. Если руководители страны не прислушиваются к опросам, то они сами рубят под собой сук. Они же должны понимать настроения в обществе, чтобы хотя бы самосохраниться. Должны определять точки кипения, когда уже может взорваться: пока еще терпят, еще терпят, еще немножко потерпят.

И49–53. «Я люблю респондентов... но не всех!»

Евгений Шуров, 46 лет. Работает интервьюером почти два года. 25 лет проработал мастером на железной дороге. Периодически подрабатывает в других местах.

И49 «Да и много узнаёшь!»

Первый день работы в центре у меня был в какой-то прострации. Пришел, посадили, и я начал. И как-то понравилось ... потом показалось тяжело ... потом непонятно ... Эти 4 часа моей смены пролетели как-то незаметно. Но втянулся.

Мне очень нравится здесь работать. Мне нравится общаться. Да и много узнаёшь! Хотя мне уже не 15–16 лет. Нравится, когда общаешься о жизни, о положении в стране. Очень нравятся проекты ВЦИОМ. Но я вначале-то и не знал, что это за организации такие ВЦИОМ, ФОМ. Слышал, там, рядом называли их, а я думал, что за ВЦИОМ, что за ФОМ?

У нас были проекты об антикризисных мерах, о либеральных ценностях. И вот когда в своем круге общаешься, не столько

много мнений. А когда разговариваешь с людьми, очень много разных мнений, и ты уже сам где-то понимаешь по-другому. Обогащаешься. Иногда что-то попадает, что ты сам никогда об этом не слышал, думаешь: «Ё-мое, в таком возрасте, а таких простых вещей не знаешь!»

И 50 «Не любишь тех, кто тебя посылает»

Первое время я тяжело воспринимал грубые отказы. После того, как со мной грубо поразговаривали, я выходил в коридор и ходил минутки две, отходил. Но потом себя уже настраиваешь: «Ну что такого, так разговаривает каждый десятый, если близко все принимать, то просто сгоришь». И потом я стал лояльно к этому относиться. Если человек начинает грубить, я просто кладу трубку. Но некоторым прям хочется ответить! Когда он не дослушал, что ты хочешь сказать, бросает трубку, думаешь: «Ну почему же такой человек некультурный? Я тебе позвонил, сказал „здравствуйте“, то есть пожелал здоровья, ну скажи ты в ответ „здравствуйте“, послушай, что я тебе хочу сказать, я же не 20 минут зачитываю приветствие».

У меня был один такой факт, что я перезвонил респонденту и высказал ему, что он был не прав. Он не дал мне представиться и договорить тему и начал нас всех покрывать: да вы такие, да вы собаки, да вы продались. Все лил, изливал — буквально, может, минуту это продолжалось. Я не успел ему слово сказать, он бросил трубку. И я ему перезвонил. Говорю: «Ну что, вы излили свою злобу на меня? Успокоились?» — «Да» — «Мы вообще-то звоним для того, чтобы ...» — И он такой: «Ладно, извините, что я на вас так накричал, но я все равно не буду разговаривать».

Я люблю респондентов...но не всех! Любишь тех, кто с тобой разговаривает. Не любишь тех, кто тебя посылает, но это уже в процессе общения, а изначально всех любишь. Идешь на проект и думаешь, вот сейчас поговоришь с людьми...

Мне врезался один случай. Я разговаривал с женщиной, она уже в возрасте, инвалид, где-то за 60 ей было. И мы больше половины анкеты прошли, и она начала ко мне обращаться уже «да, деточка», «да, сыночек». Уже в конце, когда мы стали прощаться, она мне: «Да ты, если что звони, да я тебе помогу, да если денег нужно будет занять, я тебе займу».

И 51 «А почему не хотите высказать свое мнение?»

Интервьюером может не каждый работать. Это зависит от склада характера человека. Если человек накапливает весь негатив, то ему будет тяжело, если он не сможет это как-то скидывать. Или если человек изначально ко всем негативно относится. Конечно, один из факторов — это речь. Возможно, для этой работы и не нужно высшее образование, но желательно хотя бы среднее профессиональное. Нужен развитый кругозор.

Интервьюера надо обучать четкому ведению анкеты, чтобы зачитывать только то, что написано, ничего от себя. Потому что из-за этого много бракуют анкет. И получается, что остальные — кто давно работает — тоже оказываются не в почете, то есть общее лицо интервьюеров и компании падает. Потом надо обучать удержанию респондента, работе с претензиями.

Иногда позвонишь: «Да нет, да некогда, да позвоните кому-нибудь другому». Я говорю: «А почему вы не хотите высказать свое мнение?» — «Да что мое мнение, кому оно нужно?» — Я говорю: «Ну ваше мнение, если оно одно, может быть, и никому, а если их будет 10–15–20? Вот веник, если один прутик вы сломаете, то весь веник вы не переломаете». И все — мы начали с ней разговаривать. И уже в конце она мне говорит: «Спасибо вам, уговорили меня, мне даже было интересно». Какие-то вопросы были, что она говорила: «О, вот это мне надо на заметочку взять».

И 52 «У нас не фабрикуют»

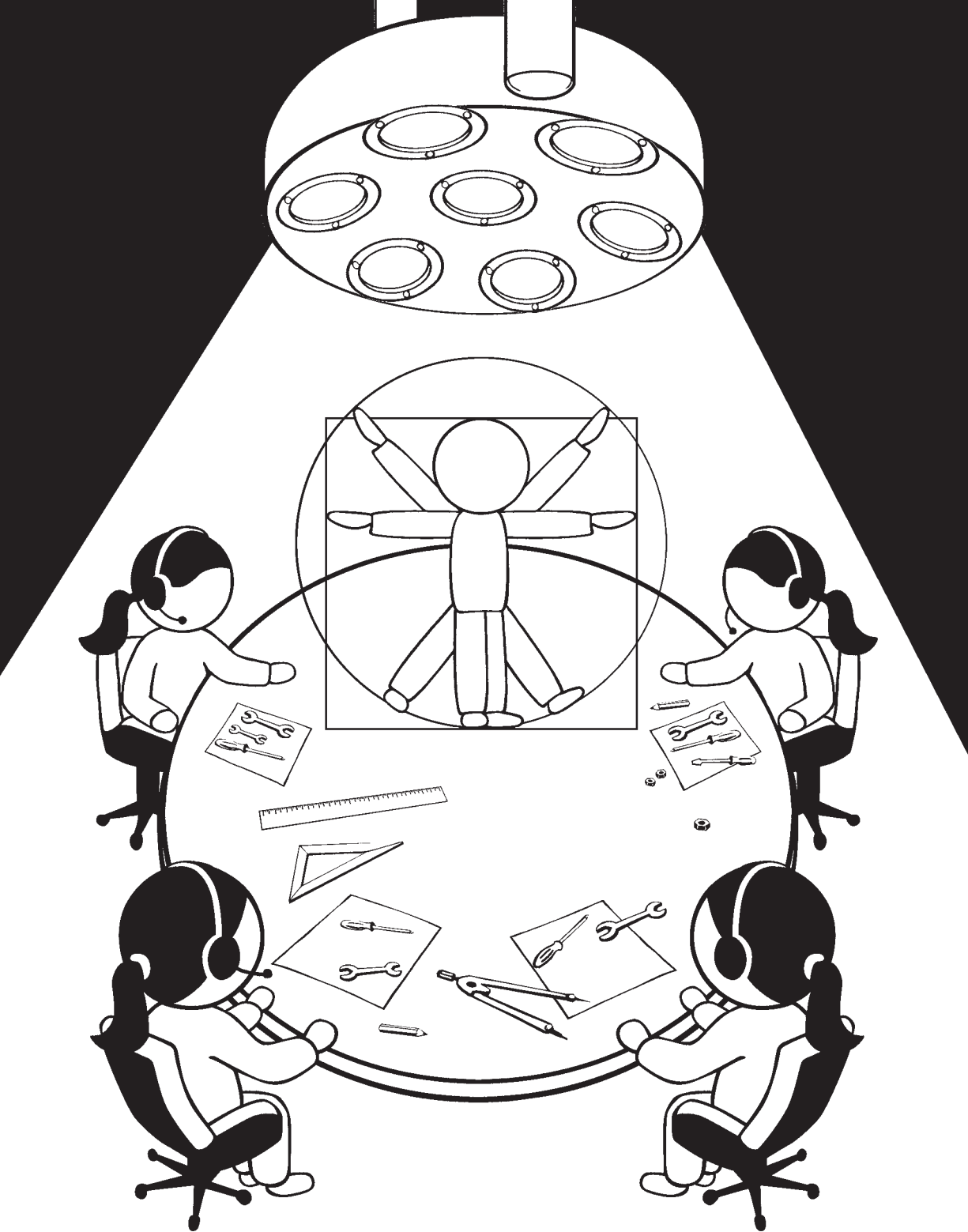
У нас не фабрикуют. Хотя это можно. У нас была одна такая девушка. Мы опрашивали организации, и там нужно было, чтобы в компании было больше 12 человек, а ей говорили, например, 6–8 человек, но она ставила больше 12. И это была не одна анкета, а пять-шесть. Не знаю, чем она руководствовалась, но когда супервайзеры прослушали, то ее просто уволили. Ну зачем? Да, ты понимаешь, что не можешь сейчас сделать эту анкету, человек не подходит, но лучше подождать и сделать ее нормально, а не быть потом опозоренным и уволенным вот так.

И 53 «Разные анкеты бывают»

Разные анкеты бывают, бывают очень тяжелые. Мы вот разговаривали с предпринимателями, и там такие вопросы, которые ты читаешь и сам их не понимаешь. Для них-то понятно, а для тебя это очень тяжело, когда тебя человек переспрашивает, а ты не можешь даже развернуть. Я читал некоторые варианты ответов на вопросы и не представлял, что это такое. Так что, к чему сам ближе, то и легче. Допустим, опрашивали мы про автомобили — для меня это вообще легко! Для женщин — было тяжело, ну не знают они, что такое кикдаун!

Или был случай. Разговаривал с женщиной, даже помню, ей было 43 года, звали Натальей. Опрос про продуктовые магазины. Она сказала, что знает определенный магазин. А дальше там была развертка вопросов про этот магазин. И вопросы: «Согласны или не согласны вы со следующими высказываниями?» и пять вопросов. «Первое — в этом магазине можно купить дешевые продукты». Она говорит: «Я в нем не была, я не знаю». — «Второе высказывание — про скидки». — «Да я не знаю, я ничего не могу о нем сказать». Я зачитываю ей третье высказывание про этот же магазин. Она говорит: «Да вы заколебали меня этим магазином, я же сказала, что я не знаю», —

и бросает трубку. То есть когда тебе говорят, что $2+2$ это 4, а ты: «А может, $2+2$ это 5?» — Она скажет: «Ты чё, дурак?» — «Да нет, я не дурак. Может, $2+2$ это 6?» — Она скажет: «Да ты дурак!» — Я скажу: «Да, дурак. Может, $2+2$ будет 8?»



IV

Правильные решения (хорошо)

Когда я называю кого-нибудь человеком с хорошим слухом, я говорю не о том, что он хорошо слышит других, а о том, что он умеет вслушиваться в себя. Когда же я называю кого-нибудь человеком с острым зрением, я говорю не о том, что он хорошо видит других, а о том, что он умеет всматриваться в себя.

Чжуан-цзы

Инструкции и стандарты полевой работы описывают идеальный, правильный ход стандартизированного интервью. Предварительно изучив анкету, интервьюер задает вопрос так, как он зафиксирован на бумаге, респондент, не уточняя и не сомневаясь, дает ответ, соответствующий формату анкеты (закрытый или открытый). Ничто не сбивает, не подвергается сомнению, не фальсифицирует стандартизацию.

Такие ситуации не так уж редки, особенно в средах с повышенным дисциплинарным контролем. Получая кредит в банке, заполняя бланки строгой отчетности или оформляя те или иные субсидии, мы склонны не отклоняться от предложенной процедуры. Но чем более свободная и комфортная для разговора среда, тем больше отклонений допускают участники коммуникации. Стандартизированное интервью не ведется в изолированных условиях, оно встроено в мир повседневных взаимодействий. Отклонения и смещения от линейной схемы передачи информации — обыденность массовых опросов, рутинная среда, в которой регистрируется общественное мнение.

Мастерство интервьюера проявляется не тогда, когда все идет намеченным маршрутом, а тогда, когда возникают сбои, неудачи, недоразумения. На такие ситуации сбоев с последующим их ремонтом и следует обращать внимание, если мы хотим выделить хорошие практики, показать профессиональное мастерство полевого интервьюера.

Основные сбои в передаче информации от респондента к интервьюеру связаны, прежде всего, с характеристиками (пол, возраст, образование, социальный статус и т.д.) [Cheron, Hayashi, 2001; McCollum, Boyle, 2005; Sauer, Auspurg, Hunz, Liebig, 2011] и поведением респондента. Он может, например, не понять вопрос, не захотеть на него отвечать, просто выбрать вариант ответа, который не попадает в закрытия, или даже задать ответный вопрос интервьюеру.

Если бы все проблемы с формулировками вопросов можно было свести к одной причине, возможно это было бы слишком большое количество предположений. Мы, задающие вопросы, предполагаем, что люди знают, о чем мы говорим. Мы предполагаем, что их суждения имеют основания. Мы предполагаем, что они понимают вопросы. Мы предполагаем, что их ответы соответствуют тому, что мы спрашиваем.

Зачастую наши предположения не сбываются. Респонденты могли никогда ранее не слышать об интересующем нас предмете. Они могут спутать его с чем-либо другим. Они могут иметь лишь общие представления о нем и не быть способными сформулировать суждение. Даже если они знают предмет, они могут не понять вопрос или дать ответ в неподходящей для нас форме [Payne, 1951, p. 16].

Поведение интервьюера не менее важно. Не случайно столько внимания в методической литературе уделяется эффекту интервьюера, тем или иным характеристикам, действиям, установкам, разделяемым интервьюером и приводящим к ошибкам измерения или отбора [Davis, Couper, Janz, et al, 2010; Jaekle, Lynn, Sinibaldi, Tipping, 2013; Beullens, Loosveldt, 2016; Nedelec, 2017; West, Blom, 2017; Nemeth, Luksander, 2018]. В речевом взаимодействии интервьюер может по-своему объяснять значение вопроса, отпускать комментарии, уточнять ответ. Наконец, стандартизация может ломаться ввиду других обстоятельств: сбой в телефонной связи или недостижимость мест проживания, вмешательство третьих лиц, технические проблемы с анкетой (сбой программного обеспечения), структура анкеты и особенности предыдущих вопросов [Dumitrescu, Martinsson, 2016] и т.д.

Итак, респондент, интервьюер и контекст — три источника ошибок измерения в стандартизированном интервью.

Нас интересует то, как интервьюер справляется с возникающими сбоями, не позволяет им реифицироваться в ошибки

и смещения. Как он поправляет и ремонтирует опросную ситуацию? Какие подбирает для этого средства? Из предложенной четырехкомпонентной схемы (табл. 1, с. 44–45) в ситуации интервью мы регулярно сталкивались с тремя: обеспечением адекватности ответа, сохранением разговора и обеспечением стандартизации. Разберем каждый компонент и покажем приемы и практики успешных интервью в сложных, отклоняющихся от речевой стандартизации ситуаций.

Обеспечение адекватности ответа

Успешное интервью — это искусство¹. Интервьюер — тот же музыкант. Анкета — это партия, которую он должен исполнить

¹ Долгие годы приемы вопрошания воспринимались как искусство, по большей части врожденные навыки и умения, которые, если и приобретаются, то через погружение, копирование, имитацию практик лучших мастеров. Среди методистов наибольшей популярностью пользовалась книга Стенли Пейна «Искусство задавания вопросов» [Payne, 1951]. В ней рассматривались наиболее сложные жизненные ситуации, о которых нужно было поговорить в стандартизированном интервью. Это была первая книга о формулировках вопросов, сложностях составления анкеты, позволяющей интервьюеру проводить опрос. Лишь в 2003 году Нора Шеффер и Стенли Прессер опубликовали большую обзорную статью «Наука задавания вопросов» [Schaeffer, Presser, 2003], которую представили как ответ Пэйну, накопленный за десятилетия экспериментальной практики опыт наблюдений за опросной коммуникацией и, соответственно, рекомендации по формулировкам вопросов. Однако ни эта, ни последующие публикации не смогли снять базовую интуицию, имеющую отношение к стандартизированному интервью. Задавать вопросы — это искусство, рационально объяснить приемы которого не всегда возможно.

дуэтом с респондентом. Задача интервьюера — сделать так, чтобы написанное произведение зазвучало. Он должен быть способен подхватить мелодию с любой ноты, которую возьмет респондент, развить и сделать гармоничным и законченным любое произведение. Эта работа невозможна без таланта, но одного таланта мало. Нужно много упражняться, брать интервью разного вида и тематической наполненности (играть произведения разного стиля, длительности и настроения). Несомненно, это месяцы тренировок, годы игры музыкальных партий, написанных другими людьми. Только когда мастерство будет отточено, он сможет сыграть мелодию с любого аккорда, воспроизвести ее в любое время, сможет справиться с любой импровизацией. Не будем забывать, импровизация требует четкой и основательной подготовки.

Получение информации от респондента — наиболее понятная и хорошо изученная функция стандартизированного интервью. Задача интервьюера — обеспечить получение адекватного ответа (**рис. 1**). Для этого следует задать вопрос так, как он указан в анкете, дать пояснение к вопросу и не выйти за рамки стандартизации, уточнить ответ респондента или зафиксировать его отказ от ответа или возникшее затруднение [Ноэль, 1993; Панина, 2001; Fowler, Mangione, 1990; Fowler, 2004]. Альтернативный вариант — убедить респондента ответить на вопрос, то есть провести успешный ремонт неответа или ухода от ответа [Moore, Maynard, 2002], если в начале получен отказ или реплика респондента оказалась не соответствующей формальным требованиям анкеты.

Если не возникает никаких сбоев в ходе интервью, реализуется наиболее простая ситуация, исполнение интервьюером роли контролера, посредника в получении данных (**ячейка 1''—1'', табл. 1**). Во всех иных случаях от интервьюера требуется расширение ролевого репертуара, привлечение дополнительных

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

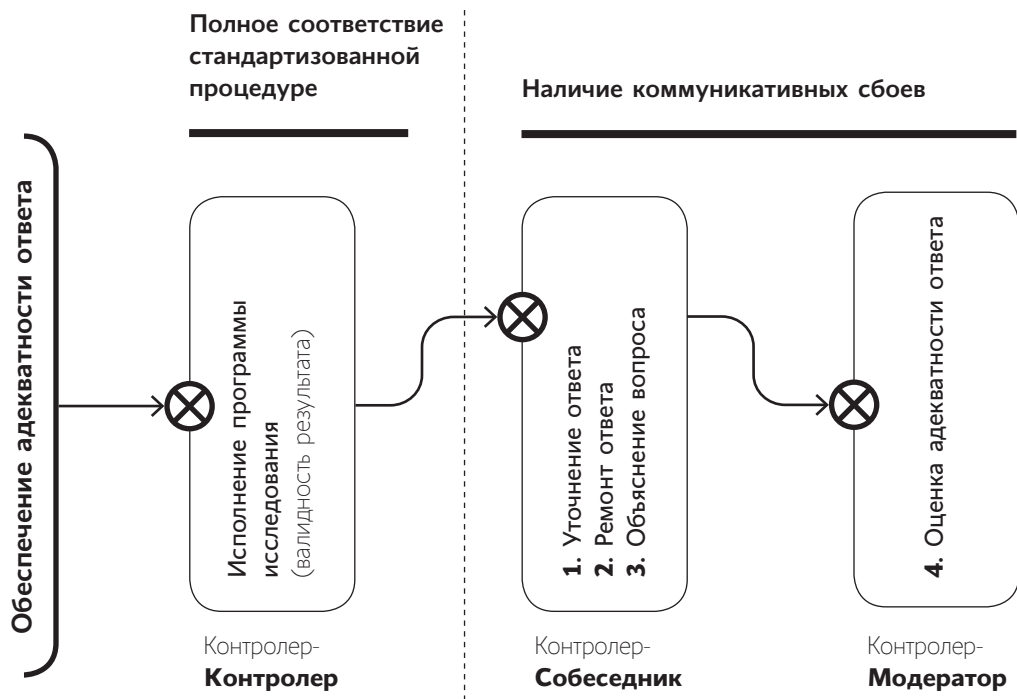


Рис. 1. Техники получения целевой информации

приемов, актуализация навыков, не свойственных роли контролера, или простого регистратора ответов.

Если анкетные вопросы хорошо сформулированы и соответствуют ожиданиям целевой популяции, стандартизированное интервью состоит из серий «парадигматических» вопрос-ответных последовательностей [Schaeffer, Maynard, 1996, 2008], в которых интервьюер зачитывает вопросы как они написаны, а респондент предлагает ответы, совпадающие с анкетными кодами. Например, может быть ответ «да» для вопроса, предполагающего согласие или отказ («да» или «нет»). Опционально интервьюер может подтвердить ответ респондента перед тем, как перейдет к другому вопросу. Однако ответы на анкетные вопросы — это интерактивный результат, поэтому весьма часто возникают непарадигматические вопрос-ответные последовательности, включая неуверенность, непонимание респондента при формулировании ответов [Schaeffer, Maynard, 1996, 2008]. Реагируя на такие ситуации, интервьюеры могут отходить от правил стандартизации, но оставаться вполне консистентными целям измерения [Garbarski, Schaeffer, Dykema, 2016, p. 4]

Уточнение ответа, объяснение вопроса и ремонт неответа (**ячейка 1''–2'', табл. 1**) — техники получения речевой информации, основанные на роли собеседника. Интервьюер сочетает область контроля за ответами с навыками эмпатического ведения беседы: входит в положение респондента, реагирует на его отклики, способствует поддержанию беседы. Напротив, оценка адекватности ответа отсылает нас к роли модератора, или специалиста, отвечающего за процедуру стандартизации (**ячейка 1''–3'', табл. 1**). Все четыре техники связаны с наличием коммуникативных сбоев, выступают ответной реакцией на возникающие сложности в получении целевой информации.

Разберем на примерах особенности применения каждой техники.

X1. Уточнение ответа

(Ф 29, Ф 56, Ф 65, Ф 81, Ф 92)

Одна из наиболее распространенных техник получения целевой информации — уточнение полученного ответа, предъявление дополнительных вопросов [Kadan-Lottick, Friedman, Mertens, et al, 2003]. Такая ситуация чаще всего возникает со сложными, комплексными вопросами (даже тогда, когда исследователь не видит этой комплексности), где ответ может быть дан по другим основаниям и не попадать в закрытия. Люди склонны интерпретировать вопрос, включать его в собственный дискурсивный контекст, подчас расходящийся с представлениями исследователей и интервьюеров, не вписывающийся в привычную логику стандартизированных интервью [Belson, 1981, 1986; Wentland, 1993; Schober, Suessbrick, Conrad, 2018]. Например, представлен оценочный вопрос, или нужно выбрать вариант «Хорошо» или «Плохо», а респондент колеблется и не может ответить однозначно. Так, на вопрос об экономических перспективах развития предприятия респондент отвечает, но выбирает свой вариант: «Неплохие» (**реплика 2, Ф 29**). Это не попадает под имеющиеся закрытия «хорошие, средние или плохие», поэтому интервьюер неоднократно пытается уточнить ответ и просит респондента сделать выбор. Респондент отвечает, что для него это сложный вопрос, что он не директор предприятия и не может дать однозначную оценку (**реплика 4**). Три раза интервьюер уточняет, три раза респондент уклоняется от ответа. В результате интервьюер ставит «Затрудняюсь ответить», что полностью отражает ситуацию. Важно, что интервьюер зачитывает предложенные варианты, не пытается самостоятельно переформулировать ответ респондента и склонить его в ту или иную сторону. Таким образом, успешность техники измеряется не выбором точного ответа, когда такого ответа нет, а фиксацией позиции респон-

дента, и вариант «Затрудняюсь ответить» здесь не воспринимается как неудача.

Ф 29

1. И: А каковы, на ваш взгляд, перспективы развития предприятия, организации, в которой вы работаете, на ближайшие два-три года — хорошие, средние или плохие? Как вы считаете?
2. Р: Если в целом, то, по ходу, неплохие, наверное.
3. И: А как мне отметить? Хорошие, средние, плохие? Три оценки.
4. Р: Вот сложный вопрос. Я не директор, я не могу объяснить это.
5. И: Мы спрашиваем на ваш взгляд, как вы думаете, как вы предполагаете.
6. Р: Ну, наверное, неплохие, наверное, скорее всего, что неплохие.
7. И: Николай Николаевич, три оценки: хорошие перспективы развития, средние, плохие? Подходит какая-то оценка?
8. Р: Сложно сказать, я не могу так сказать... Ну, наверное, неплохие.
9. И: Неплохие — у нас нет такого варианта, у нас есть средние! Хорошо, идем далее.

Другой частый случай уточнения ответа — его повторение. Интервьюер, перед тем как задать следующий вопрос, проговаривает только что полученный ответ [Garbarski, Schaeffer, Дукета, 2016, р. 4]. Это дает респонденту возможность услышать свой ответ еще раз и поправить интервьюера, если он не так понял высказанную мысль респондента. Хорошо работает эта техника в вопросах с множественным ответом, поскольку бывает, что респондент называет самые очевидные варианты и может забыть про другие, менее актуальные. Иногда интервьюеры пользуются ей при заполнении открытых вопросов, что позволяет им еще раз верифицировать то, что было услышано, не забыть эту информацию, дать возможность респонденту проконтролировать то, что вносится в анкету. Важно не злоупотреблять такой техникой и не выглядеть «попугаем», повторяющим каждый ответ респондента, тем самым нарушая разговорный тип коммуникации.

Интересно использует технику уточнения ответа интервьюер (**Ф56**): вопрос о возрасте вызвал коммуникативный сбой, респондент поинтересовался, зачем нужна эта информация. Причины его устроили, и он решил дать ответ «шестьдесят» (**реплика 2**), но сказал это несколько неуверенно. Поскольку на такого рода вопросы респонденты склонны округлять свой возраст, интервьюер решает задать уточняющий вопрос (**реплика 3**) и получает совсем другой возраст — 65 лет (**реплика 4**). Интервьюер вновь повторяет ответ (**реплика 5**), в том числе и потому, что респондент называет свой возраст не полностью. В результате мы получаем верифицированный уточненный ответ.

- Ф 56**
1. И: Скажите, пожалуйста, сколько вам полных лет? ...
 2. Р: ...шестьдесят...
 3. И: Шестьдесят ровно?
 4. Р: Пять.
 5. И: Шестьдесят пять.

Еще один частый вариант — не ясный ответ респондента, особенно, если последний любит ломать структуру анкеты и на каждый вопрос давать свой особенный ответ. Так произошло в интервью, цитируемом ниже (**Ф65**). Вопрос о том, каких событий было больше в жизни, радостных или грустных, предполагает количественную оценку. Однако респондент в своем ответе предлагает еще и качественную оценку этих событий (**реплика 2**). Такой ответ не укладывается в закрытия, так как он дан по другому основанию, поэтому интервьюер уточняет вариант ответа (**реплика 3**).

- Ф 65**
1. И: Скажите, пожалуйста, в вашей жизни было больше радостных моментов или грустных?
 2. Р: Вот это статистика! Очень много грустных моментов! Но! Те моменты, которые появлялись в качестве светлого дня, компенсировали все остальное.

- 3. И: То есть больше радостных, правильно вас поняла?
- 4. Р: Не больше радостных. Больше печальных! Но радостные дни компенсировали все остальное.
- 5. И: Угу.

Очень важно, чтобы в таких ситуациях у интервьюера хватало выдержки и терпения на уважительное общение и спокойное, ясное фиксирование позиции респондента без попыток сломать его и навязать логику анкеты.

X2. **Объяснение вопроса** (Ф23, Ф83)

Объяснение вопроса — одна из базовых техник стандартизированного интервью, и при этом одна из самых сложных [Conrad, Schober, 2000]. У респондентов довольно часто возникают затруднения с пониманием вопросов и интервьюер становится единственным помощником в разрешении возникающих сомнений. Согласно требованиям речевой стандартизации [Рогозин, 2017], интервьюер должен слово в слово повторить приведенную в анкете формулировку, не комментируя, не меняя порядок слов, не опуская и не добавляя слова. В реальности такое происходит редко, поскольку правила эффективной коммуникации навязывают свое видение: если формулировка вызвала непонимание у респондента, то повторение непонятного в том же виде как невежливо (здесь речь не идет о ситуациях, когда респондент не услышал или не разобрал слова), так и неэффективно (с точки зрения получения информации). Соответственно, адекватной реакцией интервьюера на запрос информации со стороны респондента будет не игнорирование, а участие, поэтому многие

интервьюеры, даже под угрозой штрафных санкций, объясняют вопросы [Mittereder, Durow, West, et al, 2018, p. 12]. Другими словами, требование стандартизации не блокирует объясняющие речевые практики.

Чтобы минимизировать риски возможных смещений и интерпретаций вопросов интервьюерами, необходимо проводить инструктажи, писать комментарии к формулировкам вопросов, в особенности — к сложным вопросам, а также проводить пилотаж анкеты. Однако никакие действия не гарантируют полное отсутствие нетипичных, отклоняющихся от предписанной стандартизации ситуаций.

В примере ниже (**Ф83**) респондент не понимает вопрос, поэтому после паузы спрашивает интервьюера, какой требуется ответ (**реплика 2**). Интервьюер несколько сокращает вопрос и выделяет интонацией смысловые компоненты: «могли бы или не могли бы» (**реплика 3**). Респондент реагирует междометием «а», демонстрируя свое понимание вопроса, и далее уже дает ответ «могла» (**реплика 4**). Это пример сбалансированного формального подхода к проведению стандартизированного интервью. С одной стороны, интервьюер не стала вступать в диалог, фактически не ответив на вопрос респондента, а с другой — повторяя вопрос, грамотно адаптировала его формулировку для лучшего понимания.

- Ф83**
1. И: Могли бы вы в случае трудной жизненной ситуации обратиться к знакомым, друзьям и родственникам чтобы получить небольшой заем или найти разовые подработки?
 2. Р: (Пауза 4 с) А какой тут нужен ответ?
 3. И: **Могли бы или не могли бы** обратиться к друзьям, знакомым, чтобы получить небольшой заем или найти разовые подработки?
 4. Р: А, могла.
 5. И: Могли бы, да?
 6. Р: Да.

Успешность техники объяснения вопросов во многом зависит от того, понимает ли сам интервьюер предложенный вопрос, разбирается ли он в данной ситуации. В этой связи одной из ключевых задач исследователя становится обязательная и подробная подготовка интервьюеров к опросу, в ходе которой должен проводиться не только инструктаж по самой анкете и правилам фиксации ответов, но и должны быть даны все необходимые объяснения к сложным или неоднозначным вопросам, информация о целях и задачах исследования, другие методические рекомендации [Ипатова, Рогозин, 2014, с. 43–44].

Х3. Ремонт неответа

(Ф9, Ф30, Ф37, Ф56, Ф57, Ф75)

Техника ремонта неответа требует от интервьюера рефлексивной позиции, установки на результативное интервью, на получение достоверной целевой информации. Неответ в данном случае — это отказ или уход от ответа на конкретный вопрос анкеты, который, в том числе, может привести и к срыву всего интервью. Конечно, техники и стратегии убеждения принять участие в опросе и ответить на конкретный вопрос анкеты во многом схожи, и ранее мы предпочитали рассматривать их в совокупности [Ипатова, Рогозин, 2014, с. 33]. На сегодняшний день нам представляется логичным разделить их ввиду разных целей, которые стоят перед интервьюером, а также ввиду разных плоскостей взаимодействия: в первом случае, при отказе от ответа, актуализируется задача получения целевой информации — это уровень взаимодействия респондента с анкетой, во втором, при отказе от участия, на первый план выходит именно сфера взаи-

моотношений между интервьюером и респондентом, необходимость построения эмпатических связей.

Ремонт неответа возможен при вероятном (как превентивная техника) или уже случившемся (как фактические действия) сбое в коммуникации. Так, на вопрос о возрасте респондент не решилась ответить, поинтересовавшись, зачем нужна такая информация (**реплика 2**). Вопрос сенситивный, он создает сбой в коммуникации, и интервьюер спокойно и подробно отвечает, объясняя правила исследования. Интервьюер намеренно предоставляет больше информации, чем было запрошено, ждет, пока респондент не перебьет его, когда услышанного будет достаточно. Ремонт неответа произведен успешно, интервью продолжается.

Ф 56

1. И: Скажите, пожалуйста, сколько вам полных лет?
2. Р: А зачем вам это?
3. И: Ну, мы проводим определенных возрастных групп опросы, обобщаем данные по возрастным группам, поэтому спрашиваем возраст. Эта информация ни...
4. Р: ...шестьдесят...

Наиболее частый ремонт неответа — преобразование отказа отвечать на вопрос в согласие [AAPOR Refusal, 2014] или в затруднение. Невозможность выбрать из предложенных вариантов и отказ от ответа — это разные ситуации, тем не менее, часто составители анкеты объединяют эти варианты в одно закрытие «Затрудняюсь ответить / Отказ от ответа» или же вообще не оставляют возможности интервьюеру зафиксировать отказ от ответа, вынуждая его тем самым выбрать вариант «затрудняюсь», чтобы продолжить анкету. Это замечание необходимо учитывать, например, для тестирования сенситивных вопросов, потому что именно эта градация поможет увидеть «степень» чувствительности респондента. Также разделение закрытий на от-

каз и затруднение было бы интересно рассматривать с позиции оценки работы интервьюера.

Итак, сенситивный вопрос про смерть и приготовления к смерти вызывает у респондента возмущение, которое она довольно ярко выражает: язвительно спрашивает у интервьюера, не нужно ли ей еще дать и номер своей сберегательной книжки (**реплика 2**). Нужно понимать, что этот сарказм имеет компенсаторную функцию, и прежде всего нужно, чтобы это понимал интервьюер. При осознании причины раздражения респондента в коммуникации, интервьюеру, который находится на передовой и не может сам выбирать темы для разговора с респондентом, будет гораздо легче не реагировать на провокацию, преобразовать раздражение и отторжение вопроса в положительную реакцию.

Ф 30

1. И: ... Откладываете ли вы деньги на свои похороны, включая вклады и страховки? Если да, то сколько уже удалось отложить?
2. Р: Еще, может, сберкнижку, номер дать сберкнижки вам?
3. И: Не желаете, да, здесь отвечать?
4. Р: Конечно, такой вопрос... каждого будет, как провоцирующий.

Интервьюер осознает остроту реакции респондента и осторожно выходит на безопасный островок — озвучивает респонденту его право не отвечать, причем использует для этого подтверждающий вопрос «да?» (**реплика 3**). Маленькое «да» создает у респондента ощущение согласия и понимания, ставит интервьюера на сторону респондента. Она соглашается не отвечать и называет причину — «провоцирующий вопрос», (**реплика 4**), более того, пытается оправдаться, что это не только ее мнение, но и «каждого будет» задевать. Интервьюер сняла напряжение в данной ситуации, получила обоснованный отказ от ответа, а не прерванное интервью.

Иногда ремонт неответа производится превентивно, например перед сенситивными или сложными вопросами. Такие

формулировки также могут быть внесены в сам инструментарий, но чаще всего интервьюеры используют их самостоятельно, исходя из своего опыта. В фрагменте, приведенном ниже, интервьюер почувствовала негатив, который нарастает у респондента, что может быть связано с блоком однотипных и не самых интересных вопросов (**реплика 1**). К этому моменту респондент стал совсем сухо и безучастно отвечать, не давать комментарии (**реплика 2**), и, возможно, у интервьюера возникло ощущение, что тот может прервать затянувшийся разговор.

- Ф 9**
1. И: Пришлось ли вам за последние два-три года использовать помощь родственников, близких для поддержания материального положения, для выживания? Да / нет?
 2. Р: Да.
 3. И: Угу. Пожалуйста, не ложите трубку, мы уже заканчиваем, осталось буквально немножко.
 4. Р: Хорошо.

Интервьюер просит респондента не класть трубку, сообщая, что анкета подходит к концу и осталось совсем немного (**реплика 3**). Такая игра на опережение позволяет ему избежать возможного срыва коммуникации, снизить риски того, что интервью будет пройдено не полностью. Фактически любой ремонт неответа — это отход от стандартизации, отклонение от формального разговора. Опытный интервьюер, чувствуя напряжение в коммуникации, отходит от анкеты, привносит в нее дополнительные индивидуальные реплики. Именно это помогает ему отремонтировать возникшие сбои и сохранить ситуацию интервью, получить целевую информацию.

Х4. Оценка адекватности ответа (Ф3, Ф53, Ф80, Ф85, Ф89)

Основная, сквозная техника получения целевой информации — это оценка интервьюером адекватности полученного ответа. Для этого ему необходимо запоминать сказанное ранее, считать ответ на вопрос не отдельным независимым событием, а одним из событий, характеризующих личность респондента. Это включает рефлексивную позицию интервьюера, делает его не просто попугаем, повторяющим написанное в анкете, не машиной по задаванию вопросов, а таким же участником процесса, как и респондент. Возвращение к тому, что уже было сказано респондентом, выбранным им ответам, озвученным комментариям, позволяет интервьюеру анализировать разговор в реальном времени, замечать нестыковки, логические противоречия, элементы непоследовательности.

Пример такой техники приведен ниже (**Ф3**): респондент не очень внимательно слушает вопросы анкеты, но спокойно и подробно рассказывает про себя. Из предыдущего разговора понятно, что она живет вдвоем с мужем, сама находится на пенсии, муж работает. Но на вопрос о том, сколько человек, включая респондента, проживают вместе с ней, она отвечает «один» (**реплика 2**). Формально ответ получен, вопрос задан так, как написан в анкете, респондент сразу на него ответила, словом, ответ можно фиксировать и переходить к следующему вопросу. Интервьюер помнит, что говорила респондентка ранее, и видит, что она не до конца поняла вопрос, потому торопится прояснить ситуацию (**реплика 3**). Аналогичная ситуация происходит и позже: на вопрос о том, есть ли у респондентки члены семьи, требующие постоянного ухода (ранее была оговорка, что речь будет идти только о людях, проживающих вместе с ней), та называет внучку (**реплика 12**).

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

- Ф 3**
1. И: Сколько человек, включая вас, проживают вместе с вами и ведут совместное хозяйство?
 2. Р: Один.
 3. И: То есть... кроме вас еще один, да?
 4. Р: Да, да, да.
 - 5–10 <...>
 11. И: Есть ли в Вашей семье кто-то, требующий постоянного ухода, постоянной помощи?
 12. Р: Внучка.
 13. И: Так вы сказали, вы живете вдвоем с мужем...
 14. Р: Ну, внучка живет у дочери и мы им помогаем.
 15. И: Но она живет отдельно, а мы рассматриваем только вашу семью, это вы и ваш муж. Есть кто-нибудь, кто требует постоянной помощи?
 16. Р: Нет.

Вновь интервьюер уточняет ответ, несмотря на то, что он был произнесен уверенным тоном. Такое поведение позволяет интервьюеру скорректировать допущенную респондентом фактическую ошибку, собрать более точные данные. Другой респондент на вопрос об источниках существования (**Ф 53**) забывает указать работу (**реплика 2**), хотя, судя по предшествующему разговору, эта ситуация маловероятна. Интервьюер повторяет названные варианты ответа и несколько неуверенно переспрашивает, работает ли кто-либо (**реплика 3**). Респондент отвечает, что она работает, чего мы не знали бы наверняка, не задай интервьюер уточняющий вопрос.

- Ф 53**
1. И: Скажите, пожалуйста, какие источники существования имеются в вашем домохозяйстве — работа, подсобное хозяйство, пенсия, пособия, стипендия, помощь других лиц, алименты, или какие-то другие источники?
 2. Р: Пенсия, подсобное хозяйство
 3. И: Пенсия, под...подсобное хозяйство (пауза). А... получается, никто не работает?

4. Р: (Пауза.) Я работаю.

5. Р: Еще работа, угу.

В целом техника адекватного оценивания ответа — то, что делает интервьюера живым участником коммуникации. Неверные, неполные ответы на не до конца услышанные вопросы — частое место в стандартизированном интервью, и если они не нарушают внутренней логики анкеты, то единственная возможность заметить отклонения от опросного задания — рефлексивная позиция интервьюера. Такая позиция противоречит жесткой речевой стандартизации, легитимизирует отход от анкеты, дополнительные вопросы, уточнения. Конечно важно, чтобы интервьюер не злоупотреблял данной техникой, не навел респондента на ответы и не смещал их. В этой связи необходима правильная подготовка инструментария и готовность аналитиков-контролеров оценивать работу интервьюера, исходя из здравого смысла, а не формальной логики.

Сохранение (неформальности) разговора

Интервью — это диалог, в котором участники не только обмениваются репликами, но и испытывают целую палитру чувств, оценивают друг друга. Крайне важно, чтобы респондент в процессе интервью чувствовал себя комфортно, чтобы вмешательство в его повседневность было этичным и вежливым, чтобы произошло его включение в стандартизированные правила. В свою очередь, от интервьюера требуется отзывчивость и чувство сопричастности по отношению к респонденту [Carbarski, Schaeffer, Dykema, 2016, p. 2]. Успешное решение задачи полностью зависит от того, сможет ли

интервьюер по ходу интервью, а обычно это происходит в первые минуты, настроиться на респондента, выстроить с ним эмпатические отношения. Успешные интервьюеры реализуют ряд техник (**рис. 2**), позволяющих им выполнить эту задачу.

Во-первых, это непосредственно сама эмпатия и сопереживание респонденту, симпатия к нему [Bell, Fahmy, Gordon, 2014]. Во-вторых, совместный смех, имеющий большое количество функций. В-третьих, речевая синхронизация с респондентом, приемы отзеркаливания. Наконец, в-четвертых, вежливое завершение интервью, позволяющее оставить положительный шлейф от взаимодействия [Ипатова, 2012]. Поговорим об этих техниках подробнее.

X5. **Сопереживание, симпатия** (Ф 15, Ф 100)

Эмпатия, а именно вчувствование в переживания другого человека, попытка представить себя на его месте, проникнуться его ситуацией — частый прием профессиональных интервьюеров. Это ключевой элемент успешного взаимодействия в любой коммуникации, направленной на получение информации от незнакомых людей. Встать на позицию другого, разделить его переживания, понять его затруднения, поддержать его словами, — все это создает определенную неформальную атмосферу разговора, показывает, что интервьюер живой человек, что ему не все равно, что ему действительно важно то, что говорит респондент. Приведем пример. Сенситивный вопрос о качестве интимной жизни (**реплика 1**) ставит респондента в неловкую ситуацию: из ответа видно, что женщина не удовлетворена своей интимной жизнью (**реплика 2**), но такое признание для респондента травматично. Потому она использует обтекаемые формулировки «отлично

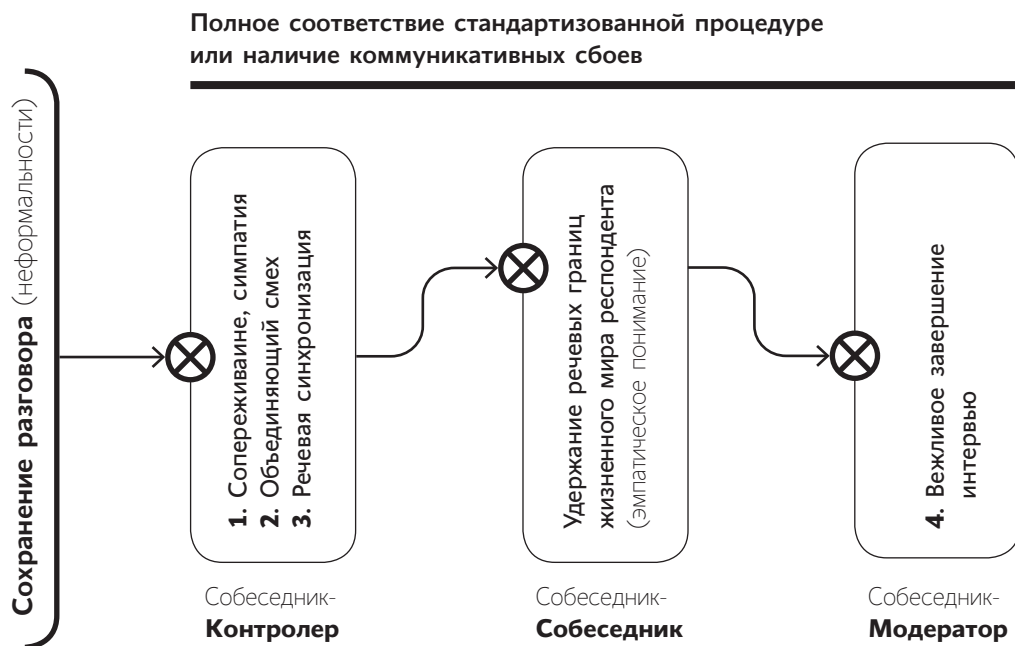


Рис. 2. Техники построения эмпатических отношений

нельзя назвать», «шибко хорошо», как бы уходя от однозначной оценки, ища одобрения и симпатии у интервьюера, поддержки в своем признании. И в итоге находит выход — оценивает свою личную жизнь на «хорошо» по совсем другим основаниям, счастьем в детях (**реплика 2**). Именно наличие детей и счастливое материнство как бы «оправдывает» личную неудачу, компенсирует ее. Интервьюер, чувствуя это напряжение, тут же подхватывает тему, развивает ее, говоря, что есть внуки и скоро будут и правнуки (**реплика 3**), настраивая респондента оптимистично, прогнозируя ему счастливое будущее. Респондент соглашается (**реплика 4**), потеря лица незначительна, она продолжает оставаться в социально одобряемой позиции, что главное в жизни женщины — не личное счастье, а дети. Интервью продолжается в позитивном ключе (**реплика 5**).

- Ф 15**
1. И: Оцените, пожалуйста, в целом, как сложилась ваша интимная жизнь: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо»?
 2. Р: Ну, отлично нельзя назвать, шибко хорошо? Мне бог дал счастья в моих детях... Ну, значит хорошо! [Неразборчиво.]
 3. И: Да! И внуки теперь, а там и правнуки скоро!
 4. Р: Да.
 5. И: Или есть уже правнуки? (Смеется.)
 6. Р: Нет, нет еще.
 7. И: Нуу, скоро будут! (Задаёт следующий вопрос.)

В другом интервью (**Ф 100**) аналогичная ситуация возникла при вопросе о занятии спортом (**реплика 1**). Респондент не отвечает на поставленный вопрос, и, как становится понятно из дальнейшего диалога, не отвечает она потому, что ей не хочется признаваться в том, что она им не занимается. Женщина неоднократно пытается уйти от ответа, приводя в пример другие виды физической активности, как бы компенсируя ими этот недостаток (**реплики 2, 4**). Интервьюер тонко чувствует это, позволяет

респонденту сохранить лицо, мягко и доброжелательно, участливо возвращает ее к анкетному вопросу (**реплика 3**), включает эмпатию, открыто говорит: «Я вас понимаю». Это создает некое ощущение безопасности и поддержки, снимает страх признания в том, что респондент не заботится о своем здоровье. Интервьюер объясняет, что «причины» этого они смогут зафиксировать позже в другом вопросе, что эти данные тоже важны и потеряны не будут (**реплика 5**).

- Ф 100**
1. И: Скажите, пожалуйста, делаете ли вы хотя бы несколько раз в неделю зарядку, занимаетесь ли спортом?
 2. Р: Вот только в огород, а зимой — гуляем ходим.
 3. И: Вот (улыбка), вот смотрите, у меня варианты ответа: первый «да», второй «нет», или «затрудняюсь ответить». Вопрос — хотя бы...
 4. Р: Ну я занимаюсь, когда есть огород. Я там все в огороде.
 5. И: Вот я вас понимаю, но об этом следующий вопрос, про огород. А вот про зарядку или спорт, как, можете ответить: «да / нет»?
 6. Р: Ничем не занимаюсь, ходим с подружкой.
 7. И: Нет, да? Угу.

В итоге интервьюер получает несмещенный ответ на поставленный вопрос анкеты (**реплика 6**), выражает респонденту свою симпатию и уважение, выходит на смысловой контакт, проявляет тактичность и терпение.

X6. Объединяющий смех (Ф 66)

Другая универсальная техника сближения с респондентом — смех. Важно сказать, что смех в диалогичном общении используется очень часто и с разными целями. В данном случае мы

имеем в виду именно взаимный смех, который объединяет респондента и интервьюера, вне зависимости от того, кем он был инициирован. В приведенном ниже примере, который мы сейчас оцениваем только с точки зрения эмпатических взаимоотношений, создается дружественная атмосфера полного понимания, интервьюер и респондент общаются, как старые знакомые. Интервьюер смог расположить респондента, завоевать его доверие, они понимают друг друга и смеются вместе (реплики 7, 8).

Ф 66

1. И: Какая примерно часть суммарного дохода домохозяйства была потрачена на питание в прошлом месяце — менее трети, от трети до половины, примерно половина, от половины до двух третей или более двух третей?
2. Р: Ой, я даже не знаю... Ну... Как это. Как это оценить...
3. <...>
4. И: Не можете назвать, не анализировали никогда, да?
5. Р: Не, я никогда так не анализировала. То одно, то другое.
6. И: По кучкам не раскладывали, да?
7. Р: Нет, не получается у меня по кучкам раскладывать (смех).
8. И: Поняла вас (смех).

Смех — ведущий характеристизатор, звуковая вставка в речь, обозначающая состояние респондента, его отношение к сказанному [Романова, Филиппов, 2009: 287]. Техника объединяющего смеха в телефонном интервью актуализируется чаще всего как ответ на запрос со стороны респондента, когда он начинает смеяться или улыбаться первым, например пытаясь скомпенсировать напряжение в коммуникации или объяснить, почему не может ответить на вопрос. Крайне важно, чтобы объединяющий смех не уводил ситуацию интервью в панибратское и неофициальное общение, ведь основа взаимодействия с респондентом — анкета, и главная цель — сбор данных. Телефонное интервью — это не просто беседа по телефону двух людей, это часть исследователь-

ского процесса, поэтому интервьюеру необходимо не забывать о том, зачем он говорит с человеком на том конце провода, каким бы близким, знакомым и понятным он ему не казался.

Х7. Речевая синхронизация (Ф 24, Ф 68, Ф 81)

Интересный прием проявления уважения к респонденту — речевая синхронизация, а именно подстраивание интервьюера под респондента с точки зрения вербального и невербального общения. Этот прием также можно назвать «зеркалом», поскольку интервьюер как бы отзеркаливает поведение респондента, говорит с ним на его языке. У разных людей разная степень восприятия устной речи, разный уровень образования, разная осведомленность о вещах, о которых будет идти речь в интервью. Более того, можно даже говорить о разных когнитивных возможностях. Роджер Туранжо и Норман Брэдберн выделяют две ошибки восприятия, которые хороший интервьюер способен преодолеть. Во-первых, респондент может не воспринять информацию, которую хочет донести до него интервьюер, во-вторых, респондент может перекодировать релевантную информацию в другие категории и понятия, которые не соотносятся с представленными в вопросе [Tourangeau, Bradburn, 2010, p. 325]. Умение справиться с возникающими трудностями восприятия — одна из основных задач полевого интервьюера.

Метод телефонного интервью позволяет достигать разные исследуемые группы, например, инвалидов, людей четвертого возраста, по-разному воспринимающих вопросы. Самая простая иллюстрация техники речевой синхронизации, когда интервьюер замедляет свою речь и громко, отчетливо

произносит слова в разговоре с пожилыми людьми. В идеале интервьюер должен обладать разными «регистрами» общения, уметь проводить интервью разной степени интенсивности, грамотно владеть своим темпом речи, уметь изменять синтагматическое и паузальное членение предложений, исходя из запроса респондента.

Пример одного из типов речевой синхронизации — подстройка интервьюера под молодого и очень удобного респондента. Мужчина четко, по делу, с полным пониманием ситуации дает ответы, выбирает из предложенных закрытий, не отвлекаясь на сторонние рассуждения, не уводя разговор в другое русло. Очевидно, что ситуация интервью для него понятна, восприятие на слух вопросов анкеты, даже самых сложных и длинных, не представляет труда, и в целом можно сказать, что он являет собой тип «идеального» респондента. Интервьюер сразу понимает это и подстраивается под такой стиль ведения разговора, не давая респонденту лишней информации, экономя его время и усилия. Она работает в режиме формального прочтения анкеты, делает это очень грамотно, спокойно и уверенно, и что важно, говорит очень доброжелательным и участливым голосом, как бы невербально поддерживая и одобряя поведение респондента.

Некоторый отход от формальной беседы случается на однообразном и длинном табличном вопросе, и респондент позволяет себе «вольность», которой не было ранее, — кратко аргументирует свой ответ (**реплика 4**). Интервьюер это замечает, но не хочет ломать стройность беседы, потому таким же уверенным тоном задает следующий вопрос (**реплика 5**). На него респондент дает уже размытый ответ, не попадающий в закрытия (**реплика 6**). Это подтверждает, что сколь бы формально с виду не происходило речевое взаимодействие, даже самый «идеальный» и беспроблемный респондент не может не отклониться в сторону, полностью следовать логике анкеты. Интервьюер тут же

возвращает респондента в рамки анкеты, перечислив ему предложенные закрытия (**реплика 7**).

- Ф81**
1. И: А как вы оцениваете — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — следующие стороны своей жизни: питание?
 2. Р: Ммм, хорошее... (Далее следуют пять аналогичных вопросов.)
 3. И: Экологическая ситуация в том месте, где вы живете?
 4. Р: Хорошая, природа.
 5. И: Возможность выражать свои политические взгляды?
 6. Р: Ну, с этим не особо...
 7. И: «Хорошо», «удовлетворительно» или «плохо»?
 8. Р: Ну... удовлетворительно.
 9. И: Угу...

Речевая синхронизация интервьюера с респондентом — важный навык, и в приведенном выше фрагменте интервьюер грамотно и правильно оценила своего респондента, то, как наиболее комфортно и функционально провести с ним интервью. Такая ситуация — скорее исключение из правил, некий идеальный случай формального и стандартизированного телефонного интервью, который крайне редко встречается на практике. Чаще интервьюерам приходится подстраиваться под далеких от нарисованного формалистами идеала респондентов, готовых и обязанных четко и по делу отвечать на вопросы.

Х8. Вежливое завершение интервью (Ф67, Ф68)

Корректное завершение общения признается одним из значимых коммуникативных навыков, который определяется не только формальными речевыми оборотами [Bakken, 1977], маркирующими

окончание разговора, но и риторическими, стилистическими приемами, придающими осмысленность и целостность состоявшейся коммуникации. Харги, Саундерс и Диксон [Hargie et al., 1994, с. 161–174] выделяют четыре уровня, на которых происходит завершение разговора. Первый, фактический, характеризуется резюмирующей репликой, позволяющей собеседнику понять, что разговор подходит к концу или тема разговора меняется. Второй, мотивационный, связан с возможностью дальнейшего продолжения беседы. Третий, социальный, отвечает за эмпатические отношения собеседников. На этом уровне разрешаются возможные конфликты, возникшие в беседе ранее, производится оценка состоявшегося взаимодействия, задается позитивная оценка прошедшей беседы, связанная с участием конкретных людей. Наконец, четвертый уровень — перцепционный, определяется разными формами разговорного акта — от формального прощания до внеязыковых фиксаций (улыбка, интонация, тональность, темп речи и так далее). Профессиональное завершение разговора должно включать в себя все четыре уровня, актуализированные в той или иной степени.

К сожалению, часто интервьюеры игнорируют важность последних минут, хотя именно они придают состоявшемуся разговору законченность, завершенность [Ипатова, 2012]. В этой связи грамотное и корректное завершение интервью представляется нам как одна из ведущих техник выстраивания эмпатических отношений между интервьюером и респондентом, как один из маркеров профессионализма интервьюера. Поясним: на момент прощания цель сбора данных уже достигнута, анкета закончена и отправлена в обработку. Интервьюер знает, что данное интервью уже засчитано для него как результативное, и его работа выполнена. И то, как он будет прощаться с респондентом, проявляет истинное лицо интервьюера, его человеческие качества, его уважение к респонденту. Приведем пример прекрасного во

всех отношения завершения стандартизированного интервью, которое заняло около минуты. Респондент, женщина 85 лет, на протяжении всего разговора была несколько тревожна, переживала, поскольку данный формат общения для нее не привычен. Интервьюер очень осторожно, с применением техники речевой синхронизации, проводила интервью, замедлив свою речь. Конечно, это несколько увеличило продолжительность разговора, но необходимо осознавать всю ценность и редкость телефонного интервью со столь пожилым человеком, ведь часто такая возрастная группа просто не включается в совокупность или имеет физические ограничения здоровья, не позволяющие беседовать по телефону.

Когда анкета подошла к концу, интервьюер объяснила, что задала все необходимые вопросы (дала понять, что беседа завершается), поблагодарила респондента за участие, назвав по имени, отметила важность происходящего, объяснила, зачем это нужно (**реплика 1**). Респондент с облегчением обрадовалась (**реплика 2**), и в ответ интервьюер еще раз поблагодарила и обозначила ценность мнения респондента (**реплика 3**). Далее последовало еще три обмена схожими репликами, пока интервьюер не поняла, что респондентка готова окончить разговор. Наконец, прозвучали прощальные слова, оба участника коммуникации остались крайне довольны друг другом. Такая вежливость, индивидуальный подход, выделение респонденту того количества времени, которое требуется, и подтверждают классность интервьюера.

Ф 68

1. И: Тааак, Нина Трофимовна, это были все вопросы. Спасибо большое вам за участие в нашем исследовании. Вы нам очень помогли. Ваше мнение очень важно для нас. Мы интересуемся о том, как проживают пожилые люди, вот какой образ жизни ведут.
2. Р: Слава богу!

273

3. И: Ваше мнение очень ценно для нас, спасибо большое!

4. Р: Спасибо большоооое!
5. И: Хорошего вам дня!
6. Р: Спасибо большое Президенту, я его обожаю и люблю!
7. И: Очень приятно было с вами пообщаться! Спасибо вам большое за ваши ответы! Всего доброго! До свидания!
8. Р: До свидания!

Приведем другой, менее типичный пример корректного и неторопливого завершения интервью: после почти получасового разговора интервьюер очень корректно попрощалась с мужчиной (**реплика 1**). По всей видимости, во время интервью были установлены сильные эмпатические связи, и мужчина захотел продолжить общение (**реплика 2**). Интервьюер не стала обрывать разговор, а спросила респондента, о чем он хочет поговорить еще (**реплика 3**). Оказалось, что респонденту просто хочется побеседовать про жизнь (**реплика 4**), и интервьюер вежливо попыталась еще раз завершить разговор, объяснив необходимостью продолжить работу (**реплика 5**). Тут респондент неожиданно позвал интервьюера к себе в гости (**реплика 6**). Такое предложение застало интервьюера врасплох, она лишь удивленно произнесла «Да?» (**реплика 7**). После этого связь оборвалась, и мы не можем достоверно узнать, что произошло. Если поставить точку на ситуации в этот момент, до обрыва разговора, то поведение интервьюера вопросов не вызывает, и те коммуникативные техники, которые она использовала, говорят о ее уважении к респонденту, о человеческом отношении.

- Ф 67**
1. И: (27-я минута интервью.) Это были все вопросы в нашем анкетировании, спасибо большое вам за участие. Спасибо за уделенное нам время. Всего вам доброго, до свидания!
 2. Р: (Смех.) Давайте еще поговорим о чем-нибудь?
 3. И: А о чем (улыбка) вы хотите еще поговорить?
- 274**
4. Р: Ну, просто про жизнь...

5. И: Ну, к сожалению наша анкета закончилась. Я вынуждена... дальше продолжать опрос.
6. Р: (Пауза.) Приезжайте ко мне в Домодедово!
7. И: Да? (Удивление.) ...

Если же допустить, что интервьюер сама положила трубку, то оценка ее поведения не столь однозначна. Очевидно, что респондент в данном случае не очень простой, интервью с ним длилось намного дольше обычного. Интервьюер устала от постоянного напряжения и необходимости вежливо и участливо отвечать на сложные встречные вопросы, которые порой ломают логику всего взаимодействия. Потому гипотетический обрыв коммуникации по ее воле после двукратного прощания вполне понятен, но не «идеален». Фактически, интервьюер сообщила о намерениях прервать разговор, дала объяснение этому (**реплики 1, 5**), но после нестандартной реакции респондента (**реплика 6**), нестандартной в том смысле, что его реплика была не ответом на прощание, она немного растерялась. Идеальным завершением такого интервью, на наш взгляд, была бы резюмирующая фраза интервьюера, например: «Спасибо, всего вам доброго».

Не всегда у интервьюеров хватает терпения и уважения, чтобы выполнить свою работу так этично и качественно, как это сделали интервьюеры, поведение которых описано выше. Именно такие интервьюеры, не безразличные к опрашиваемым людям, готовые поддерживать и помогать, слушающие и оценивающие ответы и аргументации респондентов, и должны входить в постоянный штат опросных организаций. Особенно важно это при опросе на чувствительную тематику, ведь во время такой беседы у респондента могли появиться какие-либо эмоциональные переживания. Фрей и Оиси [Frey et al., 1995, с. 125] отмечают, что, «в зависимости от тематики анкеты, короткая „итоговая“ беседа может быть правильным способом завершения интервью».

Они приводят в пример родителей, участвовавших в опросе о детях и степени их подверженности риску воздействия потенциально токсичных веществ — этот разговор может вызвать у родителей страх за здоровье своих детей. В этом случае необходимо упомянуть, что такого риска нет, что никто не пострадал, что просто изучаются возможные взаимосвязи, если они вообще есть. Но если в таком примере становится очевидным тот факт, что интервьюер обязан вернуть человека в «привычную» жизнь, завершить не просто интервью, но и закрыть тему, то в большинстве случаев дело обстоит иначе.

Стандартизация интервью

Третья плоскость взаимодействия во время стандартизированного интервью — опосредованная коммуникация респондента и исследователя. Посредником выступает интервьюер, который как бы берет на себя функцию коммуникативного толкователя, переводчика концептуального языка описания на разговорный, бытовой. Если абстрагироваться от самой анкеты, становится очевидным, что каждое конкретное интервью — лишь один из многих случаев, составляющих базу данных, совокупный массив, объединяющий и конструирующий некоторую общность. Замысел исследования, то, как будет анализироваться и храниться полученная информация в дальнейшем, на что она может повлиять, зачем вообще все происходящее нужно, — это то, что респондент имеет право знать [Presser, 1994; Sin, 2005; Marzano, 2012]. По сути, это его информированное согласие на участие в исследовании, раскрытие информации о себе, то, что, по мнению Садмена и Брэдберна, есть «явная или неявная договоренность с респондентом об уча-

стии в опросе после его ознакомления с характером и задачами исследования» [Sudman, Bradburn, 1982, p. 7–11; Садмен, Брэдберн, 2002].

Исследование должно, насколько это возможно, быть основанным на свободном получении информированного согласия от субъектов исследования, которые обеспечены адекватной информацией о том, что будет происходить, об ограничениях, связанных с их участием, а также о рисках, которые могут возникнуть в результате их участия в исследовании [Sin, 2005, p. 279].

Информированное согласие всегда связано с вторжением в интимную область незнакомого человека, со сбором конфиденциальной, недоступной, не предназначенной для других информацией. Поэтому валидизация информированного согласия есть процесс осмысленного, проговоренного и усвоенного разделения обязательств и договоренностей обеих сторон — по передаче, хранению и использованию полученной информации. Первоначально возникшее и все еще наиболее активно развиваемое и обсуждаемое в медицине [Bradburn, 2001; Manson, O'Neill, 2007; Frunza, Sandu, 2017; Chico, Taylor, 2018; Chrimes, Marshall, 2018], информированное согласие не менее важно и сложно конструируемо в социальных исследованиях. Ответственность за правильное его получение лежит на всех участниках опросной процедуры: исследователе, проектировщике выборки, интервьюере.

Важно отметить, что конструирование информированного согласия должно происходить на протяжении всего интервью, а не только во вступительной фразе. Во-первых, респондент, даже согласившись и подписав информированное согласие, не может представить все детали предстоящего интервью. И наличие согласия еще не гарантирует завершения интервью [Sin, 2005, p. 287]. Поэтому от интервьюера требуется возвращаться к объяснению и уточнению первоначально проговоренных условий, правил и последствий текущей беседы.

Во-вторых, длительная и перегруженная в информационном смысле вступительная фраза может привести к сбою

в коммуникации, вплоть до решительного отказа от участия. В самом начале интервью основная задача заключается в том, чтобы наладить диалог с респондентом, а далее необходимо предоставлять требуемую информацию в ответ на запрос респондента. Это позволит «поддерживать условия эффективной коммуникации — не сообщать лишней и неинтересной для собеседника информации», а также «сохранять коммуникативное равновесие в разговоре — готовность не только спрашивать, но и отвечать на вопросы» [Ипатова, Рогозин, 2014, с. 30].

Техники, позволяющие сконструировать информированное согласие, следующие (**рис. 3**). Во-первых, это объяснение правил и процедуры опроса. Во-вторых, предоставление верной информации об исследовании. В-третьих, ответы на вопросы респондента, не игнорирование его запросов на информацию. В-четвертых, обозначение важности и статусности исследования.

Безусловно, поддержание стандартизации интервью не ограничивается лишь техниками конструирования информированного согласия. Однако именно эти техники лежат в основании стандартизации, позволяют реализовать исследовательский замысел без нанесения вреда респонденту, формирования искажений в инструментарии и нарушений исследовательской этики. Остановимся подробнее на каждой технике.

Х9. Объяснение правил и процедуры (Ф7, Ф36, Ф71, Ф76, Ф89)

Важной техникой, необходимо интервьюеру для уважительного и комфортного взаимодействия с респондентом, является умение объяснить правила телефонного опроса и саму процедуру. Это особенно результативно работает с теми респондентами,

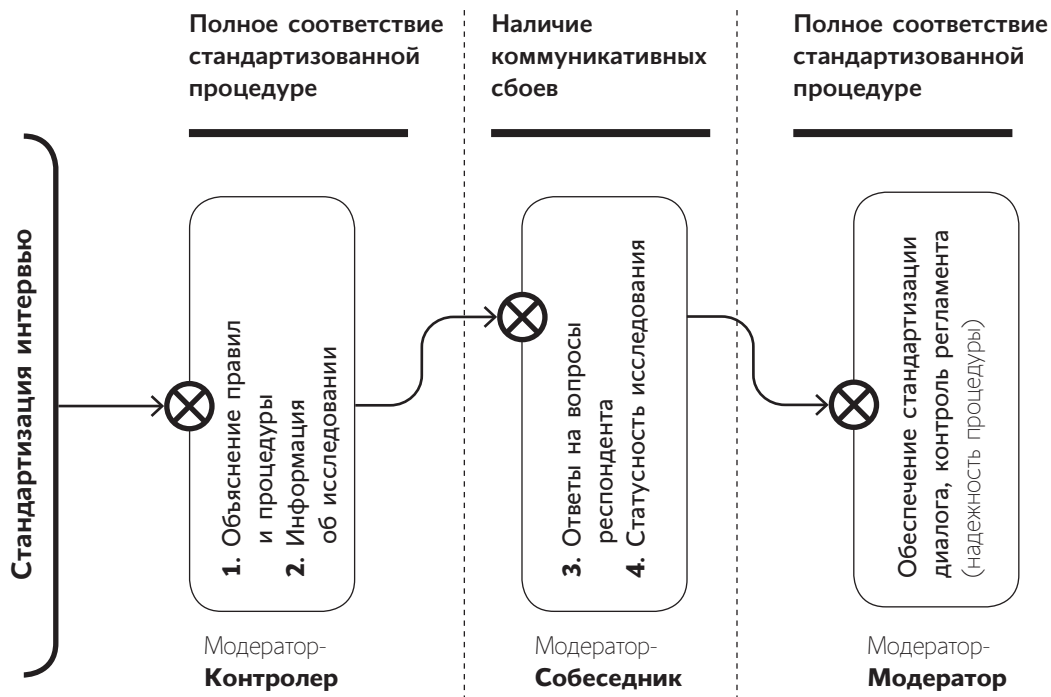


Рис. 3. Техники конструирования информированного согласия

которые не понимают формат стандартизированного диалога, не представляют, что и как обычно происходит в стандартизированном интервью [Schober, Conrad, Fricker, 2004]. Для них интервьюер — это чужак, иностранец, разговаривающий на непонятном языке, пришедший с непонятными целями, требующий непонятно по каким причинам внимания и участия в своем непонятном предприятии.

Зачастую это люди старшей возрастной группы, готовые помочь, но не понимающие, как это сделать, или же люди, которые вообще не сталкивались со стандартизированным интервью или представляли себе его иначе. Так, респондент, женщина 60 лет, настроена на общение вполне положительно, она доброжелательна, но сама ситуация вызывает у нее некое недоумение. Услышав о цели исследования, она сетует на то, что обычно такие опросы по телефону не проводятся (**реплика 2**), хотя откуда у нее такие сведения — не сообщает. Интервьюер встает в позицию эксперта и уверенным тоном заявляет, что дело обстоит иначе (**реплика 3**). Респондент не находит что возразить и соглашается, но видно, что тематика опроса для нее чувствительна, потому она решает навязать компромисс и установить свои правила. Она спрашивает, может ли не отвечать на вопрос, который ее не устроит (**реплика 4**), на что интервьюер отвечает утвердительно. Мы видим, как строится информированность респондента о правилах взаимодействия, и это приводит к его согласию принять участие в исследовании.

- Ф 71**
1. И: Цель исследования — анализ благосостояния населения в связи с кризисом. (Пауза) Вы согласны?
 2. Р: Странно, обычно по телефону как-то такие опросы не проводятся.
 3. И: Ну почему же, очень даже проводятся. Очень даже много проводится опросов по телефону. В том числе и такие. (Пауза) И такие. (Пауза)

4. Р: Ну, хорошо, вопрос, который меня совсем не устроит, я могу на него не отвечать?
5. И: Ну, конечно (пауза), конечно.

Приведем другой пример. Часто вопросы с большим количеством закрытий вызывают коммуникативные сбои в телефонном интервью, потому что респондент понимает, что большая часть закрытий к нему не относятся. В таком случае он перебивает интервьюера, сразу озвучивая свой ответ. Вопрос про транспорт вызывает именно такую реакцию у респондента: в их семье нет никакого транспорта, поэтому она сразу отвечает «Нет» (**реплика 2**), не дослушав вопрос до конца. Интервьюер извиняется и вежливо отвечает, что она обязана дочитать вопрос по инструкции (**реплика 3**). Она объясняет правила телефонного опроса, сообщает, что есть инструкция, которой она вынуждена придерживаться, но демонстрирует уважение к своему собеседнику, показывает, что слышит его. Может оказаться, что поторопившись, респондент даст ошибочный ответ, не поймет вопрос до конца: например, не услышит какие-либо закрытия, которые в итоге могут оказаться релевантными.

- Ф 76**
1. И: Скажите, какой вид личного транспорта есть в вашем домохозяйстве — легковой автомобиль иностранной марки, легковой автомобиль отечественной марки...
 2. Р: Нет.
 3. И: Мотоцикл... Я, извините, дочитаю, обязана по инструкции.
 4. Р: Ага.
 5. И: Мотороллер, моторная лодка или другое транспортное средство, грузовой автомобиль, трактор? Или нет никакого транспорта? Да?
 6. Р: Нет.

Такое объяснение правил и процедуры опроса не занимает много времени, но создает ощущение диалога, показывает

значимость реплик респондента для интервьюера, снимает возможный коммуникативный сбой, напряжение и взаимное недовольство. Более того, это может быть и экономией речевых и временных средств в дальнейшем.

X10. Информация об исследовании (Ф 24, Ф 57, Ф 72)

Четких требований к тому, какую конкретно информацию об исследовании необходимо предоставить респонденту, нет. В большинстве стран, где проводится изучение общественного мнения, существуют правила и стандарты для маркетинговых и социальных исследований: например, «Международный кодекс ICC / ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных» [Международный кодекс, 2016] и «Кодекс профессиональной этики AAPOR» [AAPOR Code, 2015; Кодекс профессиональной этики, 2016]. Эти документы описывают принципы этического и профессионального поведения, которые, помимо соблюдения прав и свобод человека, способствуют сохранению доверия к исследованиям. Основной информацией об исследовании принято считать: название заказчика (спонсора) и опросной организации, способ анализа и использования полученных данных, цель опроса, тематику и длительность разговора, способ отбора респондентов.

Не всегда респонденты могут открыто сформулировать свой запрос на эти данные, предпочитая отказаться от участия и не связываться с опросом. Интервьюер, грамотно владеющий техникой предоставления правильной, актуальной, релевант-

ной информации об исследовании, распознает такие ситуации и преобразовывает их в согласие. В ситуации, описанной ниже, респондент испугалась дать ответ на сенситивный личный вопрос о составе своего домохозяйства. Женщине 84 года, и она молчаливо отказывается называть тех, кто с ней проживает (**реплики 2, 4**). Интервьюер пытается помочь респонденту ответить (**реплика 3**), в следствие чего женщина хочет уйти от вопросов и прекратить взаимодействие, сетуя, что она — человек неинтересный (**реплика 6**). Интервьюер замечает это напряжение в общении, замедляет свой тон, дважды повторяет свои фразы «очень», «зря вы так», понимает, что нужно внести в разговор ясность, снять градус напряжения (**реплика 7**), предоставить респонденту всю необходимую информацию об исследовании. Респондент не выдерживает и задает вопрос, который, видимо, волновал ее уже некоторое время: есть ли у звонящих ее адрес (**реплики 8, 12**), а также спрашивает, могут ли быть какие-либо последствия (**реплика 10**). Интервьюер развернуто объясняет ей процедуру опроса, анонимность, особенности отбора и предоставления результатов исследования (**реплики 13, 15, 21, 23, 27**). Этот разговор занимает более трех минут, но он позволяет интервьюеру развеять все сомнения респондента, сконструировать действительно информированное и добровольное согласие.

Ф 24

1. И: Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?
2. Р: (молчит)
3. И: Ну, это племянники, внуки, кто это?..
4. Р: Нет, просто очень хорошие знакомые.
5. И: Угу (отмечает).
6. Р: Я думаю, что это, наверное, не очень интересно, человек вам... я.
7. И: Почему? Очень даже интересный, очень. Зря вы так думаете. Зря вы так думаете. Будет еще целый ряд вопросов, мы ничего личного не спрашиваем...
8. Р: Я что хочу сказать, это ведь мой адрес у вас?

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

9. И: Нет. Откуда...
10. Р: Это никаких последствий, никаких...
11. И: Абсолютно ничего не будет...
12. Р: Никаких прописки... ни прописки, ничего нет?
13. И: Нет, нет, нет, ничего ни спрашивать будем, ни проверять ничего не будем. Мы вообще не знаем, куда мы звоним, поэтому мы и спрашиваем. Мы звоним вообще по всей России. Мы, это, действительно, исследование, это...
14. Р: Но у вас же телефон записывается?
15. И: Нет, это все не сохраняется.
16. Р: Вот вы позвонили, случайно набрали.
17. И: Да.
18. Р: И он больше не повторится.
19. И: Нет, больше не повторится.
20. Р: Ну, да, извините, я не так сказала...
21. И: Ничего, ничего, не волнуйтесь. Ничего не сохраняется, все ответы ваши, как и ответы других участников, будут использованы только в обобщенном виде.
22. Р: Ну, понятно...
23. И: После статистической обработки вот по возрастам, по регионам и так далее, и тому подобное. Конкретного адреса вашего нигде не будет указано.
24. Р: Прекрасно, прекрасно.
25. И: Никто этого и не спрашивает, и не знает.
26. Р: Прекрасно, прекрасно. Но вот видите, раз вы знаете телефон, вы позвонили, вы телефон записали. Значит...
27. И: Нет, мы не знаем, куда мы позвонили. Мы позвонили, открылась анкета, мы начинаем беседовать и все. У нас компьютер набирает телефон случайным образом, а мы просто беседуем с людьми. И всё, и больше ничего...
28. Р: Спасибо. Спасибо.
29. И: Угу. Поэтому не волнуйтесь, пожалуйста, ничего, никаких последствий не будет. Мы [неразборчиво] работа, мы здесь работаем по многу лет, никому никогда плохо не было от этого, поверьте. Это, действительно, проводятся исследования такие социологи-

ческие о том, как вот люди отвечают, как... о качестве жизни людей.

30. Р: Понятно.

Совсем другая риторика в следующем примере: в анкете есть большой блок про физические и ментальные ограничения здоровья, и респондент бодро отвечает на них, что никаких проблем со здоровьем, которые могли бы ее ограничивать, нет. На каждый вопрос она дает аргументированный, подробный ответ (например, **реплика 2**). Наконец, не выдерживает и отвечает, что все у нее нормально, что все она может делать самостоятельно, и, более того, еще и занимается огородом (**реплика 5**). Интервьюер видит, что эти вопросы несколько утомили респондента, что она не понимает, почему ей, физически активной пожилой женщине, задают столько странных и дотошных вопросов, когда она уже ответила, что все хорошо. Интервьюер уважает своего респондента, понимает, что необходимо прояснить ситуацию, показать, что слушает и слышит собеседницу, и решает дать общую информацию об исследовании (**реплика 6**).

Ф 57

1. И: Скажите, пожалуйста, есть ли у вас следующие проблемы: проблемы со зрением даже при ношении очков?
2. Р: Да ну! Я еще в иголку вдеваю!
3. <...>
4. И: Трудности при самообслуживании, одевании, приеме душа? Да, нет?
5. Р: Да нормально все! Я сама всё. Я сама всё делаю, вы что. Я и на огороде вожусь.
6. И: Ну понятно. Но видите, мы людей разных возрастных групп опрашиваем, поэтому вопросы построены для всяких возрастных групп, разные бывают у людей и заболевания.

X 11. Ответы на вопросы респондента (Ф 56, Ф 82, Ф 83, Ф 94)

Часто вопросы анкеты вызывают у респондентов встречные вопросы, например, как отвечать, зачем это нужно, что это значит, кто это придумал. Задача интервьюера в таком случае — ответить на вопрос респондента, хоть это и будет временной сменой ролей вопрошающего и отвечающего. Важно, чтобы интервьюер был морально готов оказаться в роли отвечающего, с чем бывают сложности у неопытных интервьюеров, а также знал, как ответить на вопрос. Для этого составителям анкеты необходимо объяснять не только каждый конкретный вопрос (это относится к взаимодействию на уровне респондента и анкеты, то есть к техникам получения целевой информации), но и в целом замысел исследования. Уважение к праву респондента задавать вопросы, интересоваться исследованием, запрашивать необходимую информацию — ключевая обязанность профессионального интервьюера.

Вопрос о возрасте респондента в начале интервью (**реплика 1**) актуализировал область информированного согласия, и респондент спрашивает, зачем у него это спрашивают (**реплика 2**). Интервьюер реагирует на запрос и начинает объяснять, почему в данном исследовании необходимо узнавать возраст (**реплика 3**), что есть разные возрастные группы. Она продолжает говорить, пока ее не перебивает респондент, получивший достаточное количество информации для принятия решения.

- Ф 56**
1. И: Скажите, пожалуйста, сколько вам полных лет?
 2. Р: А зачем вам это?
 3. И: Ну, мы проводим определенных возрастных групп опросы, обобщаем данные по возрастным группам, поэтому спрашиваем возраст. Эта информация ни...
- 286**
4. Р: ...шестьдесят...

Иногда вопросы респондентов возникают в момент пауз в телефонном интервью, например, когда интервьюер вносит данные ответа на открытый вопрос. Это происходит, чтобы заполнить возникший перерыв в разговоре и прервать неуютную, «давящую» тишину. Так, интервьюер записывала ответ на вопрос о болезнях, которые сильно мешают респонденту, в разговоре повисла пауза — и респондент предположил, что интервьюеру с ним неинтересно беседовать (**реплика 6**). Интервьюер предупредила, что ей нужно записать ответ (**реплика 5**), но респондент не очень поняла, почему вдруг темп разговора изменился. Интервьюер тут же реагирует на реплику, и объясняет, пусть и не очень гладко и связно (вероятно, она все еще фиксировала ответ), что ей наоборот нравятся люди в возрасте, имеющие жизненный опыт, с которыми интересно поговорить (**реплика 9**)

Ф 94

1. И: А есть ли у вас болезни, которые мешают, сильно мешают? Если да, то какие?
2. Р: Гипертония, злостная гипертония.
3. И: Только гипертония или еще что-то?
4. Р: Ааа, ишемическая болезнь сосудов головного мозга, ну это все тоже к гипертонии относится. И ишемия сердца, конечно.
5. И: (Пауза 4 сек.) Так, сейчас, запишу это. (Пауза 2 сек.)
6. Р: Даже не интересно со мной беседовать, да?
7. И: Почемууу? (Пауза 2 сек.)
8. Р: Да... такие болячки
9. И: Ну... это всё... не скажу интересно... Наоборот, мне очень люди... вот такие... возрастные очень нравятся, от них можно столько... интересный... собеседник.

Миллер и Каннел отмечают, что во время интервью респондентам необходимо получать обратную связь от интервьюера о том, как они справляются с возложенной на них ролью.

Реакция, которую респондент получает на свой ответ, влияет на его дальнейшее поведение в интервью [Miller, Cannel, 1982, р. 255–256], поэтому важно, чтобы при запросе такой информации интервьюер мог дать аргументированный и подходящий ответ.

X12. **Статусность исследования**

(Ф 68, Ф 82)

Сообщение о том, что именно данный респондент нужен для участия в исследовании, повышает не только статус опроса, но и статус самого респондента, «настраивает его на серьёзное отношение к исследованию, играет роль комплимента, положительной оценки, лести в хорошем смысле» [Ипатова, Рогозин, 2014, с. 34]. Часто техника повышения статуса опроса используется в момент уговора на участие в опросе, как это произошло во фрагменте, приведенном ниже. Респондент не отказывается от участия, но высказывает свое сомнение и интересуется длительностью опроса (**реплика 4**). Эта фраза — сигнал для интервьюера, что категорического отказа нет, что респондент идёт на диалог. Интервьюер принимает единственно правильное решение — пытается уговорить пройти опрос. В этой же фразе интервьюер поднимает статус интервью до исследования, дважды назвав это слово, как бы намекая на важность и высокий статус происходящего взаимодействия, что все ответы будут учтены и проанализированы в обобщенном виде. В итоге на прямой запрос помочь респондент соглашается.

Ф 82

1. И: Здравствуйте!

288

2. Р: Здравствуйте!

3. И: Вам удобно говорить? Мы проводим опрос об уровне жизни и здоровье людей. Ответьте, пожалуйста, на наши вопросы. Мы опрашиваем граждан России от 18 лет и старше. Вы найдете время поучаствовать в нашем опросе?
4. Р: Ой, не знаю. Длинный опрос?
5. И: Ну, минут 15. Было бы очень, конечно, хорошо, если бы смогли бы поучаствовать в нашем исследовании. Все данные будут конфиденциальны и проанализированы в обобщенном виде, все ответы учтены. Поучаствуете? Поможете в нашем исследовании?
6. Р: Ну, да.
7. И: Спасибо вам большое!

Техники конструирования информированного согласия помогают интервьюерам успешно решать многие из поставленных перед ними задач. Во-первых, при информированности собеседника вероятность успеха коммуникации повышается. Во-вторых, описание особенностей и важности исследования создает контекст для разговора, помогает респонденту более осознанно и ответственно подходить к своей роли отвечающего. Наконец, соблюдается этическое требование к раскрытию информации об исследовании.

Выводы

Во многом именно от коммуникативных приемов интервьюера зависит успешность интервью, которая измеряется не только полностью заполненной анкетой, но и релевантностью полученных ответов, информированным согласием на участие и положительным эмоциональным шлейфом, оставшимся у обоих участников разговора.

Для успешной работы интервьюеру не требуются какие-то сверхъестественные таланты или способности, достаточно адекватно и дружелюбно, качественно и заинтересованно делать свою работу, по-человечески относиться к собеседникам, уметь слышать собственную речь. Однако при всей простоте максим эффективной коммуникации, выполнение их связано с рядом трудностей и требует некоторой подготовки. Инструкции и рекомендации могут исходить не только от экспертов, получивших лингвистическое, социологическое или психологическое образование. Тренером для своих коллег может быть человек, эмоционально переживающий встречу с респондентом и принимающий решение об адекватности получаемых ответов, человек, выбравший в качестве своей специализации работу интервьюера.

Но лучшим тренером будет сам интервьюер, если он научится опознавать лучшие практики, фиксировать их и рассказывать о них. Умение увидеть свое мастерство есть признак такового. Неосознанные, спонтанные поступки имеют малую ценность, поскольку их повторение не зависит от совершающего поступки. Правильные решения обретают свою силу только тогда, когда они устойчивы к любым внешним проявлениям и угрозам. Чтобы услышать собеседника, нужно уметь слышать себя. Только тогда можно избежать эффекта интервьюера, очистив речь собеседника от собственных домыслов и догадок, которыми изобилуют воспринимаемые на слух реплики.

К сожалению, в России проводится слишком мало публичных мероприятий, посвященных опросной методологии. Исключения редки и не систематичны. См., например: [Корытникова, 2012; Баскакова, 2016; Ирсетская, Китайцева, 2017; Ломакин, 2017]. Потому у полевых интервьюеров практически отсутствует возможность профессионального роста через обучение, коллективные обсуждения, восприятие опыта коллег. Обсуждение лучших

практик и решений — один из наиболее востребованных форматов для решения таких задач. Развитие его есть приоритетная задача методистов, занятых в отрасли массовых опросов.



V

Неправильные решения (плохо)

Между слушателями произошел разговор, и хотя они говорили по-русски, я ничего не понял, настолько он был загадочен.

Михаил Булгаков
«ТЕАТРАЛЬНЫЙ РОМАН»

Труд полевого интервьюера — сложное ремесло, требующее не только постоянной тренировки, но и работы над собой, рефлексии. Использование успешных коммуникативных приемов, чуткость и умение распознавать реакции респондента, правильная работа с вопросами анкеты, — все приходит из осознанного, переработанного опыта. Ситуации, в которых особенно заметно интервьюерское мастерство, по большей своей части связаны с отклонением от стандартизации, и задача-максимум профессионального интервьюера заключается в том, чтобы в рамках нестандартной ситуации успешно отыграть все возложенные на него роли.

Уже более полувека в опросной традиции доминирует когнитивный подход, согласно которому на респондента ложится тяжелая когнитивная нагрузка. Другими словами, участие в опросе требует активизации сложных когнитивных процессов, отдают себе в этом отчет собеседники или нет. Восприятие вопроса, поиск в памяти актуальной информации, оценка ее адекватности для текущего интервью, формулирование и произнесение ответа — лишь наиболее крупные когнитивные процессы, которые сопутствуют ответу на анкетный вопрос [Tourangeau, Bradburn, 2010, p. 315, 318–324]. Неудивительно, что управление и координация этими процессами требуют от интервьюера мобилизации различных навыков, умений, ролевых позиций. Из текущих наблюдений за работой интервьюеров мы выделили три наиболее востребованных роли: модератор, собеседник и контролер (см. табл. 1, с. 44–45).

В главе «Правильные решения (хорошо)» перечислены положительные практики решения сложных ситуаций, ремонта коммуникативных сбоев. К сожалению, не всегда эти практики актуализируются в нужный момент, что приводит к коммуникативным неудачам и сбоям. Если у интервьюера нет привычной и отработанной, отрефлексированной, понятой и принятой практики распознавания и решения проблемы, на ее место приходит практика производства ошибок и смещений. Таким образом, мы

рассматриваем ошибки и неудачи не как онтологические сущности, не как вещи, которые «живут» сами по себе, а как противоположности успешным практикам, как пропуск или отказ от правильных решений. Иными словами, отсутствие каждой из обозначенных успешных практик создает свою ошибку, поэтому необходимо рассматривать их во взаимосвязи, как парные независимые альтернативы, но не как дуальные пары, поскольку и успешные, и ошибочные практики (как методологические конструкции) могут иметь разные парные альтернативы.

Норман Брэдберн — один из основоположников когнитивного подхода к опросному инструменту — в 1960-х стал известен благодаря революционным исследованиям субъективного благополучия [Bradburn, 2016, p. 326]. Его подход радикальным образом отличался от всего, имевшего в те годы отношение к измерениям счастья и удовлетворенности жизнью. А именно: Норман Брэдберн не рассматривал счастье и несчастье как диаметрально противоположные значения одной шкалы. Он увидел во множестве негативных и позитивных переживаний человека совокупность независимых переменных, измерением которых и занялся. Так была сконструирована знаменитая Шкала сбалансированных эффектов (Affect Balance Scale, ABS), послужившая аналогом целого направления в изучении субъективного благополучия [Bradburn, 1969].

Аналогичным образом мы видим особенности работы полевых интервьюеров. Ошибки и успехи можно рассматривать как ряды независимых событий. Допущенный промах не означает невозможность получения позитивного опыта, достижения лучшей практики. Полевой интервьюер, независимо от уровня квалификации, совершает множество коммуникативных ошибок. Успешный и опытный интервьюер отличается от новичка лишь тем, что наряду с ошибками, у него на профессиональном счету накапливаются достижения. И вес последних с каждым исследовательским проектом растет.

Ошибки — это поле для профессионального роста. Надо научиться их видеть, регистрировать, обсуждать, наконец, гордиться ошибками. Только этот путь позволит узнать что-то новое о своей профессии, о мире, о себе.

Ошибки получения целевой информации

Коммуникативные сбои, связанные с получением целевой информации от респондента, обычно вызваны непониманием или неправильным пониманием вопросов анкеты [Schober, Suessbrick, Conrad, 2018], а также с отказом от ответа. Здесь могут быть разные ситуации: респондент неправильно отвечает на вопрос, затрудняется с ответом или вовсе отказывается отвечать. Под неправильным ответом мы понимаем ответ, противоречащий ранее сказанным словам респондента при условии, что ситуация не прояснена (ошибка интервьюера — не заметить логическое противоречие), ответ не на весь или на другой вопрос (ошибка интервьюера — неправильное объяснение вопроса, неправильное уточнение ответа). Также важно отметить, что отказ респондента отвечать на вопрос сам по себе ошибкой не является (и, соответственно, не маркирует интервьюера как непрофессионального), в данном случае мы рассматриваем именно те ситуации, когда полученный отказ был косвенно или напрямую связан с поведением интервьюера.

Схематично реакции интервьюера, конструирующие неадекватный ответ (плохо) и адекватный ответ на вопрос (хорошо), представлены на **рис. 4**.

Мы выделяем следующие ошибочные реакции на коммуникативные сбои, связанные с получением целевой информа-

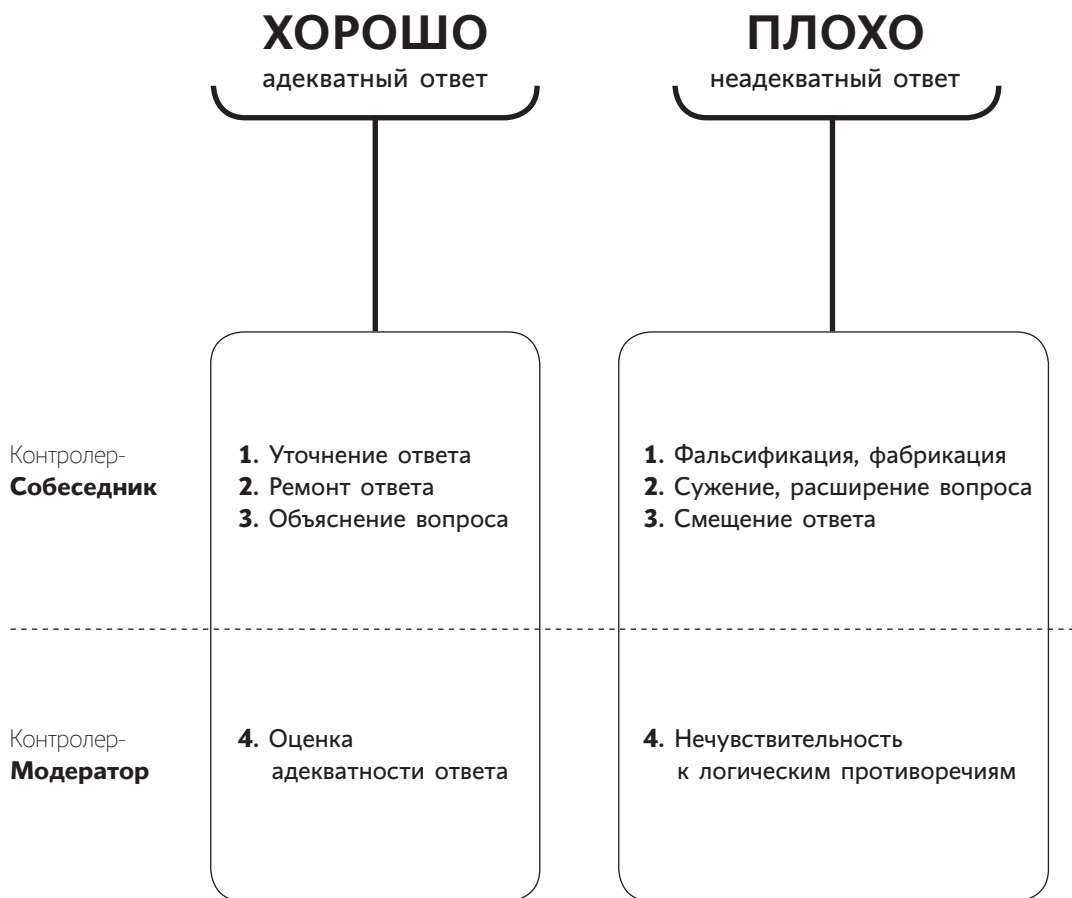


Рис. 4. Реакция на коммуникативные сбои, связанные с получением информации

ции: 1) фальсификация или фабрикация ответа (как отсутствие практики ремонта неответа); 2) сужение или расширение вопроса (как отсутствие практики объяснения вопросов); 3) смещение ответа (как отсутствие практики уточнения ответа); 4) нечувствительность к логическим противоречиям (как отсутствие практики оценки адекватности ответа). Рассмотрим каждую из них подробнее.

П1. Фальсификация / фабрикация (Ф 18, Ф 21, Ф 22, Ф 55, И 11)

Ситуации, в которых можно говорить о фабрикации или фальсификации, напрямую связаны с поведением интервьюера, а именно с его решением самостоятельно изменить или создать ответ на вопрос вместо респондента или вместе с ним [Biemer, Stokes, 1989; Bredl, Winker, Kotschau, 2012; Рогозин, Ипатова, 2015; Рогозин, Картавцев, Галиева, Выюговская, 2016]. Фальсификация — это намеренное искажение данных: например, когда интервьюер выбирает не тот ответ, который назвал респондент, а другой, чтобы обойти большой блок вопросов. Фабрикация — это придумывание, выдумка данных [Khadem-Rezaian, Dadgarmoghaddam, 2017, p. 1374], и в стандартизированном интервью, вне зависимости от того, что ведется аудиозапись взаимодействия, некоторые интервьюеры все равно пропускают вопросы или заполняют до конца прерванные интервью (если технически есть такая возможность).

Крайние случаи недобросовестной работы интервьюеров мы рассматривать не будем (лишь в конце раздела приведем индикаторы обнаружения подобных фальсификаций), поскольку они не являются отсутствием успешной практики, а представляют собой целенаправленные, порой коллективные способы

«альтернативной» организации исследований. Мы хотим описать те ситуации, с которыми можно работать, поставив в центр внимания поведение интервьюера, связанное не с намерением навредить, а с непониманием, как можно улучшить свою работу, избежать напрашивающихся фальсификаций и фабрикаций.

К сожалению, такого рода фабрикация опознаются намного тяжелее и реже, нежели фабрикация массовые, предпринимаемые на большом объеме анкет [De Haas, Winker, 2016, p. 649]. Исследователи зачастую могут годами не подозревать о смещениях, заложенных в дизайн опросного инструмента и поддержанных молчаливой оптимизацией интервьюеров.

Приведем пример того, как один интервьюер массово фабрикует данные в анкетах, причем делает это из лучших побуждений, будучи уверенным в том, что исправляет ошибку, допущенную составителями анкеты (**И 11**).

И 11

Сначала ты у человека спрашиваешь его доход, а при отказе ты опять должна спросить доход, но уже в интервалах. Но он мне уже отказался назвать свой доход! Там просто ошибка в анкете, надо поменять, в первом вопросе поставить вариант «Затрудняюсь ответить», а уже во втором — «Отказ», а не наоборот. Я с этим даже к менеджеру подходила. Мне сказали, что нужно от человека добиться отказа. Я сказала, что я-то добьюсь отказа, но почему я должна спрашивать второй вопрос, если уже получила отказ? И я на второй вопрос сама ставлю «Затрудняюсь ответить» и задаю следующий вопрос. И попробуйте мне вернуть эти анкеты!

В приведенном выше примере интервьюер полностью уверен в своей правоте. Она пытается сохранить респондента и сделать взаимодействие удобнее для него. Это ключевая проблема организатора исследования, потому что узнать о такой ошибке довольно сложно, а искажения она может вносить значительные. Любопытно, что данный интервьюер обращалась с просьбой из-

менить анкету к своему супервайзеру, но развития эта ситуация не получила. Фактически имеется тотальное непонимание процедуры и методологической основы исследования. Ни интервьюер, ни супервайзер не знают причины таких вопросов. Находясь на передовой, контактируя с респондентом, они не знают, что именно такой способ задавать вопросы о доходах применяется для тех респондентов, которые отказываются назвать общую сумму, но могут назвать интервал, и опускать второй вопрос категорически нельзя. Более того, именно его нужно задавать максимально мягко, с использованием эмпатии, снижая давление на респондента. Такая ошибка происходит из-за незнания, потому принципиально важно, «чтобы интервьюер понимал, что он нарушает исследовательскую процедуру, которая может привести к искажению данных, что возможно только в том случае, если он является участником процесса исследования, а не просто „сборщиком данных“» [Ипатова, 2014, с. 38–39].

Приведенная выше практика ситуативных поправок и доработок анкеты, которые делают полевые интервьюеры, довольно распространена. Именно такой случай мы обнаружили в одном интервью (**Ф 55**): мужчина отказывается отвечать на вопрос о доходах семьи, и когда подошел черед вопроса о личном доходе, интервьюер попыталась отремонтировать возможный неответ вопросом «Будете говорить?» (**реплика 1**). Респондент задумывается, на что указывает его «mmm» (**реплика 2**), но выбирает отказ от ответа. Интервьюер повторяет его ответ, и решает пропустить следующий вопрос с интервалами.

- Ф 55** 1. И: Если говорить о последних 12 месяцах, какую сумму составляет ваш заработок в среднем, в расчете на 1 месяц, на этой работе? Будете говорить? (Респондент ранее отказался отвечать на подобный вопрос о доходах всей семьи.)
- 300 2. Р: Мmmm, нет.

3. И: Нет. Идем далее. Так. (Интервьюер пропустила следующий вопрос «Не могли бы вы хотя бы примерно оценить размер вашего заработка в месяц — 10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100 или более 100 тысяч рублей?»)

Конечно, вопросы про доходы крайне сенситивны, или щепетильны (по Андреевской), они часто вызывают срыв коммуникации, приводят к прерванным интервью [Мягков, 2002; Рогозин, Мануйльская, Климов, 2006; Алашеев, 2015; Андреевская, 2017]. Поэтому интервьюеры, если видят напряжение в общении и боятся потерять респондента, не довести интервью до конца, решают пойти более безопасным путем и уйти от неудобных вопросов. В данном случае имеет место негативный опыт интервьюера: в предыдущем интервью именно на этом месте была прервана анкета. Обе эти ситуации говорят, помимо прочего, еще и о том, что вопросы о доходах травматичны для данного интервьюера, что тоже требует отдельной проработки.

Приведем еще один классический пример выбора ответа за респондента, когда интервьюер не хочет рисковать, провоцировать, идти на возможный конфликт (**Ф 22**). Респонденты стремятся выбирать нейтральные оценки или средние шкальные значения, поэтому вопрос, в котором такая возможность отсутствует, может вызывать сбои. Так, в вопросе использована четырехчастная категориальная шкала с отсутствием среднего положения: «хорошее, скорее хорошее, скорее плохое, плохое» (**реплика 1**). Сам вопрос непростой, требует некоторого размышления и обдумывания, что и начинает вслух делать респондент (**реплика 2**): он говорит об общем народонаселении, про 90-е годы, потихонечку формулируя свою мысль. Мы видим, что готовой оценки у него нет, он строит свои аргументы и уже почти приходит к решению (**реплика 2**), но не очень уверенно. Интервьюер останавливает поток размышлений, возвращая его к предложенным закрытиям: «хорошо» или «плохо» (**реплика 3**).

Респондент тут же закрывается, видя, что его размышления никто не слушал, что ему нет смысла в дальнейшем «напрягаться» и искать ответы для сложных вопросов. Поэтому от сразу хочет уйти от оценки и интересуется «нейтральным» вариантом. Интересно, что он спрашивает у интервьюера, есть ли такой вариант, то есть ищет у нее поддержки своего решения, пробует посмотреть, пройдет ли такое решение (**реплика 4**). Интервьюер, вероятно, не понимая, что сама провоцирует затруднение в оценке и коммуникативный сбой, решает «помочь» респонденту и решить вопрос: она сообщает ему, что «поняла» его и самостоятельно выставляет вариант «Затрудняюсь ответить» (**реплика 5**).

Ф 22

1. И: Как вы считаете, каково в целом отношение населения... населения к предпринимателям, бизнесменам — скорее хорошее ... хорошее, скорее хорошее, скорее плохое или плохое?
2. Р: Нуууу... я считаю, большое народонаселения у нас еще из 90-х вышло, оттуда все считают, что мы барыги... наверное...
3. И: Вот из этих вариантов: хорошее, скорее хорошее, скорее плохое или плохое, какое... какое отметить?
4. Р: Нейтральное... есть такое?
5. И: Поняла вас. Идем дальше. (Задаёт следующий вопрос.)

Подобные «нечеткие» значения шкал зачастую вызывают затруднения у респондентов [Bradburn, Miles, 1979; Al Baghal, 2014], что приводит к неопределенным, не укладывающимся в предлагаемую шкалу ответам, либо, как в текущем примере (**Ф 22**), переводу ответа в некоторый оценочный нарратив. Поэтому в подобных ситуациях от интервьюера требуется повторить предложенные варианты, попросить склониться к положительной или отрицательной оценке, грамотно и осторожно уточнить ответ. Данный интервьюер предпочитает самостоятельно выбрать ответ, считая, что тем самым отразит мнение респондента, сэкономит время, не будет докучать расспросами и вызывать недовольство.

У исследователей не всегда есть возможность анализа каждой аудиозаписи стандартизированного интервью. Поэтому активно разрабатываются косвенные, статистические методы обнаружения фальсификаций и фабрикаций, допускаемых интервьюерами. Самуэль Де Хаас и Петер Винкер, опираясь на работы коллег, предлагают проведение кластеризации наиболее типичных статистических признаков, сигнализирующих о возможных нарушениях [De Haas, Winker, 2016, p. 656]. Они рекомендуют включать в анализ следующие признаки:

(1) Частота выбора крайних значений шкальных вопросов. Высокий процент указывает на честное проведение процедуры, поскольку фальсифицирующий данные интервьюер старается избегать крайних значений [Porras, English, 2004]. (2) Частота выбора средних значений в шкальных вопросах с нечетным количеством значений шкал. Высокий уровень значений свидетельствует о фальсификациях, поскольку фальсифицирующий данные интервьюер избегает крайних значений и стремится к средним [Stroffinger, Oppen, 2011]. (3) Большое количество согласий, независимо от положительной или отрицательной формулировки вопроса указывает на честное прохождение процедуры. Респонденты склонны соглашаться с предлагаемыми вопросами [Messick, 1967]. (4) Стандартное отклонение по всем закрытым снижается на сфабрикованных анкетах, поскольку фальсификаторы следуют стереотипам [Reuband, 1990]. (5) Частота выбора вариантов ответов, позволяющих пропустить ряд последующих вопросов. Фальсификаторы экономят время на заполнение анкеты [Hood, Bushery, 1997]. (6) Более редкий выбор категории «другое» с необходимостью пояснить (в полужакрытом вопросе) связан с экономией времени у фальсификаторов [Hood, Bushery, 1997]. (7) Больше пропусков открытых вопросов и наличие однотипных формулировок ответов [Bredl, Winker, Kotschau, 2012]. (8) Частота округлений цифровых значений в открытых вопросах по той же причине [Tourangeau et al, 1997].

(9) У фальсификаторов снижается частота выбора первых двух вариантов ответа в предлагаемом списке. Респонденты склонны останавливаться на первых вариантах, отклоняя последующие. Особенно это касается больших списков закрытий. [Krosnick, Alwin, 1987]. (10) Реже выбирается последний вариант ответа при вербальном озвучивании всех альтернатив. Если процедура выполняется корректно, респонденты чаще запоминают последнее и отдают ему предпочтение [Krosnick, Alwin, 1987].

Список признаков можно продолжить. Каждое исследовательское подразделение, занимающееся полевыми работами, должно постоянно расширять этот перечень и тестировать подобные индикаторы недобросовестного подхода к опросу. Тогда появляется возможность избирательного контроля и адресного взаимодействия с наиболее подозрительными, нетипичными в своем поведении интервьюерами.

П2. Сужение / расширение вопроса

(Ф6, Ф47, Ф84, Ф86, Ф98)

Другая частая ошибка интервьюеров связана с собственным непониманием вопроса анкеты. Это приводит к тому, что при попытке объяснить вопрос или уточнить ответ интервьюеры меняют формулировку, привносят в нее новые смыслы, то есть расширяют вопрос, или же редуцируют его до какой-то его части. В таких ситуациях исходный смысл вопроса может быть полностью искажен, и даже при прослушивании ответа респондента восстановить его позицию часто не представляется возможным. Это касается практически всех типов вопросов, даже фактологических: например, когда вместо общего трудового

стажа вопрос редуцируется до стажа, указанного в трудовой книжке. Интервьюерам кажется, что формулировки вопросов сложные, перегруженные, не очень понятные на слух, и что убери они какую-то незначительную, с их точки зрения, часть вопроса, смысл не поменяется. Эту ошибку совершают многие интервьюеры, особенно те, кто не осознает, что сложности при восприятии вопросов зачастую связаны не с анкетой, а с тем, как они прочитали и проинтонировали вопрос. Другими словами, респондент воспринимает не записанный, а произнесенный вопрос. И качество произнесения играет решающую роль в адекватности восприятия последнего.

Другая ошибочная практика — превентивное изменение формулировки вопроса, когда интервьюер пытается сразу упростить вопрос, задать его в более «понятном» варианте. Так, при заполнении карточки домохозяйства от интервьюера требуется указать степень родства всех членов домохозяйства по отношению к респонденту (**Ф86**). Для этого там предложены две четкие и однозначные категории по отношению к детям: «Родной ребенок или официально усыновленный, приемный» и «Ребенок супруга, неусыновленный».

Ф86

1. И: Сколько человек живет в вашем домохозяйстве, включая вас, включая маленьких детей и временно отсутствующих. Я уточню, что домохозяйство — родственники или близкие люди, проживающие вместе и имеющие общий или частично общий бюджет, и как следствие — траты.
2. Р: Пятеро.
3. И: Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?
4. Р: Ну, жена и трое детей.
5. И: А это все дети это вот именно вот ваши, нажитые, грубо говоря, или какие-то дети есть именно только супруги?
6. Р: Ну, один мой ребенок, один ее ребенок и один совместный.
7. И: Угу, я поняла.

У респондента жена и трое детей (**реплика 4**), но интервьюер решает не использовать предложенную в анкете формулировку и задает вопрос сам (**реплика 5**). Не удивительно, что говоря на сенситивную тематику, интервьюер не может сходу придумать лаконичную и понятную формулировку, поэтому выходит нечто малосвязанное и не очень вразумительное (**реплика 5**). Коммуникативного сбоя не происходит, и респондент дает ответ на вопрос, который, в свою очередь, не попадает в закрытия. Остается неизвестным, усыновлен ли ребенок супруги или нет? Интервьюер этот момент решила не уточнять. Получилось, что она создала риск сбоя, отошла от анкеты, но это не сильно прояснило ситуацию с точки зрения получения целевой информации. Очевидно, что поведение интервьюера было ошибочным: она явно почувствовала необходимость как-то по-особому взаимодействовать с данным респондентом, но отсутствие опыта и положительных практик решения сложных ситуаций не позволили ей успешно это сделать.

Еще один пример неправильной работы с вопросами анкеты предоставил нам другой интервьюер. В анкете предложен блок вопросов о состоянии здоровья и обращение за медицинской помощью (**Ф 47**). Молодой мужчина 38 лет очень кратко, без аргументации отвечает на вопросы, что, по всей вероятности, создает у интервьюера ощущение его не особой включенности в разговор. Респондент оценивает своё здоровье как «скорее плохое» (**реплика 2**), но при этом он отмечает, что за последние три года не проходил диспансеризацию (**реплика 4**). Интервьюер каждый раз повторяет ответ за респондентом (**реплики 3, 5**), и это начинает бросаться в глаза, становится речевой избыточностью. Не очень понятно, почему интервьюер это делает, но заметно, что она несколько отстранена — возможно, ситуация напоминает ей что-то личное, о чем она думает во время интервью. Она по инер-

ции продолжает задавать вопросы анкеты (реплика 5), и тут внезапно добавляет к анкетному вопросу свой. Зачем она это делает, какой ответ хочет получить — неизвестно. Один из возможных вариантов — попытка помочь респонденту, проинформировать его, что диспансеризация бесплатна, что людей туда приглашают, и гипотетически он, молодой мужчина с плохим здоровьем, который не обращается за помощью к врачам, мог бы ее пройти.

Ф47

1. И: Как бы вы в целом оценили состояние вашего здоровья — как хорошее, скорее хорошее, скорее плохое, плохое?
2. Р: Скорее плохое.
3. И: Скорее плохое. Проходили ли вы диспансеризацию за последние 3 года?
4. Р: Нет, не проходил.
5. И: Нет. Не проходили. Что вы в первую очередь предпринимаете при возникновении проблем со здоровьем? А почему вы не проходили? Вы не знали, да, что диспансеризация бесплатная в поликлинике?
6. Р: Ммм, я к врачам вообще не обращаюсь.
7. И: А вас не приглашали?
8. Р: Нет, наверное. Я вообще далек от этого.
9. И: (задает следующий вопрос)

Кроме того, она также может делать это из лучших побуждений, чувствуя напряжение в общении и пытаясь сделать беседу менее формальной, проявить участие, отвлечь респондента. Увы, никакого положительного эффекта такой отход от стандартизации не дал — наоборот, было впустую потрачено время. Смещения данных не произошло, но интервьюер нарушил правила ведения опроса и создал риск такого смещения. Если не будет извлечен опыт из ситуации, не скорректирована манера ведения интервью, риск ошибок измерения у интервьюера будет довольно высоким.

П3. Смещение ответа (Ф 18, Ф 43, Ф 52, Ф 66, Ф 74, Ф 98)

Следующая практика, напрямую связанная с неправильным объяснением вопросов интервьюерами, описанным выше — это смещение ответа респондента. Речь идет о случаях, когда вербальное поведение интервьюера напрямую влияет на полученный ответ и нет никакой возможности понять истинную, исходную позицию респондента. По сути это и называется «эффектом интервьюера» — смещение данных, вызванное личностью того, кто задает написанный вопрос [Мягков, Журавлева, 2006; Jaeckle, Lynn, Sinibaldi, Tipping, 2013; Beullens, Loosveldt, 2016; Nedelec, 2017; West, Blom, 2017; Nemeth, Luksander, 2018]. Такое смещение — угроза репрезентативности полученных данных, и анализ ошибок, допущенных в телефонных интервью, позволит подойти к этой проблеме, понять, где ошибки могут быть заменены успешными практиками получения целевой информации.

Итак, одной из частых причин смещения ответа респондента является отход от стандартизации, когда интервьюер выстраивает с респондентом хорошие эмпатические взаимоотношения, говорит с ним на одном языке, уходя от ситуации интервью в сторону обыденного разговора. В такой ситуации ему «и так все понятно», он настроен на своего респондента, принимает его позицию и обоснованно (как ему кажется) предполагает наиболее вероятный ответ. Действительно, опытный интервьюер зачастую может с довольно высокой точностью предсказать ответы респондента на многие вопросы.

Риски такой диспозиции в том, что, сам того не замечая, интервьюер начинает лидировать в диалоге, делая респондента ведомым, предлагает ему те варианты ответов и аргументации, которые он уже слышал ранее в этом интервью. Такое поведение не дает респонденту раскрыться, выйти за рамки уже сформирова-

рованного представления о том, как должно проходить интервью, он начинает не отвечать на вопросы, а соглашаться с тем, что ему предлагает интервьюер. Более того, иногда это заходит дальше: респонденты перестают выбирать варианты ответов, все чаще сомневаются и затрудняются, просят помощи у интервьюеров. Именно так произошло во фрагменте, представленном ниже (Ф66).

Ф 66

1. И: Какая примерно часть суммарного дохода домохозяйства была потрачена на питание в прошлом месяце — «менее трети», «от трети до половины», «примерно половина», «от половины до двух третей» или «более двух третей»?
2. Р: Ой, я даже не знаю... Ну... как это. Как это оценить...
3. И: Ну, у вас же огород свой, да? Там, картошка своя, все эти овощи.
4. Р: Картошка, соленья, варенья.
5. И: Молоко все свое, да? Ну, в магазин ходите, что-то покупаете. Понятно. Бананов хочется там, еще что-то хочется.
6. Р: Да, и детям фрукты хочется. И детям надо.
7. И: Конечно.
8. Р: Выделить деньги на питание.
9. И: Мы говорим только на питание в прошлом месяце. «Менее трети», «от трети до половины»...
10. Р: Ну... я не знаю.
11. И: Не можете назвать, не анализировали никогда, да?
12. Р: Не, я никогда так не анализировала. То одно, то другое.
13. И: По кучкам не раскладывали, да?
14. Р: Нет, не получается у меня по кучкам раскладывать (смех).
15. И: Поняла вас (смех).

Вопрос, требующий небольшой включенности и интеллектуальных усилий со стороны респондента, вызывает у последнего оторопь (реплика 2). Интервьюер при первом же затруднении выбирает активную позицию, и вместо того, чтобы подождать и дать респонденту время подумать, зачитать предложенный составителями анкеты комментарий к вопросу, начинает сам

конструировать ответ. Она вспоминает, что у респондента есть подсобное хозяйство, и предполагает, что тот выращивает на огороде картошку и другие овощи (**реплика 3**). Респондент тут же подхватывает и подтверждает слова интервьюера, добавляя к ответу домашние заготовки (**реплика 4**). Интервьюер продолжает дальше развивать «ответ», вспоминает о том, что у респондента «свое молоко» и допускает, что какие-то продукты респондент все же покупает в магазине, когда ему что-то хочется из фруктов (**реплика 5**). Респондент поддакивает и добавляет немного своего участия в построение ответа (**реплика 6**).

В целом вырисовывается картина полного взаимопонимания, сам разговор напоминает беседу двух друзей, но он все дальше уходит от анкетного вопроса. Интервьюер это чувствует и пытается вернуться к анкете (**реплика 9**). Респондент отказывается брать на себя активную роль, она готова продолжать разговор, но задумываться над ответами и формулировать их самостоятельно уже не хочет — роли в интервью уже распределены иначе. Интервьюер опять приходит на «помощь», предлагая готовые ответы респонденту (**реплики 11, 13**), с которыми та тут же соглашается (**реплики 12, 14**). В результате выстроена прекрасная эмпатия, создана ситуация полного взаимопонимания и позитива (смех в конце диалога это демонстрирует), но анкета как информационный повод для такой милой беседы остается в стороне. В данном случае нивелировать влияние интервьюера практически невозможно, и целевая информация, истинная позиция респондента нам остается не ясна.

Другой пример — изменение формулировки вопроса интервьюером при первом произнесении (**Ф52**) — наиболее грубая ошибка в стандартизированном интервью. В такой ситуации у респондента даже нет шанса услышать тот вопрос, который записан в анкете, в неискаженном виде, поэтому и ответ, который он даст, с большой степенью вероятности будет искажен. В вопросе

о доходах семьи интервьюер решает изменить исходную формулировку: «Скажите, пожалуйста, в прошлом месяце сколько примерно денег получили все члены вашей семьи, проживающие вместе с вами, включая зарплаты, пенсии, пособия, стипендии, любые денежные поступления? Нам нужно лишь приблизительное число». Вместо этого она просит респондента назвать приблизительный доход его семьи (**реплика 1**).

Ф 52

1. И: Скажите, пожалуйста, вот в прошлом месяце сколько примерно денег получили все члены вашей семьи... вот всё вместе если сложить, вот общие денежные поступления, сколько будет приблизительно число вот, то есть доход вашей семьи приблизительно?
2. Р: Мммм, ну, у меня где-то приблизительно тысяча 30.
3. И: Ага [неразборчиво].
4. Р: Да, и плюс пенсия отца. Ну, где-то около сорока, наверное.

Вопрос сенситивный, можно предположить, что таким образом интервьюер пытается адаптировать его, сделать более понятным для респондента, менее официальным. Гипотетически несколько неуверенная манера задавать вопросы может вызывать у части респондентов симпатию и повышать уровень кооперации с интервьюером, поскольку рушится коммуникативный барьер, выстраивается эмпатия, снимается напряжение от официоза и формального стиля ведения интервью. Но даже при этих условиях поведение интервьюера неверное: необходимо зачитывать вопрос так, как он дан в анкете. Если респондент затруднился, не понял вопрос, задал встречный вопрос, попросил повторить и так далее, то интервьюер может проявить некоторую самостоятельность, при условии, что останется в рамках стандартизации. Данный случай показывает обратное: формулировка изменена, не озвучены ключевые составляющие вопроса, упущено пояснение про членов семьи, проживающих вместе с респондентом. По сути, дан ответ на другой вопрос, и ответ

подробный: сначала респондент называет размер своего дохода (**реплика 2**), далее — пенсию своего отца (**реплика 4**). Это говорит о его готовности общаться на данную тему, потому такое превентивное изменение формулировки даже с точки зрения коммуникации не очень оправдано. С точки зрения получения целевой информации оно в корне неверно.

П4. Нечувствительность к логическим противоречиям (Ф 44, Ф 93, Ф 97, Ф 98)

Несколько отличается следующий тип ошибки интервьюера, а именно нечувствительность к логическим противоречиям. Это отличие заключается в том, что успешная практика, позволяющая избежать данной ошибки, — рефлексивная позиция интервьюера, который должен оценивать сказанное респондентом не только с точки зрения попадания в закрытия конкретного вопроса, но и с точки зрения здравого смысла и логического соответствия сказанному ранее. Очевидно, такая позиция противоречит установкам формалистов, считающим любую инициативу интервьюера ошибкой [Ноэль, 1993]. Многие анкеты разных опросных центров включают в себя именно это формальное требование: фиксировать ответ так, как он прозвучал, не задавая респонденту уточняющих вопросов, и одновременно поддерживая доброжелательный тон беседы.

Проблема заключается в том, что нейтральный и недирективный стиль интервьюирования зачастую недостаточно мотивирует и информирует респондентов. Участие в интервью — это редкое событие для многих людей, и они нуждаются в руководстве

и корректировке своего вербального поведения. Респондентам не будет ясно, что является адекватным ответом, до тех пор пока интервьюер будет придерживаться простых правил недирективного и дружеского общения. Более того, респонденты во многих исследованиях могут не знать элементарных фактов о целях исследования, особенностях организации и проведения опроса [Cannell, Miller, Oksenberg, 1981, p. 401].

Более того, в рамках формального подхода к стандартизированному интервью любая инициатива, исходящая со стороны интервьюера, наказуема, он рассматривается лишь как машина по задаванию вопросов. Это приводит к тому, что интервьюеры даже в очевидных ситуациях боятся оценивать адекватность ответа респондента и фиксируют сказанное им, даже если это противоречит здравому смыслу, информации, которую получил интервьюер в ходе беседы.

Норман Брэдберн указывает на три значимые ошибки, связанные с когнитивными особенностями респондента, которые перейдут в ошибки измерения в ситуации речевой стандартизации, без каких-либо попыток оценки адекватности ответа [Bradburn, 1983. p. 291]. Во-первых, мотивационные ошибки, или желание респондента произвести хорошее впечатление. Во-вторых, ошибки памяти, особенно если речь идет о незначимых, мимолетных событиях в жизни респондента, о чем он редко или никогда не задумывается. В-третьих, коммуникативные ошибки, связанные с непониманием вопроса и отсутствием каких-либо пояснений со стороны интервьюера.

Приведем простой пример (**Ф97**). Фактологический вопрос о наличии автомобиля у членов домохозяйства (**реплика 1**) вызвал у респондента собственные интерпретации. Он подумал, что факт обладания автомобилем приравнивается составителями анкеты к определенному уровню достатка (**реплика 4**). Поэтому он отвечает, что автомобиль есть, но он старый и был куплен

в молодости (**реплики 2, 4**). Интервьюер интересуется, на ходу ли этот автомобиль (**реплика 5**), что уводит респондента совсем в другое русло: он сообщает, что хоть автомобиль и на ходу, можно сказать, что его нет из-за того, какой он старый (**реплика 6**).

- Ф 97**
1. И: Есть ли у вас или членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, автомобиль?
 2. Р: Ну, автомобиль у меня есть, ему 32 года.
 3. И: Ага, поняла.
 4. Р: Ну, есть автомобиль, ну, это не так, что есть достаток, чтобы купить его, он 30 лет уже у меня, купил, когда был молодым.
 5. И: Ну, на ходу он у вас, да?
 6. Р: На ходу, но можно сказать, что и нету, потому что 85-го года выпуска.
 7. И: Можно сказать нету или есть? Как вы считаете?
 8. Р: Да можно сказать, что нету.
 9. И: Понятно. Дальше.

Интервьюер попадает в непростую ситуацию: она знает, что фактически автомобиль есть, но респондент только что сказал ей, что надо дать отрицательный ответ. Она находится в замешательстве и решает уточнить ответ у респондента еще раз (**реплика 7**), чем полностью снимает с себя ответственность (на ее взгляд) за принятие решения и возможную ошибку. В итоге в анкете фиксируется отсутствие автомобиля при фактическом его наличии. По сути, при обнаружении ошибки у интервьюера будет возможность апеллировать к респонденту, который сам выбирает отрицательный ответ. Но интервьюер упускает из виду тот факт, что отрицательный ответ был дан совсем на другой вопрос: «Можно сказать нету или есть?» (**реплика 8**).

Еще один аналогичный пример — в ответе на вопрос о количестве близких родственников и друзей, проживающих отдельно от респондента, фиксируются и те родственники, кото-

рые проживают вместе с респондентом (Ф98). Интервьюер, сама запутавшись в своих объяснениях вопроса и подсчетах близких родственников, не оценивает ответ респондента с точки зрения логики и сказанного ранее. У респондента четверо детей, она проживает с одной дочерью и ее семьей. На вопрос, есть ли еще родственники и друзья, не проживающие с ней, она отвечает не готовым числом, а называет их статус (реплика 6).

- Ф 98**
1. И: Сколько человек, включая вас, живет вместе с вами в одной квартире, доме?
 2. Р: Нас четверо.
 3. И: Четыре человека. Скажите, пожалуйста, кем они вам приходятся?
 4. Р: Моя дочь, зять и внучка. <...>
 5. И: А есть ли у вас близкие родственники, друзья, проживающие не с вами, в другом доме, квартире, городе? Если да, то сколько?
 6. Р: Есть у меня. У меня два сына, еще дочь, внуки, внучки.
 7. И: Но вот сколько близких родственников мы с вами можем посчитать?
 8. Р: Они у меня все близкие.
 9. И: Ну, вот это сколько человек будет?
 10. Р: Ну, как вам сказать, сколько человек. Четверо детей...
 11. И: Угу.
 12. Р: Внуков восемь. Правнучка одна. Все они мои близкие.
 13. И: То есть тринадцать, угу.

Интервьюер, пытаясь добиться от респондента конкретного числа, сама того не замечая, задает совсем другой вопрос: сколько у респондента близких родственников (реплика 7), по сути, редуцируя исходный вопрос, убрав оттуда «друзей» и «не проживающих с вами». Можно заметить некоторое замешательство респондента, который отвечает, что все они — близкие (реплика 8). Интервьюер опять просит назвать конкретное число, и далее ответ конструируется совместно. По факту в полученное количество попадают и дочь с внучкой, проживающие с рес-

пондентом, и не попадают возможные другие родственники и друзья. Это очевидная ошибка интервьюера, которую он сам не замечает, поскольку не оценивает адекватность ответа.

Ошибки (не)построения эмпатических отношений

В процессе интервью помимо сбора информации о респонденте особое место занимают взаимоотношения респондента и интервьюера. Крайне важно обеспечить комфорт респондента, выстроить с ним хорошие эмпатические отношения. Техник выстраивания таких отношений много, некоторые из них мы перечислили в главе «Правильные решения (хорошо)». Отсутствие этих техник, а также злоупотребление ими неизбежно приводит к ошибкам. Мы выделяем следующие ошибки: раздражение интервьюера, нечувствительность к напряжению в беседе, коммуникативная интерференция (панибратство) и доминирующая позиция.

П5. Раздражение (Ф 12, Ф 50)

«Психологическая нагрузка, которая ложится на интервьюера в процессе телефонного опроса, неизмеримо больше, чем в личном интервью. Необходимость проводить одно интервью за другим, повторять одни и те же вопросы десяткам людей, не видя их, утомляет сильнее, чем более богатая впечатлениями личная беседа. Поэтому „телефонному“ интервьюеру особенно необходимо

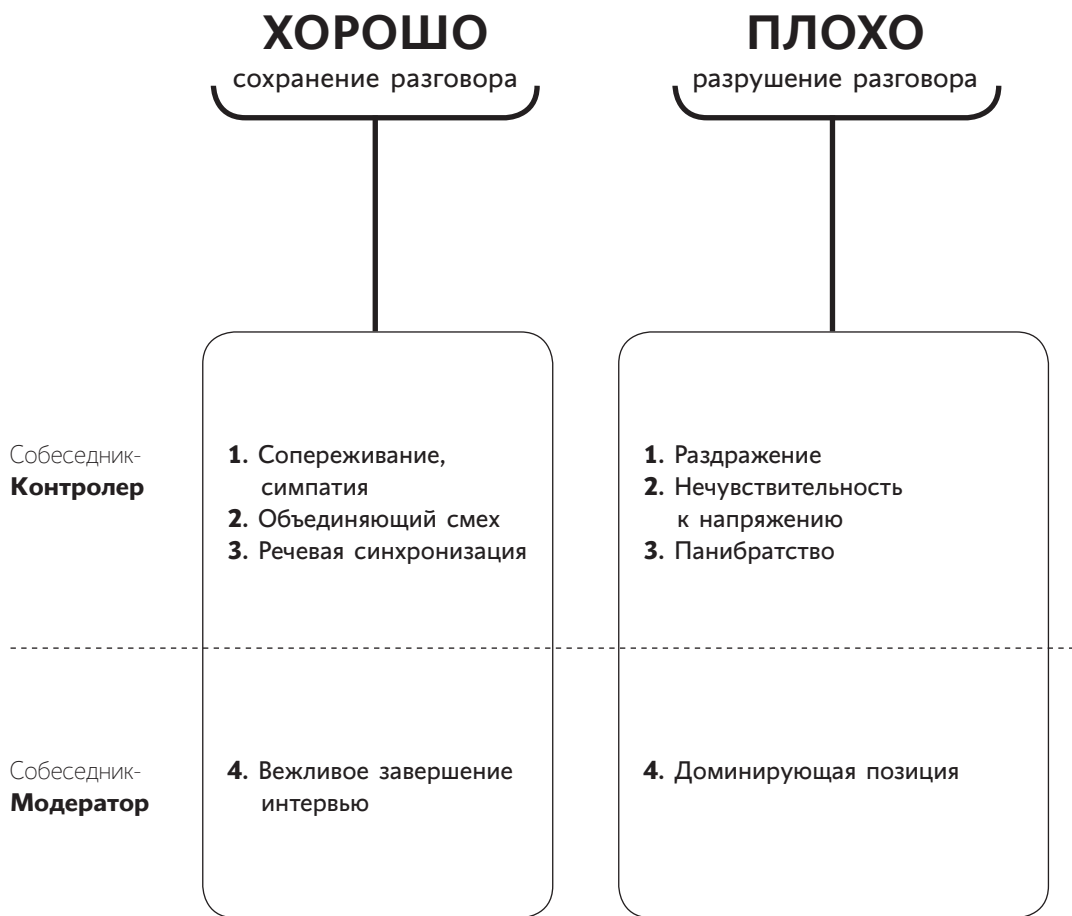


Рис. 5. Реакция на коммуникативные сбои, связанные с построением эмпатических отношений

качество, которое Э.Ноэль называет „моральной стойкостью“, то есть упорство в преодолении трудностей» [Методы сбора информации, 2006, с. 219–220]. Увы, иногда интервьюерам бывает трудно справиться со своими эмоциями, скрыть раздражение, особенно если интервью проходит не очень успешно и в нем участвует сложный с точки зрения комфортного общения респондент. Необходимо развивать навыки вежливого, спокойного и нераздраженного общения, совершенствовать практики успешного решения коммуникативных задач и построения эмпатических отношений с респондентом. Если этого не делать, то отсутствие такой положительной практики рано или поздно «вылезет» при первом же сложном интервью в виде ошибки и раздражения.

Именно так и произошло в следующем фрагменте (**Ф 12**). Интервьюер задает вопросы о доходах, на что респондент отвечает односложно и с некоторой бравадой — «секрет» (**реплики 2, 4, 6**). Отказ от ответа, неучастие в опросе — право респондента, и необходимо это понимать и принимать. Нежелание отвечать на сенситивный вопрос не должно восприниматься интервьюером на свой счет, не должно вызывать в нем личную обиду и неприязнь. Мы видим, что данного интервьюера такая ситуация раздражает, и при третьем отрицательном ответе респондента, как может показаться, сказанном с издевкой, она не выдерживает и довольно агрессивно ему отвечает (**реплика 7**).

Ф 12

1. И: Скажите, пожалуйста, за последний месяц сколько примерно денег получили все члены вашего домохозяйства, включая зарплату, пенсии, пособия, стипендии...
2. Р: Это секрет.
3. И: Примерная сумма, общая?
4. Р: Секрет.
5. И: Скажите, пожалуйста, примерный совокупный доход вашего домохозяйства в месяц составляет...
6. Р: Секрет.

7. И: (С раздражением.) Подождите. Варианты хоть слушайте, Петр. Примерно 10 тысяч, примерно 20 тысяч, примерно 30 тысяч, примерно 40 тысяч, примерно 50 тысяч, примерно 60 тысяч... Что отметить мне?
8. Р: Ну, 20.
9. И: 20. Угу.

Более того, кроме агрессии и раздражения в голосе интервьюер еще и давит на респондента, не очень вежливо просит того выслушать ответы. Прочитав закрытия, она с некоторым вызовом спрашивает: «Что отметить мне?» (**реплика 7**) — и получает ответ. Можно было бы сказать, что поведение интервьюера оказывается эффективным, что она добивается целевой информации от респондента.

Возможно, роль контролера ей и удалась, но однозначно за счет роли собеседника. Это не та ситуация, когда цель оправдывает средства, и практика невежливого, грубого поведения, хоть и функционального с точки зрения выбивания ответа из респондента, не должна считаться верной. Есть другие, менее травматичные для обоих участников коммуникации возможности выстраивания эмпатических отношений. Как один из вариантов — интервьюер могла бы «разделить» нежелание говорить о своих доходах и заодно прибегнуть к положительной практике конструирования информированного согласия (рассказать, зачем нужны такие личные сведения, напомнить об анонимности и так далее).

Еще один пример раздраженного интервьюера мы нашли в другом интервью (**Ф 50**). Респондент не очень серьезно относится к задаваемым вопросам, иногда в процессе меняет свой ответ, не очень внимательно слушает вопросы. Это мало-помалу «доводит» интервьюера, и можно даже услышать по ее голосу, что ей неприятно проводить интервью с данным респондентом. Со стороны поведение респондента нельзя назвать вызывающим или неприличным, скорее, он не очень сфокусирован и не готов

давать четкие и лаконичные ответы, больше склоняется к неформальному стилю разговора. При этом общается он доброжелательно.

- Ф 50**
1. И: Доступ к Интернету, включая мобильный? Есть или нет?
 2. Р: Доступ к Интернету есть, просто сейчас на модеме денег нету. А мобильная связь, вот то, что вы сейчас позвонили, есть, слава богу, пока.
 3. И: Так, то есть. Мне отмечать, есть или нету, доступ в Интернет, включая мобильный? Есть, нет? Ну как вы, как вы считаете нужным, так и отметим? Ответьте, пожалуйста, Евгений.
 4. Р: Не, ну конечно, есть, но просто там сейчас денег нет, там на модемке.
 5. И: Это неважно! Меня не интересует, есть ли там у вас деньги или нет! Мне это все равно, понимаете, мне важно только есть или нет.

На вопрос о наличии доступа к Интернету респондент, тем не менее, дает четкий утвердительный ответ, но упоминает про отсутствие денег на счету, а также радуется, что пока у него есть мобильная связь (**реплика 2**). Интервьюер уточняет информацию (**реплика 3**), просит респондента самому выбрать ответ, хотя ранее он это уже сделал. Респондент практически слово в слово повторяет свой же ответ (**реплика 4**), доброжелательно и неформально, приводя аргументы. Тут интервьюер не выдерживает и раздраженно, с неприязнью в голосе трижды сообщает, что «это неважно», что ее «не интересует, есть ли там деньги или нет», что ей «это все равно» (**реплика 5**). Она также добавляет, что ей важно только «есть или нет», и это странно — именно такой ответ респондент дал в первый раз.

Очевидно, что проблема здесь в интервьюере, которая не смогла подстроиться под респондента, не смогла выбрать комфортную манеру взаимодействия, не объяснила правила и процедуру телефонного опроса, не смогла остаться в рамках вежли-

вого общения. Такое интервью выматывает интервьюера, она злится на респондента, но не понимает, что сама допускает множество коммуникативных ошибок, и является ключом к решению возникшей проблемы. Нет у интервьюера и осознания того факта, что не все респонденты «удобны» в общении, а профессионализм и мастерство проявляются именно в сложных случаях. На наш взгляд, самый эффективный способ создать позитивные практики налаживания эмпатических отношений для данного интервьюера — неоднократно прослушать свое интервью и от-refлексировать собственные коммуникативные ошибки.

П6. **Нечувствительность к напряжению** (Ф6, Ф11, Ф25, Ф28, Ф94, Ф99)

Во многих случаях к раздражению, коммуникативным срывам, отсутствию эмпатических отношений приводит совсем другая ошибка, которая менее заметна для интервьюеров — это нечувствительность к напряжению в беседе. Иными словами, они не чувствуют, когда ситуация начинает выходить из-под контроля, не видят, что беседа развивается не в том русле, и, соответственно, не могут предотвратить возможные коммуникативные сбои. Респонденты разные, и, как и все люди, имеют совершенно разную степень чувствительности к напряжению, давлению, неудобному поведению собеседника и так далее, поэтому если один человек в силу своих человеческих качеств, воспитания, вежливости будет продолжать неприятную и мучительную беседу, то другой при первом же негативном звоночке такое общение прекратит. Понять, какой тип респондента находится на том конце провода, какие стратегии выстраивания эмпатических отношений необходимо применять, когда его вербальное и невер-

бальное поведение начинает указывать на дискомфорт — вот ключевые задачи интервьюера. Если у него нет успешных практик решения данных задач, то на их место приходят ошибки.

Так, интервьюер одного из звонковых центров «заточен» под работу с формальными заказчиками, она не обращает внимание на те сигналы, которые подает ей респондент, полностью отключает у себя «человеческую» функцию, работая лишь как машина по задаванию вопросов (**Ф 99**).

- Ф 99**
1. И: Имеет ли ваша семья следующие статьи расходов: «да» или «нет». Выплаты по ипотечному кредиту.
 2. Р: Да.
 3. И: Выплаты по потребительскому кредиту?
 4. Р: Нет.
 5. И: Выплаты по микрозаймам.
 6. Р: У-у.
 7. И: Нет. Выплаты по долгам перед родственниками и знакомыми?
 8. Р: Нет. Много там еще вопросов?
 9. И: Пока есть. Да, еще есть.
 10. Р: Я просто уже занята буду.
 11. И: Пока свободны, я пока буду продолжать.
 12. Р: Хорошо.
 13. И: Приходилось ли вам...

В рамках такого подхода интервьюер — лишь «общительный педант», в точности задающий вопросы анкеты и не уходящий ни на шаг от разработанного сценария, от него требуется лишь техническое ассистирование программе исследования [Ноэль, 1993, с. 137–140]. Соответственно, он не отвлекается на сторонние разговоры, не позволяет себе риторически поддерживать респондента, эмоционально участвовать в интервью, смеяться, давать какие-то комментарии. Такое поведение разрушает коммуникацию, потому что респонденту некомфортно находиться во взаимодействии

с таким роботом, он безучастно дает короткие ответы на монотонные вопросы. Через десять минут терпение респондента подходит к концу, и он спрашивает, сколько осталось вопросов. Это явная демонстрация того, что ему не интересно участвовать в интервью, что он хочет его прекратить, что ситуация, по сути, критическая. Интервьюер не проявляет заинтересованности в разговоре и сухо отвечает, что вопросы еще есть, хотя анкета уже близится к завершению. Респондент делает еще одну попытку показать свою неудовлетворенность, заранее находит себе причину не продолжать дальнейшее общение: «Я буду занята». Интервьюер не реагирует, не пытается убедить респондента продолжить и довести интервью до конца, не снимает напряжение, не проявляет участие, сухо отвечая: «Я пока буду продолжать». Фактически этим интервьюер продемонстрировал неуважение к респонденту, не среагировал на ясный сигнал о том, что шансы на дальнейшую беседу малы. Не удивительно, что респондент через минуту после данного сбоя молча положила трубку и двенадцатиминутное интервью прервалось.

Важно отметить, что такое ведение интервью некомфортно не только для респондентов, но и для самих интервьюеров. Такой формальный разговор является некой имитацией нормальной беседы, ставит их в позицию неадекватных, не реагирующих на людей-роботов. Они понимают, что так быть не должно, это противостоит природе. Это создает дополнительную психологическую нагрузку и, в свою очередь, приводит к профессиональному выгоранию, к огромной текучке кадров. В таких условиях интервьюеры не успевают реализовать свой творческий потенциал, не успевают наработать удачные коммуникативные практики, становятся «безучастными участниками» процесса, накапливая ошибку за ошибкой.

Другой пример: вопросы о поведении в трудной жизненной ситуации не нравятся респонденту, они актуализируют в

нем негативный опыт взаимодействия с соседями, вызывают раздражение (**Ф6**). Интервьюер не замечает, что вопросы респонденту не подходят, не понимает, почему тот своими ответами не попадает в закрытия (**реплики 2, 6**). Он продолжает добиваться от респондента однозначного ответа на вопрос (**реплики 3, 5**), не замечая того, что на самом деле задает уже другие вопросы: вместо гипотетической возможности он спрашивает о факте обращения или планируемом действии (**реплики 5, 7**).

- Ф6**
1. И: Могли бы вы в случае трудной жизненной ситуации обратиться к знакомым, друзьям и родственникам, чтобы получить небольшой заем или найти разовые подработки? Да, нет?
 2. Р: Ну, а вы попробуйте у соседа денег занять.
 3. И: Вы можете обратиться к знакомому в этом случае? Да, нет?
 4. Р: Не обращаюсь.
 5. И: Дальше. Получить помощь в доступе к врачам, учителям, репетиторам для детей? Обращались к знакомым? Смогли бы обратиться к знакомым? Да, нет?
 6. Р: Да у меня дети уже выросли.
 7. И: А если бы потребовалось к знакомым обратиться? Будете обращаться? Смогли бы вы обратиться? Да, нет?
 8. Р: Нет.

Добавляет масла в огонь и сложная, нетипичная для разговорной ситуации формулировка табличного вопроса. Интервьюер должен обладать высоким уровнем квалификации, чтобы грамотно зачитать такой вопрос, правильно расставить все необходимые акценты, дать респонденту время понять и обдумать вопрос, и, что немаловажно, поддержать комфортную и участливую беседу. Респондент, не увидев реакции на свой сарказм, закрывается и уходит от ответа, чем толкает интервьюера на дальнейшие ошибки.

П7. Панибратство (коммуникативная интерференция) (Ф61, Ф66, Ф79, Ф90)

При выстраивании эмпатических взаимоотношений с респондентом интервьюеры иногда наступают совсем на другие грабли — злоупотребляют техниками вежливости, сокращения дистанции, сторонними комментариями и эмоциональными высказываниями. Это может приводить к коммуникативной интерференции, когда ситуация интервью подменяется беседой двух заинтересованных людей и интервьюер привносит в стандартизированную среду привычки обычного, повседневного, а не официального общения. Иногда такая коммуникативная интерференция может доходить до панибратства и фамильярности, обращения на «ты» или по уменьшительно-ласкательной форме имени. Интервьюеры полагают, что сокращают дистанцию с респондентом, общаются на его языке, используют его лексику, создают какие-то особые отношения, не замечая при этом, что они пересекают границы приличий и дозволенного.

Именно это произошло с молодым и неопытным интервьюером, которому «попался» сложный респондент (Ф79). Мужчина общался, используя сниженную лексику, непринужденно, ему сложно принять на себя роль отвечающего на вопросы, сложно выдать целевую информацию. Интервьюер понимает, что что-то происходит неправильно, но ей не хватает положительного опыта, чтобы преобразовать такое поведение в более удобное для телефонного интервью. Поэтому она интуитивно и, к сожалению, ошибочно, выбирает тактику отзеркаливания поведения респондента, начинает говорить с ним так же, как и он говорит с ней. Просьба назвать месяцы и годы рождения членов домохозяйства ставит респондента в тупик (реплики 2, 4, 6, 8, 10), он раздражается, позволяет себе не очень вежливые и крайне эмоциональные высказывания. Интер-

вьюер пытается поддержать респондента, солидаризируется с ним, рекомендует начать вспоминать по очереди (**реплика 3**), просит его не беспокоиться (**реплика 5, 9**). К сожалению, говорит это она испуганным и неуверенным тоном, переходит на «свойский» язык: «Не надо так напрягаться!» (**реплика 9**), предлагает не говорить об этом, если ему это сложно, но сама формулировка тоже не очень удачна в разговоре с таким «конкретным» мужчиной.

- Ф 79**
1. И: Скажите, пожалуйста, в каком месяце и году они родились? Начнем с вашей супруги.
 2. Р: Но это долго перечислять. Это... Я вот по этим датам никогда, это у меня жена следит за этим. Я с датами не дружу.
 3. И: Я вас понимаю, но хотя бы супругу вы же можете назвать, правильно?
 4. Р: Ну, давайте, сейчас начну вспоминать. <...>
 5. И: Нам не нужны числа, только месяц и год. Не беспокойтесь о числах. <...>
 6. Р: Так, у ребенка июнь... У старшего июнь...
 7. И: Июнь?
 8. Р: Блин!
 9. И: Ой, вы не беспокойтесь. Не надо так напрягаться, что вы! Мы не будем о этом говорить, если вы об этом. Если вам это сложно.
 10. Р: Да это ничего страшного, просто я никогда не это самое, пфррр, никогда не спрашивали меня в жизни.
 11. И: У меня тоже с датами все очень плохо, поэтому я вас очень прекрасно понимаю. (Смех.)

Манера общения респондента не продуктивна, и очевидно, что когда и интервьюер начинает общаться тауим образом, шансов на успешное интервью практически не остается. Именно так и произошло — через несколько вопросов респондент решил прервать разговор. Для нас важно, что посыл интервьюера правилен по своей сути, что она чувствует напряжение в беседе, ищет какие-то особые выходы. Она использует приемы эмпатии,

разделяет переживания респондента, но пока не чувствует «границ». В целом, техники, которые были использованы, верные, но интервьюеру не хватает уверенности и опыта, чтобы нивелировать конфликт.

П8. Доминирующая позиция (Ф 31, Ф 54, Ф 66, Ф 90)

Чрезмерно активное участие интервьюера в налаживании эмпатических связей с респондентом, злоупотребление техниками построения таких отношений иногда приводят к доминированию интервьюера, которое проявляется в его главенствующей позиции. Так, он начинает использовать агрессивные речевые стратегии, заполняет паузы незначимыми репликами, комментирует вопросы и ответы респондента, изобилует актуализациями (Ф 90). Интервьюер не слышит собеседника, не пытается подстроиться под ритмику и особенности его речи, начинает занимать «более статусную позицию посредством вторжения в личное пространство собеседника и снятия каких-либо ограничений, накладываемых правилами вежливого общения с незнакомым человеком» [Рогозин, Ипатова, 2012, с. 95]. При такой доминантной позиции интервьюер часто «заигрывается», теряет сфокусированность, начинает наспех и невнимательно задавать вопросы, делает оговорки, допускает речевые ошибки.

Так, интервьюер быстро и небрежно зачитывает вопрос о вероисповедании, не выдерживая паузы между смысловыми частями предложения, не интонируя его (**реплика 1**). Вопрос становится сложным для восприятия на слух, и респондент дает такой же небрежный ответ, не попадающий в закрытия (**реплика 2**). Так как интервьюер занимает доминантную, проактивную по-

зицию в диалоге, респондент становится ведомым, неактивным, начинает адаптироваться к удобному и не слишком обременительному разговору. Сказывается и экономия речевых усилий, и обычная человеческая лень — нежелание выбирать из предложенных вариантов, когда это прекрасно может сделать другой человек, а респонденту останется только согласиться с выбором.

Ф 90

1. И: В каком... к какому вероисповеданию вы себя относите? К православию, другим христианским конфессиям, католики, протестанты, баптисты и другие, исламу или какой другой религии?
2. Р: Христианство.
3. И: Православие, русская православная церковь, другие христианские конфессии?
4. Р: Наша, наша, наша — это кто?
5. И: Православие? Русская православная церковь? Юлечка...
6. Р: Да-да, русская православная церковь.
7. И: Юлечка, мне бы хотелось, чтобы вы сами отвечали на вопросы. Нас ваши ответы интересуют. Хорошо?

Интервьюер пытается уточнить ответ, но тут же наступает на грабли, которые сама себе подложила: респондент не хочет «напрягаться» и обдумывать ответ, она просит это сделать интервьюера (**реплика 4**). Интервьюер называет наиболее похожий на ответ респондента вариант (**реплика 5**), и та соглашается. Интервьюер замечает, что их взаимодействие происходит неправильно, что ее поведение выходит за рамки стандартизации, и обращается к респонденту с просьбой самостоятельно отвечать на вопросы. К сожалению, она не понимает, что делает это, опять же, в доминантной позиции, нравоучительно, разговаривая с респондентом как с маленьким ребенком, используя панибратский тон и уменьшительно-ласкательную форму имени (**реплика 7**).

Такую же ошибку допускает и другой интервьюер: общается с респондентом назидательным тоном, отчитывает его как

маленького ребенка за смех и неуместные вопросы, сразу призывая к дисциплине, напоминая правила взаимодействия (**Ф 54, реплика 11**). Этой манеры общения интервьюер придерживается на протяжении всего интервью, доминирует в диалоге и количественно, и качественно, повторяя многократно одни и те же слова, наслаивая одну актуализацию на другую, фактически, делая свою речь малопривлекательной на слух: «другие источники, что вы сказали», «вы сказали подработка», «не поняла», «что вы сказали» (**реплика 3**), «маленькая подработка» (дважды — **реплика 5**, трижды — **реплика 7**), «я вас поняла» (**реплика 5, реплика 7, реплика 9**), «как вы сказали» (дважды — **реплика 7**).

Ф 54

1. И: Помощь других лиц, алименты, иждивение?
2. Р: Вот только если чисто на иждивении, то да, парни бывают приходят, спонсируют, ну и немного там по калымам сходим.
3. И: И другие источники, что вы сказали? Вы сказали, что подработка или что? Не поняла. Другие источники — что вы сказали?
4. Р: Ну да, где-то маленькая подработка, где-то.
5. И: А, маленькая подработка, я вас поняла, маленькая подработка.
6. Р: Ну, там дрова поколоть или снег с крыши скинуть, или еще что.
7. И: Маленькая подработка, я вас поняла, я сейчас отмечу, как вы сказали, маленькая подработка... Это маленькая подработка. Значит, как вы там сказали, снег, да, почистить, что-то еще? Да?
8. Р: Да, да, да. Дрова поколоть там или еще что.
9. И: Поняла. Почистить, дрова поколоть...
10. Р: (Громко смеется.)
11. И: Евгений, а что смешного? Мы с вами разговариваем, и я еще раз сказала, что изучаем жизнь разных...
12. Р: Не, мне просто ... вы такие вопросы задаете. Мне просто до этого ни разу никто не звонил, такие вопросы никогда не задавал. А вот вы сейчас взяли позвонили...

В речи интервьюера практически нет пауз, любое свое действие она комментирует, так что становится интересным,

как респондент вообще умудряется дать какой-то ответ. Даже простую фиксацию названного ответа интервьюер оформляет многочисленными речевым повторами, фактически реализуя практику «думания вслух». Все это перегружает речь, отключает респондента от осознанного участия в опросе, увеличивает время опроса, смещает ответы. Доминантная позиция, выбранная интервьюером, не позволяет ей раскрыть личность респондента, дать ему объяснить и аргументировать свои ответы, установить с ним эмпатические связи, наконец, создать атмосферу вежливого и уважительного общения.

Ошибки конструирования информированного согласия

Участие респондента в исследовании должно происходить на условиях его добровольного и информированного согласия. Это означает, что он имеет право знать, в чем и зачем он будет участвовать, как будут анализироваться данные, какие риски и преимущества могут быть у такого участия. Конечно, не все респонденты и не всегда интересуются этой информацией, и можно легко представить себе интервью, где подобных вопросов просто не возникает. Тем не менее, важно понимать, что знать всю информацию об исследовании — право респондента, и интервьюер в данном случае выступает для него в качестве проводника. Соответственно, необходимо, чтобы интервьюер осознавал всю важность предоставления респонденту информации об исследовании, и чтобы он был в состоянии такую информацию предоставить. К сожалению, это происходит не всегда даже при условии того, что заказчиком была составлена подроб-

ная инструкция. Во-первых, не всегда эта инструкция под рукой, во-вторых, не всегда интервьюеры относятся к ней серьезно и изучают ее, в-третьих, написанное в инструкции может быть непонятно интервьюеру, в-четвертых, во время разговора с респондентом интервьюер может не быть готов к вопросу, растеряться и не найти нужных слов.

Все это может создать ситуацию, когда необходимая информация не будет предоставлена вообще или будет предоставлена в искаженном виде. Мы выделили четыре типа ошибочного поведения интервьюера при коммуникативных сбоях, связанных с информированным согласием (рис. 6): 1) необъяснение правил и процедуры; 2) предоставление ложной информации; 3) игнорирование вопросов респондента; 4) обесценивание исследования. Расскажем о них подробнее.

П9. **Необъяснение правил и процедуры** (Ф 31, Ф 44, Ф 96, Ф 101)

Правила взаимодействия в процессе телефонного интервью и описание того, как должна происходить процедура опроса по телефону, по сути, задают рамки стандартизации. Конечно, они понятны каждому, кто хоть раз сталкивался с телефонным опросом: есть интервьюер, есть респондент, есть анкета, которую необходимо заполнить. Интервьюер зачитывает вопросы анкеты, респондент выбирает из предложенных закрытий. Когда анкета заполняется полностью, интервью можно считать успешным, разговор завершается. Общение происходит в форме направленного диалога, и необходимо отметить следующие моменты: респондент имеет право задавать любые встречные вопросы, не отвечать на те вопросы, которые ему покажутся неуместными

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

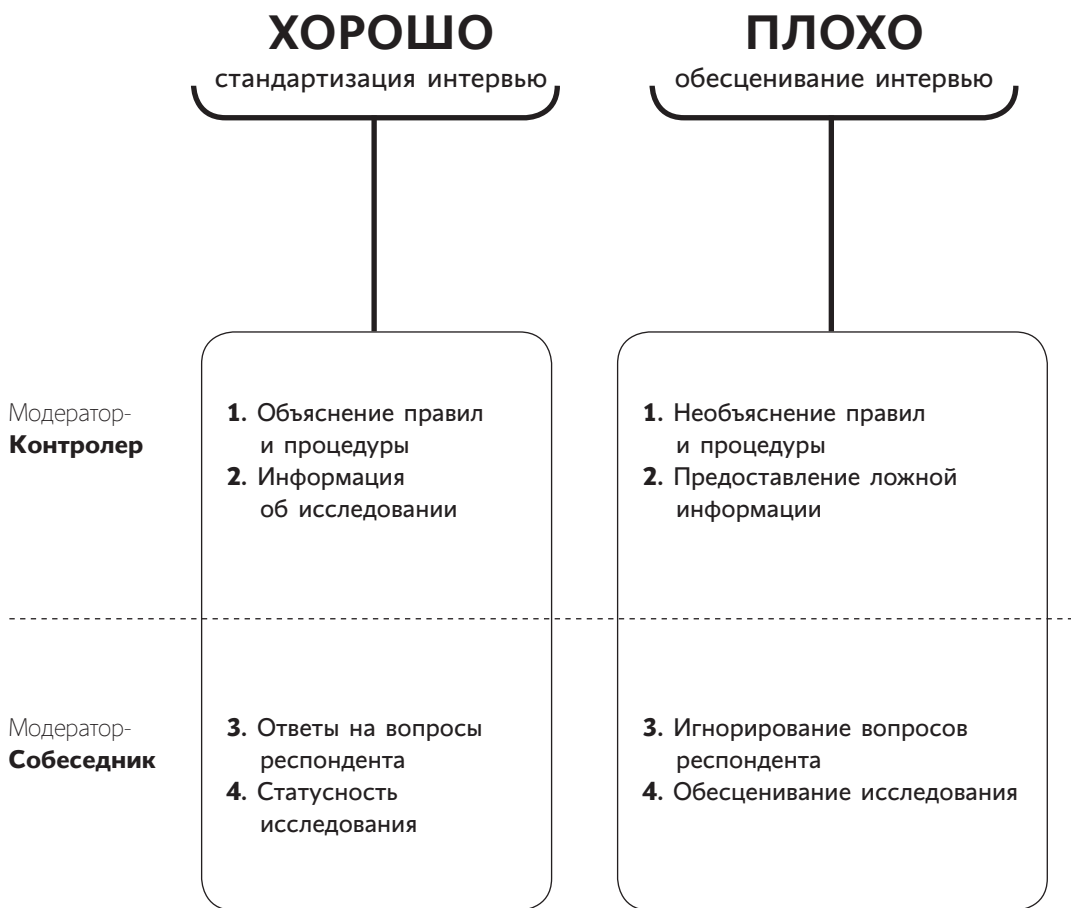


Рис. 6. Реакция на коммуникативные сбои, связанные с конструированием информированного согласия

[Sudman, Bradburn, 1982, с. 10] и вообще прервать разговор тогда, когда ему будет угодно. Интервьюер, в свою очередь, гарантирует анонимность полученных ответов, использование их только в обобщенном виде.

Казалось бы, правила довольно простые, но не каждый человек, особенно, если он ни разу не принимал участия в подобных мероприятиях, их интуитивно понимает. Иногда, стремясь принести пользу исследованию или просто рассказать о себе, респонденты начинают уходить далеко от вопросов, беседовать на отвлеченные темы, порой даже игнорируя анкету. Задача интервьюера в таком случае — вернуть респондента в русло стандартизации, объяснить ему, как наиболее функционально выстроить совместное общение. В некоторых ситуациях это необходимо сделать чуть ли не с первого вопроса, который увлек респондента, и тот начал строить рассказ. К сожалению, не все интервьюеры обладают такой коммуникативной техникой, они просто идут на поводу у респондента, ожидая, когда он сам остановится.

Рассмотрим пример (Ф96). Респондент, мужчина 65 лет, сразу занял доминантную и назидательную позицию по отношению к молодой девушке-интервьюеру, постоянно старался исхитриться и пойти наперекор анкете, на каждый вопрос придумать свой собственный, оригинальный вариант ответа, воспринимая вопрос просто как информационный повод.

Ф 96

1. И: А есть ли в вашем населенном пункте какие-либо курсы или занятия, которые могут посещать пенсионеры?
2. Р: А вы откуда мне звоните?
3. И: Мы вам звоним из Томска.
4. Р: Ничё себе! А... вы звоните в Красноярск.
5. И: Мы звоним да... по всей России.
6. Р: По всей России. Я живу в центре Красноярска, вот этот мой населенный пункт. Город-миллионник, который уничтожает всё живое, вот. И если не душевная радость и стремление к лучшему, вообще

всё было бы тяжело. Вообще, это любой город уничтожает всё.
(22 с на реплику.)

7. И: Так. Ну а вот, есть ли в вашем населенном пункте какие-либо курсы или занятия...
8. Р: Да... только это же не город... миллионник, да там всё есть! И курсы, и занятия есть! Это только...
9. И: Для пожилых людей, я правильно понимаю?
10. Р: Конечно! У нас есть и секции, и кружки, люди поют, по интересам, значит. Но мне это не нравится.

Очевидно, ему очень хотелось рассказать о себе, немного побравировать и покрасоваться. У интервьюера не получается перебить респондента и призвать к стандартизации, поэтому она просто отстраненно слушает его реплики, периодически пытаясь вернуть его внимание к анкете (**реплики 7, 9**). Мы видим, что респондент ей не очень приятен — она дважды громко подчеркивает правильное ударение в слове «звонить» (**реплики 3 и 5**), в котором респондент допускает ошибку (**реплики 2 и 4**). У интервьюера была возможность «внедрить» процедуру в интервью: во-первых, в тот момент, когда респондент поинтересовался исследованием (**реплика 2**), во-вторых, видя, как ему нравятся собственные ответы. Последнюю слабость респондента можно было использовать, сыграв на его самолюбии, например, сказав: «Вы так интересно рассказываете, очень интересный собеседник, ваша анкета будет особенно ценна для нашего исследования, ведь не каждый день приходится сталкиваться с такими людьми, как вы. Для этого нам с вами обязательно нужно пройти ее до конца, впереди еще очень много интересных вопросов, а в конце я как интервьюер сделаю пометочку, чтобы аналитики обратили особое внимание». Увы, интервьюер такой техникой не владеет, потому ошибается, что приводит к прерванному интервью: исчерпав лимит выделенного на интервью времени, респондент положил трубку.

П10. Предоставление ложной информации (Ф 45, Ф 62, Ф 74, Ф 101)

Предоставление ложной информации мало чем отличается от фальсификации: как по содержанию, так и по негативным последствиям для исследования это схожие грубейшие ошибки в стандартизированном интервью. Неверные объяснения процедуры и правил интервью, предоставление респонденту ложной информации об исследовании приводят к прерыванию разговора, как можно видеть из представленного ниже фрагмента (**Ф 101**). И это лучший финал для подобных коммуникативных ошибок, поскольку включение такого интервью в общий массив недопустимо.

Интервьюер в табличном вопросе по одной только ей известной причине стала сокращать закрытия и вместо «Хорошо, удовлетворительно или плохо» назвала только «Хорошо, удовлетворительно» (**реплики 7, 9**). Респондент это замечает, о чем открыто спрашивает (**реплика 10**). Интервьюер своим ответом намеренно вводит респондента в заблуждение. Возможно, она не очень сфокусирована на собеседнике, и попросту не слышит вопрос, не чувствует напряжения в беседе. Респондент на это саркастически сообщает, что анкета «очень направленная», что может нехорошо сказаться на репутации опросной организации, проводящей опрос. Интервьюер опять не замечает реплики респондента, продолжая задавать вопросы.

- Ф 101**
1. И: Как вы оцениваете — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — следующие стороны своей жизни. Первое — питание. «Хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — какой ответ?
 2. Р: Хорошо. (Еще несколько аналогичных вопросов.)
 3. И: Эээ, проведение досуга, отпуска — «хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — какой ответ?
 4. Р: Ну, скорее всего... нет четвертого варианта, между «удовлетворительно» или «плохо»?

5. И: Нет, только три варианта — «хорошо», «удовлетворительно», «плохо».
6. Р: Ну, скажем, «удовлетворительно».
7. И: Общение с друзьями — «хорошо», «удовлетворительно»?
8. Р: «Плохо».
9. И: Населенный пункт, в котором вы живете — «хорошо», «удовлетворительно» — какой ответ?
10. Р: А что, сняли «плохо», да?
11. И: Угу.
12. Р: Хе-хе, очень направленная анкета... (Еще несколько аналогичных вопросов.)
13. И: (Как вы оцениваете...) Возможность выражать свои политические взгляды?
14. Р: Тут — без ответа.
15. И: «Хорошо», «удовлетворительно» или «плохо» — нужно отметить в обязательном порядке.
16. Р: Я понимаю, но тут уже меня абсолютно не касается, я абсолютно не занимаюсь политикой, то есть...
17. И: (Перебивая.) К сожалению, других ответов нет, нужно выбрать, что больше именно, что больше — как вы думаете?
18. Р: Видите, это как-то принужденные ответы, а такого я не могу...
19. И: Дело в том, что если я не отмечу, вы не отметите... на этот вопрос, к сожалению, анкета дальше не сможет открываться, и придется прервать разговор. Либо вы можете выбрать «хорошо, удовлетворительно или плохо», что-то из этого, либо тогда...
20. Р: К сожалению, да — придется прервать разговор...
21. И: Угу, всего вам доброго, до свидания.
22. Р: Пожалуйста, всего хорошего.

В этом же фрагменте интервью коммуникативный сбой возникает еще раз и связан он с неготовностью респондента оценить возможность выражать свои политические взгляды (реплики 13–16). Респондент отмечает, что его это совсем не касается, и он затрудняется дать ответ. Интервьюер ему в такой возможности отказывает, утверждая, что «нужно отметить в обязательном порядке» (реплика 15). В результате образуется

конфликт, интервьюер продолжает давить на респондента, угрожая, что в противном случае ей придется прервать разговор (**реплика 19**). Респондент, услышав о такой возможности, тут же на нее соглашается, поскольку он не хочет оказываться под давлением и давать «принужденные» ответы (**реплика 18**). Интервью прерывается.

Допускает ошибку в предоставлении информации об исследовании и следующий интервьюер (**Ф45**). Отвечая на вопрос об оценке своего финансового положения через пять лет респондент неожиданно для интервьюера спрашивает, идет ли запись разговора (**реплика 4**). Причина такого интереса вполне понятна. Вопрос весьма сенситивный, женщина начинает рассказывать подробности о себе и своей семье (**реплика 2**), это, как минимум, актуализирует сомнения в безопасности и конфиденциальности проговариваемых сведений. Интервьюер совершенно теряется и не находит, что ответить (**реплика 5**), а респондент тут же задает второй вопрос об исследовании (**реплика 6**). Интервьюер, наконец, собирается, но назвать его ответ удовлетворительным можно с большим трудом: он не говорит ни слова об исследовании, только подтверждает, что отмечает ответы и идет запись разговора, но почему-то решает, что она нужна только для проверки его работы (**реплики 7, 9**).

Ф 45

1. И: Как вы полагаете, в ближайшие 5 лет ваше финансовое положение улучшится, ухудшится или останется без изменений?
2. Р: Я живу на Севере, у нас в 50 лет выходят на пенсию. Я сейчас в данный момент получаю пенсию трудовую плюс еще работаю. Пенсия маленькая. Плюс еще младший сын без работы, надо его поддерживать.
3. И: А (пауза) получается... как вы считаете?
4. Р: У вас идет запись разговора или как?
5. И: А...
6. Р: Как вы будете обрабатывать мои ответы?

7. И: А... ну я отмечаю, и запись идет.

8. Р: Понятно.

9. И: Для проверки... моей работы.

Растерянность интервьюера можно объяснить его неопытностью, и, возможно, тем, что он сталкивается с такой ситуацией впервые. Очевидно, что именно отсутствие правильной и успешной практики ответа на такие вопросы привело к ошибке и предоставлению неполных и в чем-то неверных данных об исследовании. Хорошо, что респондент настроен доброжелательно и этот коммуникативный сбой не привел к прерыванию интервью, а сам ответ вполне устроил респондента.

П 11. **Игнорирование вопросов респондента** (Ф 40)

Ситуации, в которых особенно заметны ошибки и неопытность интервьюеров, их неумение работать с коммуникативными сбоями, отсутствие практик грамотного предоставления релевантной информации об исследовании, чаще всего связаны с игнорированием вопросов респондентов. Речь идет не о том, что интервьюер делает вид, что вопрос не прозвучал или он его не услышал, а о том, что ответная реплика интервьюера не включает ответ на интересующий респондента вопрос. Так, пожилой респондент начинает выражать свое недовольство вопросами анкеты, они ему кажутся одинаковыми (**Ф 40**). Мужчина раздражен и насторожен, общается с интервьюером на «ты», перебивает ее и косвенно запрашивает информацию об исследовании (**реплика 4**). Интервьюер как будто не слышит вопроса респондента, отвечает ему общей фразой о «социальных вопросах» (**реплика 5**) и пытается продолжить интервью. Респондент крайне раздражен, его терпение на

пределе, нарастает конфликт. Респондент утверждает, что один и тот же вопрос задается ему в третий раз (**реплика 6**), причем его удивление понятно, некоторые вопросы, действительно, очень похожи. Интервьюер опять не отвечает на запрос, не предоставляет информацию об исследовании, не объясняет, почему вопросы могут быть похожи. Она «отзеркаливает» возмущение респондента и несколько обиженно заявляет, что «вопросы разные» (**реплика 7**).

Ф 40

1. И: Сколько человек, включая вас, проживают вместе с вами и ведут совместное хозяйство?
2. Р: Как? Я да жена, и всё.
3. И: Вдвоем, да? Скажите, пожалуйста, сколько человек, включая вас...
4. Р: Так, вопрос. Ты уже полчаса со мной разговариваешь. Я не пойму, к чему ты клонишь? Вы клоните к чему?
5. И: Это социальные вопросы.
6. Р: Вы уже по три раза один и тот же вопрос задаете!
7. И: Нет, это же разные вопросы, Анатолий Павлович!
8. Р: Ну, да! Конечно, разные! Только по-разному заходите, то с середины заходите, то с конца, то с начала.
9. И: Ну, это все равно социальные все вопросы. Анатолий Павлович, участвуйте.
10. Р: Ну.

Респондент продолжает спорить с интервьюером и возмущаться вопросами анкеты (**реплика 8**), и фактически конфликт достигает своего апогея. Интервьюер не только не развеяла его сомнения, не нивелировала напряжение, не рассказала ему о важности исследования, о разных вопросах, о необходимости зачитывания вопросов, но и усугубила всю ситуацию игнорированием вопросов респондента. Она опять повторяет ему странную, явно не работающую фразу о «социальных вопросах» (**реплика 9**), как будто это должно само что-то объяснить. Запрос на информацию об исследовании у респондента не удовлетворен, напряжение и недовольство остается, он чувствует, что его

не слышат, и прерывание интервью в таких условиях — вопрос времени. Действительно, несмотря на то, что после этого вопроса интервью удалось продолжить, в скором времени респондент окончательно теряет терпение и кладет трубку.

П12. Обесценивание исследования

(Ф 74, Ф 101)

Осознание участия в научном исследовании, важности происходящего, ощущение незаменимости и избранности у респондента — возможный и желательный результат, которого можно достичь при помощи успешных техник конструирования информированного согласия. Одна из таких положительных техник — повышение интервьюером статуса опроса. Если интервьюер сам не осознает важность участия в опросе, не понимает, какие преимущества это может дать респонденту, как это может номинально повысить уровень его социальной ответственности; если воспринимает свою работу как монотонную и не слишком важную, не ощущает своей причастности к социальному исследованию, то не сумеет сказать о каком-то особо высоком статусе и научности опроса. Соответственно, он не может донести эту информацию до респондента, поскольку в его арсенале нет такого опыта и нет такой успешной практики. На ее место приходит ошибка, которая часто реализуется как обесценивание исследования, снижение его статуса.

Батарея из личных вопросов вызывает у респондента отторжение, он не понимает, зачем нужны такие точные и личные данные и сколько еще вопросов впереди (**Ф 74, реплики 1, 3**). Респондент эмоционален, его волнуют вопросы анонимности и безопасности участия в опросе, хотя напрямую он об этом

и не говорит. Почувствовать такое напряжение по косвенным признакам — задача интервьюера, успешное решение которой маркирует его мастерство. Интервьюер не очень опытен, она не видит более широкого запроса на информацию об исследовании и просто отвечает на заданный вопрос странной репликой о «точности» опроса (**реплика 4**). Эффективной техникой в данном случае могло бы стать описание процедуры опроса, выборки, объяснение, что это научное исследование, а не просто обзвон «фирмы» (**реплика 5**). Интервьюер никак не реагирует на эту фразу респондента, не пытается его разубедить и рассказать, в чем разница: она, наоборот, подстраивается под респондента и начинает говорить его словами, по сути, подтверждая его предположения, что опрос проводит «фирма» (**реплика 6**).

Ф 74

1. Р: Сколько там еще вопросов, девушка?
2. И: Думаю, еще минут на десять точно.
3. Р: Ёшкин ты кот! Так вообще все узнаете! Как агенты, ёлки!
4. И: Ну, у нас просто точный опрос.
5. Р: Так эта ваша фирма где находится?
6. И: Мы находимся в Москве, и я вам скажу сейчас. Мы... Я работаю на фирму РАНХиГС, вы можете записать. Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. Вот. Мы можем продолжить?

Респондент не понимает, что происходит, с кем и зачем он разговаривает, потому запрос личной информации вызывает у него сильное удивление и, в результате действий интервьюера, неприязнь. Интервьюер не реагирует на возникшую проблему в интервью, возможно, даже и не видит ее; она зачитывает название «фирмы», проводящей опрос, и предлагает продолжить. Возникший конфликт и раздражение респондента сохраняются на протяжении всего разговора, который в итоге заканчивается отказом от дальнейшего участия в опросе.

Отсутствие техник успешного конструирования информированного согласия часто вызывает не просто коммуникативные сбои в интервью, но и приводит к его прерыванию. Не решается основная задача интервьюера — он не может создать комфортные условия для взаимодействия с респондентом, снизить его тревожность, подозрительность, переживание небезопасности разговора. В результате не происходит конструирования согласия ввиду отсутствия информированности респондента и невозможности в таких условиях выразить свою добровольность.

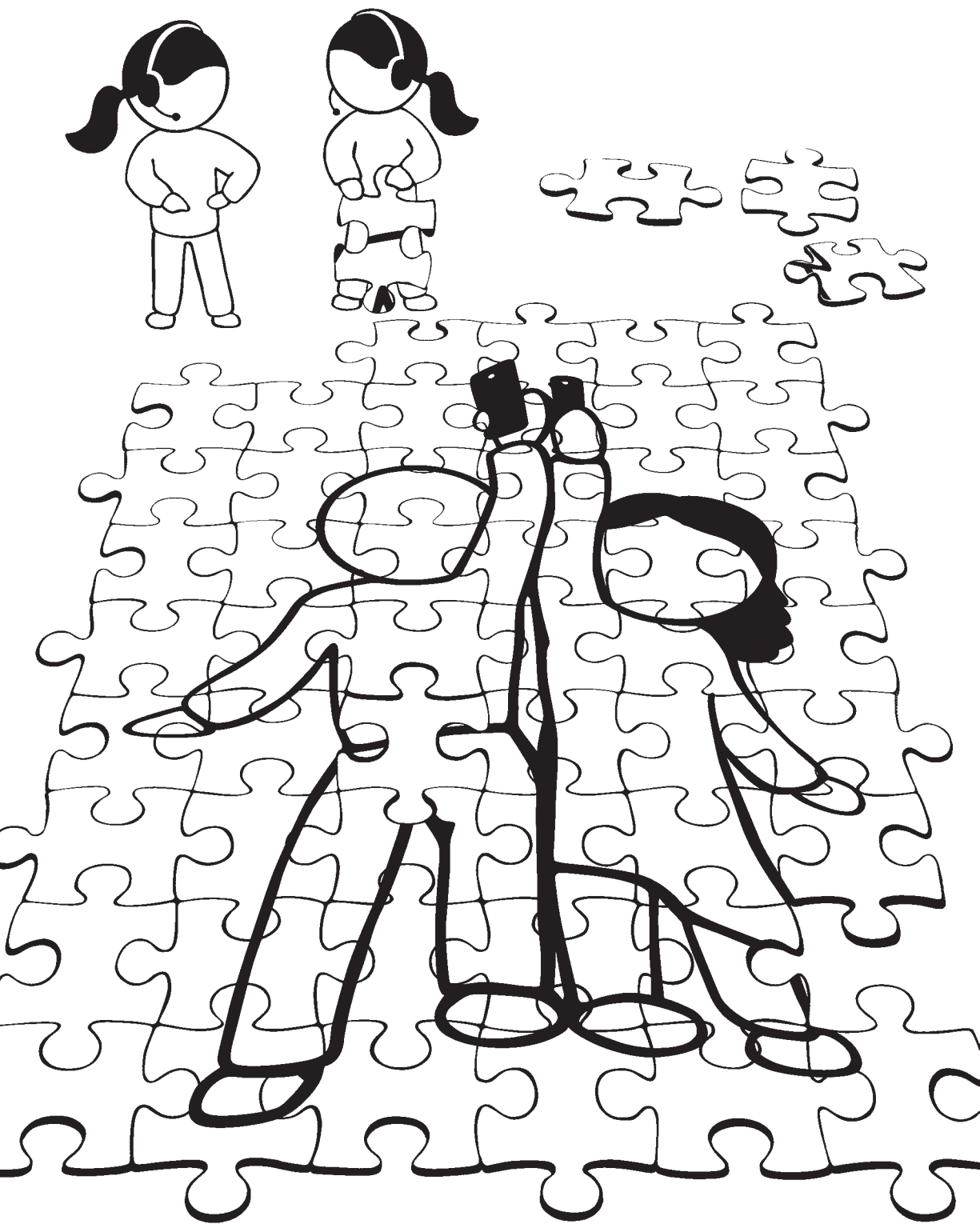
Выводы

Можно ли научить успешному интервьюированию? Нет, но можно помочь развить те навыки, которые есть у интервьюеров, придать их коммуникативным умениям профессиональную форму. Все описанные выше ошибки интервьюеры совершают из-за отсутствия рефлексивной позиции, из-за непонимания механики коммуникативного процесса. Большинство из них при этом обладает столь необходимыми для интервьюера качествами, которым научить нельзя: доброта, вежливость, уважение, человечность, отсутствие оценивания но, к сожалению, они не имеют навыка применения их в коммуникации.

Успешные, профессиональные интервьюеры крайне чувствительны к речи респондента, они, как чуткие медиаторы разговора видят напряжение, считывают вербальные и невербальные сигналы, которые посылает респондент. Многие из своих техник они используют по наитию, неосознанно, без рефлексии и критической позиции.

Очевидно, что профессиональный интервьюер будет успешнее решать возникшие трудности, минимизировать их количество, предотвращать и не создавать ошибки своим поведением. В рамках такого подхода успешная коммуникация ставится выше прагматической цели получения информации от респондента. Хорошее интервью не равно полностью завершенному интервью, как прерванное интервью автоматически не равно плохому интервью. Например, интервьюер смог довести интервью до конца, но часть ответов на вопросы смещена, и мы сталкиваемся с ошибкой измерения. Если же интервьюер работал профессионально, но по тем или иным не зависящим от него причинам респондент не захотел продолжить интервью, считать это ошибкой интервьюера нельзя.

Флойд Фоулер и Томас Манжione, авторы наиболее радикальной монографии по стандартизации опросного инструмента (на которую ссылаются все, кто желает подчеркнуть важность строгих правил в стандартизированном интервью), подчеркивают, что требования дословного зачитывания вопросов и поддержания нейтральной позиции должны соседствовать с необходимостью контроля места интервью, объяснением правил респонденту перед и во время интервью, предъявлением уточняющих вопросов для оценки адекватности ответа [Flower, Mangione, 1990]. И все это становится бессмысленным, если вопросы составлены с нарушениями, если не учтены особенности восприятия и коммуникации целевой аудитории [Sudman, 1980, p. 237; 1992, p. 290]. Запишем как общее правило, как базовую профессиональную норму: качество работы полевого интервьюера определяется не количеством собранных анкет за отпущенный промежуток времени, а соблюдением процедур и регистрацией отклонений, возникающих в ходе опроса. Увы, но такое требование остается слишком неудобным для сервильных исследователей, прячущих собственные ошибки и перекладывающих огрехи инструментария на плечи интервьюеров.



VI

Методология стандартизованного интервью

Наука, прорезывающая мутный пруд обыденной жизни, не мешаясь с ней, бросает направо и налево свои богатства, но их не умеют удить мелкие лодочники. Вся польза идет гуртовщикам и ценится каплями для других, гуртовщики меняют шар земной, а частная жизнь тащится возле их паровозов в старой колямаге, на своих клячах...

Александр Герцен
«БЫЛОЕ И ДУМЫ»

Стандартизированное интервью редко привлекает внимание исследователей. С ним давно все ясно: инструмент для проведения опросов, требующий от интервьюера лишь одного, — точной, нерелексивуемой исполнителъской дисциплины. Делай то, что говорят, — в этом залог валидности и надежности получаемых данных. Хотя критика такой унификации и стандартизации опросной дисциплины уже вошла в канон методической литературы, правила остаются прежними (подробнее см.: [Рогозин, 2017, с. 114–138]). Стандартизация в опросах — это, с одной стороны, небогатый перечень требований дословного воспроизведения инструкций, с другой — их тотальное несоблюдение в поле: «Мы же знаем, что выполнить написанное невозможно. Жизнь есть жизнь» [Platt, 2012, p. 16–18]. Поэтому разговор о развитии метода интервью концентрируется исключительно на качественной традиции [Журавлев, 1996; Веселкова, Вандышев, Прямикова, 2017], раз и навсегда закрывая для методической рефлексии старейший метод стандартизированного интервью.

При разработке различных методик опроса респондент рассматривается в основном как объект манипуляции исследователей. Проблема, стоящая перед социологом, в какой-то степени заслоняет проблему, стоящую перед респондентом. Человек слишком сложен даже для самой изощренной системы тестов и вопросов, и его реакция на тот или иной исследовательский прием не всегда является линейной и адекватной ожиданиям социолога. Однако прагматический подход, при котором полученные знания о социальной реальности укладываются в простую схему предписаний и правил, по-прежнему доминирует в логике социологического исследования [Романович, 1996, с. 42].

Упрощенное представление о техниках стандартизированного интервью, тривиализация межличностной коммуникации, редукция систематических наблюдений за работой интервьюера

до описания эффектов, вызванных его социально-демографическими характеристиками, — все это закрепляет низкий статус стандартизованного интервью в общем корпусе методов социальных исследований. Публикуются статьи, выпускаются сборники, организуются дискуссии [Converse, Schuman, 1974; Response behavior, 1982; Converse, Presser, 1986; Houtkoop-Steenstra, 2000; Standardization and tacit knowledge, 2001; Hof, 2006; Envisioning the survey interview, 2007]. Но нет ни одной попытки комплексного рассмотрения феномена стандартизации, позволяющей выйти за ограниченные лингвистические, социальные, психологические или статистические форматы интерпретаций.

Вместе с тем история становления социальных исследований содержит в избытке методологическую рефлексию, направленную как на узкую тему стандартизации, так и на подходы к формированию понятийного аппарата, позволяющего описывать и понимать ее последствия. Эмори Богардус (1882–1973), Герберт Блумер (1900–1987), Стюарт Додд (1900–1975), Пол Лазарсфельд (1901–1976), Роберт Мертон (1910–2003), Сэмюэль Стауффер (1900–1960), Николай Тимашев (1886–1970) и т.д. — поколение выдающихся ученых, сформировавших методологию полевых социальных исследований и заложивших основы для дальнейших методологических изысканий. Их споры, методические аргументы, теоретические построения волнуют зачастую лишь профессоров и студентов, изучающих исторические коннотации развития метода. Забыта базовая, изначальная постановка исследовательского вопроса к методическому, методологическому и теоретическому обеспечению социальных наук.

Теория ценна для эмпирической науки только в той мере, в какой устанавливает плодотворную связь с эмпирическим миром. Понятия — это средства, причем единственные, установления такой связи, поскольку именно понятие указывает на эмпирические

случаи, по поводу которых высказывается теоретическое предположение. Если понятие ясно указывает на то, к чему оно отсылает, это позволяет уверенно идентифицировать эмпирические случаи. После идентификации их можно тщательно изучать, использовать для проверки теоретических предположений и извлекать из них подсказки для новых предположений. Поэтому при наличии ясных понятий между теоретическими утверждениями и эмпирическим миром могут устанавливаться тесные и саморегулирующиеся отношения [Блумер, 2017, с. 227].

На деле только это и можно считать работой с методом, методологией. Возобновление дискуссии 1920–1950-х годов, актуализация теоретических изысканий, возвращение в научный оборот работы с понятийным аппаратом — необходимость текущих дней.

Задача настоящей книги — проблематизировать стандартизированное интервью с точки зрения взаимосвязей и влияния на него иных способов интервьюирования; показать методики и техники, заимствованные из порой противоположных, противоборствующих подходов; развернуть методологическую рамку, позволяющую в полевых условиях различать приемы и уловки интервьюера; формировать культуру методической критики текущих, зачастую ошибочных убеждений в уникальности и самодостаточности стандартизированных форм разговора. Задача настоящей книги — конструирование понятия стандартизированного интервью.

Работа с понятиями нынче не в моде. Но только понятия позволяют нам связывать теоретические представления с эмпирическими реалиями. Направленные на расширение границ осмысленной интерпретации, понятия, в силу своей нормативной природы, быстро трансформируются в дидактический набор трюизмов, и потому быстро забываются. Их ареал бытования, как правило, не выходит за пределы студенческих аудиторий.

Потому единственная возможность реанимации понятийного аппарата — это предельная прагматизация его возникновения, применения и критики.

Методологическая рамка

Одним из наиболее значимых и революционных ответов на запрос о разработке понятийного аппарата, построенного на эмпирических, а не нормативных связях и отношениях, можно считать метод веерных матриц, предложенный Симоном Кордонским [Кордонский, 2001, 2011, Кордонский, Бардин, 2015]. Согласно этому методу вопросы классификации могут быть успешно решены через последовательное конструирование связей между отдельными элементами рассматриваемого мира. Основная посылка подхода заключается в том, что изолированные, построенные на перечислении некоторого набора признаков определения не отражают ни многообразия, ни полноты, ни глубины реалий, с которыми соотносятся понятия. Создавая новые типологии, исследователь упражняется в спекулятивном знании, имеющем мало отношения к полевому опыту (см., например: [Шапиро, 2017]). Тем самым, пытаясь описать некоторый социальный мир, он описывает лишь собственные ограниченные представления о нем, не имея никаких средств для проверки и критики этих представлений.

Построение определений следует начинать не с нормативных, аксиологических определений (нечто есть первое, второе, третье и т.д.), а с выделения связей, которые обнаруживаются у изучаемого феномена с другими значимыми феноменами, находящимися в границах описываемого жизненного мира. Для этого Кордонский выделяет два измерения. В первом обозначается

ролевая составляющая мира то, что акционисты (по В. Ядову), назвали бы актерами, действующими субъектами, реализующими в мире свои целевые установки. Второе измерение отражает объекты, области их деятельности. Новизна подхода заключается, во-первых, в том, что области и субъекты связаны не линейными, однозначными отношениями, а некоторым набором связей, включающим всю совокупность выделяемых признаков. Во-вторых, в том, что посредством особой трансформации построенных отношений можно добиваться детализации и последовательного перехода от одних систем описания (Кордонский называет их онтологиями) к другим.

В начале строится таблица базовых различий, репрезентирующая первоначальные предпосылки типологии и открывающая поле для критики исходного кода для построения последующих таксономий. По столбцам расположены наименования действующих лиц (ролей, профессий, любых признаков осмысленной активности, однозначно отсылающих нас к действующим субъектам), по строкам — области активности. Количество строк и столбцов равно, поскольку каждая область имеет прямое соответствие с действующим лицом. По главной диагонали расположены типичные результаты, максимально репрезентирующие действующего и поле действия. По строкам, репрезентирующим области деятельности, описываются элементы деятельности каждого актора в активности всех акторов, включенных в изначальную матрицу. По столбцам отражены различные области деятельности, используемые конкретным актором в своей профессиональной или повседневной активности.

Спецификой этого инструмента является то, что в нем специалисты (как идеальные типы) сопряжены с теми феноменами, которые существуют в соответствующих предметных областях. Специалисты структурно включены в формализм, объединяющий

элементы онтологий в целое предметной картины мира. Это означает, что каждой специализации (форме деятельности) соответствует своя онтология, содержащая, тем не менее, элементы других специальных представлений о существовании [Кордонский, 2011, с. 15].

Аналитическая работа по конструированию определений, построенных на взаимосвязи с другими признаками, начинается с перехода от первой матрицы к матрице второго порядка, которая уточняет один из выбранных базовых элементов первой таблицы. Для этого объединяются и интерпретируются симметричные по главной диагонали элементы, образуя диагональный элемент новой матрицы (первой производной начальной сетки различий). Затем получаем таблицу той же размерности, в которой по столбцам будут представлены активности, репрезентирующие один из элементов первой, исходной таблицы, а по строкам — области, или уровни этой активности. Подобная операция построения веерных матриц может быть продолжена дальше. Ограничение в построении следующих таблиц определяется лишь целесообразностью детализации первоначальных активностей. В результате получаем систему определений изучаемой области, во-первых, представленную через отношения между понятиями разных предметных областей, во-вторых, построенную формальным образом, методически независимым от представлений конструирующего ее субъекта.

Объединения понятий в последовательности возникают при попытках осмыслить — как говорят философы и методологи — целое, то есть построить теории, объясняющие отношения между понятиями разных предметных областей [Кордонский, 2001, с. 98].

Симон Кордонский предлагает применять метод веерных матриц для реконструкции онтологий, лежащих в основании

описаний социального мира. Этот же метод вполне уместно использовать для построения определений в области методологии социальных исследований. Ограничиваясь областью интервьюирования, сначала построим описание метода интервью как такового. На втором шаге преобразуем таблицу, репрезентирующую метод интервью, акцентируя внимание на одном из подвидов — исследовательском интервью. На третьем шаге из исследовательского интервью выделим стандартизированное интервью. Формализм (по Кордонскому) метода веерных матриц позволяет сделать прозрачными предпосылки построения определения, обозначает области релевантных отношений, представляет основания для критики и развития метода стандартизированного интервью. Повторяя основные принципы построения научных определений, предложенных Тимашевым, формализм позволяет сохранить порядок, каузальность и гипотетичность [Тимашев, 2006, с. 128] теоретических построений.

Шаг первый: **Методы интервью**

Эмори Богардус, американский социолог в России в основном известен как автор шкалы социальной дистанции, позволяющей в режиме психологического тестирования измерять уровень толерантности. Однако ему принадлежит целый ряд работ, далеко выходящих за рамки методологии тестирования. Среди них — небольшая статья о методах интервью, вышедшая в свет в 1924 году [Bogardus, 2003], направленная, по словам Нигеля Филдинга, на обсуждение интеракций в неисследовательских интервью, выявление коммуникативных эффектов, вызванных целями

участников интервью [Fielding, 2003, p. 77]. В ней Богардус останавливается на семи профессиях, в которых активно применяется интервьюирование: терапевт, адвокат, священник, социальный работник, психиатр или психоаналитик (Богардус не различает эти две профессии), журналист и следователь. Раскрывая особенности интервью в каждой из них, Богардус фактически ведет речь об исследовательском интервью. Основной вопрос статьи: какие навыки и умения могут быть заимствованы студентами, изучающими исследовательскую методологию, из других профессий?

Хотя Эмори Богардус не называет явно методы, применяемые в каждом отдельном случае, из перечисленных примеров можно реконструировать базовые подходы, соотнесенные с каждой профессией (**табл. 2**). Другими словами, текст, написанный Богардусом, может рассматриваться в качестве исходного материала для построения веерных матриц.

Исходный материал для построения веерных матриц формируется следующим образом: если есть некая сущность, то она должна быть представлена как набор отношений, одно из которых задается названием предмета, а другое — названием метода, соответствующего (одноименного) предмету [Кордонский, Бардин, 2015, с. 32–33].

Терапевт ведет диагностическое интервью, направленное на поиск симптомов и постановку диагноза. Отталкиваясь от устных рассказов, подкрепляя их анализами и наблюдением, терапевт должен выделить из нарратива значимую информацию, собрать анамнез, позволяющий как можно точнее диагностировать возможное заболевание.

Терапевт обычно начинает с того, что просит пациента описать его боли, их локализацию, время, когда они впервые проявились, интересуется, какой у пациента аппетит и т.д., посте-

пенно формируя настолько полную картину состояния пациента, связанного с его заболеванием, насколько это возможно. Он редко делает записи, но задавая наводящие (leading) вопросы, поддерживает рассказ пациента о себе до тех пор, пока не будет раскрыта значимая информация [Bogardus, 2003, p. 83].

Адвокат решает правовые, социальные, а подчас и психологические проблемы клиента, которому если не грозит, то хотя бы угрожает возможное административное или уголовное преследование. Он ведет беседы, не прерывая и не мешая клиенту раскрыть всю историю, лишь задавая уточняющие вопросы, останавливаясь на деталях, зачастую ускользающих от самих участников описываемых событий. Адвокат — это «душеприказчик», защитник по существу, потому интервью с клиентом — это чаще всего беседа, душевный разговор, в котором не должно остаться недосказанности и умолчаний. В противном случае есть риск встретиться с неожиданностями на судебном заседании и проиграть там, где вполне возможен иной исход в рассмотрении дела.

Для обеспечения аккуратных и полных свидетельских показаний на суде требуется выполнение важнейших принципов. Что фактически произошло — что свидетель помнит — что он рассказывает — вот три основные проблемы, представленные Джоном Вигмором [Wigmore, 1913, p. 484] как три основных принципа: восприятия, воспоминания и повествования [Bogardus, 2003, p. 84].

Священник вступает с паствой в разговор в режиме интервью во время исповеди. Несмотря на мягкий, исповедальный характер подобного разговора, жесткая регламентация и система правил составляют основания качественно проведенной исповеди. Это не душевная беседа двух знакомых, не перечисление прегрешений перед наставником. Это разговор с Богом, где свя-

щеннослужитель выступает лишь посредником, выполняющим определенные обрядовые действия [митрополит Антоний Сурожский, 2016]. Полнота покаяния и раскрытия греха не наступают автоматически, не определяются саном исповедующего. Потому несложно обнаружить в приходах очередь на исповедь к одним священникам и отсутствие таковой у других.

Социальный работник, по мнению Богардуса, наиболее близок по своим целевым установкам социальному исследователю: «оба имеют отношение к социальным проблемам, конфликтным ситуациям, к людям, к социальным стимулам и ответам» [Bogardus, 2003, p. 86]. Задача социального работника — через эмпатию и речевую поддержку выявить основные трудности и потребности обслуживаемых людей, организовать по результатам интервью адекватные обнаруженным проблемам сопровождение и уход.

Основная цель интервью — это помощь интервьюируемому в реализации решения проблем в контексте позитивных взаимоотношений. Это определяет основные параметры интервью, проводимых социальными работниками. Каждое из них отчасти повторяет традиционный процесс решения проблем — серию последовательных шагов, предпринимаемых для достижения некоторой цели: (1) представление / начало, (2) социальное исследование / сбор данных, 3) оценка, 4) воздействие / лечение, 5) завершение. Процесс решения проблем состоит из второго, третьего и четвертого шагов. Интервьюер пытается, в согласии с интервьюируемым, выявить необходимость некоторых коррекционных воздействий (4), основанных на совместном понимании ситуации (3), полученном из фактов (2) [Kadushin, Kadushin, 2013, p. 4].

Задача **психиатра** или **психотерапевта** — выявление скрытых даже от самого пациента мотивов и причин его действий. Психотерапевт поддерживает рассказ пациента о том, о чем он не только никогда не рассказывал, но, возможно, даже

не задумывался. Психотерапия — это речевое стимулирование рефлексивной позиции пациента, проговаривание, а через него и осознание им мира собственных представлений, убеждений и действий. Потому от интервьюера требуется не только поддержание искренности и продолжительности рассказа, но и адекватная, точная интерпретация услышанного.

Описывая психотерапевтическое интервью, выделяют две его разновидности: диагностическое, или первое интервью с пациентом, и клиническое, или непосредственно терапевтическое. Однако, в отличие от терапевта или врача общей практики, психотерапевт с первого интервью конструирует ситуацию терапевтического воздействия [Carlat, 2016, р. 1]. Диагностика не предшествует лечению, а воспроизводится в ходе такового. Поэтому важнейшей задачей первого психотерапевтического интервью становится не постановка диагноза, а достижение согласия пациента на совместную деятельность, построение терапевтической коалиции. Для этого требуется, во-первых, хорошо представлять, кто перед тобой находится, и, во-вторых, всегда оставаться собой, следовать своему стилю.

Установление раппорта, согласия не всегда тождественно мягкому, располагающему стилю. Так, Даниель Карлат [Carlat, 2016, р. 18] приводит весьма показательное начало интервью доктора Шапиро с раздраженным, негативно настроенным пациентом:

Д-р Шапиро: Насколько я понимаю, вы хотите уйти?

Пациент: Конечно, тупое место, мне уже никто не поможет.

Д-р Шапиро: Если выиграете у меня в армреслинг, можете идти.

Пациент: Что?!!

Д-р Шапиро: *(Ставит руки на стол)* Серьезно. Или вы испугались?

Пациент: *(неохотно ставит свою руку)* Это глупость.

Д-р Шапиро: Один, два, три, поехали.

Д-р Шапиро: *(как обычно, быстро выигрывает)* Хорошо. Я думаю вам лучше прийти в другой раз. До завтра.

Пациент: *(улыбаясь недоуменно)* Это все?

Д-р Шапиро: Что? Вы хотите поговорить? Давайте поговорим.

Задача психотерапевта — формирование активной позиции собеседника, построение партнерских отношений, позволяющих преодолеть пассивную позицию ожидания. Пациент изначально приходит за помощью и поддержкой, поэтому обычно он открыт, рассказывая об интимном, закрытом от посторонних опыте. Однако не каждый опыт осмыслен, не все можно сказать даже врачу. Психотерапевт находится в позиции помощника, подручного инструмента [Sadock, Sadock, Ruiz, 2014, p. 193]. Пациент должен сам искать пути выхода из сложившейся ситуации, прежде всего, вести беседу с собой. Иначе терапевтическое воздействие становится невозможным.

Если позиции терапевта, адвоката, священника, социального работника и психотерапевта по своей природе помогающие, формирующиеся по запросу клиента, то позиции журналиста и следователя определяются от противного. Респондент или свидетель в этих случаях зачастую не испытывает большого желания принять участие в интервью.

Журналист формирует новостную ленту, в которой не все отвечает потребностям интервьюируемого. Характер, особенности интервью задает публика. Ее интересы — основная забота журналиста [Лукина, 2003]. Эффективное интервью всегда содержит элементы скандала, непредсказуемости. Неожиданны и последующие трактовки зафиксированной беседы, что может вызывать протест и прямой отказ интервьюируемого от публичного представления состоявшегося разговора. Журналистское интервью держится на скандале, разоблачении и провокации куда больше любого другого типа интервью. Отсюда важнейшими приемами интервью становятся воздействие как на интервьюируемого, так и на предполагаемую ау-

диторию [Сахнова, 2012] с целью формирования интереса к подготовленному материалу.

Журналистское интервью, как правило, рассматривается как противоборство двух собеседников. Отсюда в описаниях методики такого интервью часто упоминаются тактики, предотвращающие уклонение от вопроса или противодействия со стороны интервьюируемого. При этом журналист отнюдь не безгрешен — общие фразы, неполная информация, перевод ситуации из частной в общую, частая смена темы разговора позволяют ему держать в напряжении собеседника, подталкивать его к проговариванию скрытых, а потому наиболее интересных для публики событий, сюжетов или мнений [Сацирова, 2016, с. 132].

Поскольку участие в журналистском интервью добровольное, от журналиста, репортера в не меньшей мере требуется навык расположения к себе собеседника [Жигалова, 2016, с. 164]. Баланс между провокацией и доверительной беседой — основа профессионального мастерства журналиста.

Наконец, **следователь** — это человек, разговаривающий с другим через повестку, привод в отделение, под протокол и формальные процедуры, трансформирующие нарратив в свидетельские показания, обладающие юридической силой. Опрос в раскрытии и расследовании преступлений выступает методом дознания и доказывания, приемом поиска улик и свидетельств, средством подготовки процессуальных мероприятий [Александров, 2004; Баянов, 2014; Лир, 2004; Питерцев, Степанов, 2006]. Одно это создает весьма некомфортные условия для отвечающего, поскольку последствия зафиксированных ответов могут быть необратимы для него или для его близких. Куда более изощрены методы допросных практик в полевых условиях, когда нужно обнаружить и изобличить преступника.

Следователь — главный эксперт в интервьюировании людей, которые не хотят быть интервьюируемыми. Он прибегает ко всем видам уловок, чтобы добиться своего. Появляется на сцене самыми неожиданными способами — как удачливый рыбак в горах, в обличье прохожего на банкете или незнакомца, оказывающего значимую услугу. Он «держит след» мили, десятки миль, и когда преследуемый чувствует себя в безопасности и расслабляется, следователь неожиданно появляется как старый фермер, партнер по танцу или беспомощный калека и выводит подозреваемого на продолжительное интервью [Bogardus, 2003, p. 87].

Однако и здесь следует различать роль детектива и следователя. Практики интервью в большей степени относятся к расследованию, а не раскрытию преступления, то есть сбору и фиксации доказательств, а не поиску и обнаружению преступника.

Расследование, в отличие от раскрытия преступления — это не собственно поиск преступника, а процесс сбора и фиксации доказательств, которые убедят суд в том, что именно этот человек совершил именно это действие, и именно данное действие является преступным. Поэтому расследование, которое требует вполне определенных юридических навыков, — часть юридической работы, а не работы собственно детективной [Титаев, Шклярчук, 2015, с. 170].

Каждая из перечисленных профессий формирует особый метод интервьюирования, наиболее подходящий для исполнения поставленных задач. Терапевт ведёт диагностическое интервью. Адвокат поддерживает беседу с подзащитным. Священник принимает исповедь. Социальный работник выстраивает разговор как эмпатическое интервью, психоаналитик — как психоаналитическое, журналист — как журналистское. Интервью следователя именуется допросом (табл. 2, с. 378–379). Но это не значит,

что каждый метод интервью производится изолированно, в своей методической чистоте. Каждый профессионал адаптирует и применяет техники из других профессиональных сред, тем самым обогащая и усложняя собственные речевые приемы и умения. Например, в оперативно-следственной деятельности применяется и понятие опроса подозреваемого или свидетеля [Данильян, 2015; Кондратьев, 2015; Чашин, 2013, 2014]. Однако для конструирования понятий удобней оперировать чистыми формами каждой профессиональной деятельности. Для юридических специальностей, безусловно, таковыми выступают допросные практики.

По диагонали таблицы 2, отражающей базовые методологии интервью, построенные Эмори Богардусом, представлены типичные, ядерные техники каждого вида интервью. Остальные ячейки матрицы отражают применение иных методов интервью в выделенных по столбцам профессиях. Такая классификация, предложенная С. Кордонским [Кордонский, 2011], позволяет охарактеризовать не модельные или идеальные, а фактические, реализуемые в полевых условиях типы интервью.

Богардус в статье не описывает исследовательское интервью. Однако представленные им характеристики неисследовательских интервью позволяют заполнить соответствующий столбец, указывающий на то, каким образом техники интервью, используемые в смежных профессиях, могут и должны быть заимствованы исследователями. По строке, описывающей исследовательское интервью, напротив, откладываются приемы исследователя, обогащающие иные виды интервью.

Основная задача исследовательского интервью — это построение теоретического языка описания, способного представить наблюдаемый объект и конструируемый предмет исследования. Узнавание нового, обучение у респондента или информанта, поиск или формирование в диалоге логических аргументов, накопление эмоциональных и этических подтверж-

дений позиций — это ядерные смыслы исследовательского интервью, проявить которые можно намного успешнее через подходы, разработанные в смежных профессиональных полях.

Шаг второй: Исследовательское интервью

Представление об исследовательском интервью может быть получено посредством конструирования веерной матрицы, то есть применения формализма, позволяющего вычленять базовые элементы метода и фиксировать следствия из уже существующих элементов. Расположенные симметрично относительно главной диагонали элементы объединяются в новый элемент, интегрирующий два признака. Такое попарное объединение элементов позволяет ввести иерархию организации [Кордонский, 2011, с. 13, 16]. Таким образом, представление исследовательского интервью в практику иных профессий (**табл. 2, строка 6**) попарно относительно главной диагонали объединяется с применением техник различных интервью социальным исследователем (**табл. 2, столбец 6**). Только один элемент не имеет пары в таком веерном конструировании — диагональная ячейка, описывающая ядро исследовательского интервью (**табл. 2, ячейка 6–6**).

Результат такого объединения — **таблица 3, с. 380–381**, представляющая первую производную методологии исследовательского интервью. По столбцам представлены специальности, сочетающие в себе предметные области, представленные в первой таблице, и позицию исследователя. По строкам — методы интервью, ядерные или идеальные (по М. Веберу) для обозначенных специальностей.

Исследователь-терапевт работает с **фокусированным интервью**. Его задача — предельная тематизация исследования (табл. 3, ячейка 1'–1'). Через явное обозначение цели сбора материала, точно соответствующего предзаданным характеристикам, исследовательским вопросам, он достигает диагностического эффекта. С одной стороны, требуется получить наиболее полное и развернутое описание пациентом своего состояния (табл. 2, ячейка 1–6), с другой — описание должно содержать как можно больше релевантных для постановки диагноза фактов, событий, переживаний (табл. 2, ячейка 6–1). Исследователь-терапевт подчинен логике постановки диагноза и выработке рекомендаций, фокусированию на проблеме, что сужает его степень свободы в разговоре, задает жесткие рамки беседы, направленной на поиск улик — мелких, незначительных симптомов изучаемой проблемы.

Карло Гинзбург пишет об «уликовой парадигме», объединяющей медицинскую диагностику и оперативно-следственные мероприятия в разделяемом ими базовом предположении — только через внимательное отношение к деталям, не значимым для всех окружающих, можно вскрыть сущностные противоречия, разобраться в происходящем. Уликами могут быть только мелочи, ускользающие от свидетелей происшествия.

Мелкие, даже ничтожные следы позволяют проникнуть в иную, глубинную реальность, недостижимую другими способами. Следы: выражаясь точнее, симптомы (в случае Фрейда), улики (в случае Шерлока Холмса), изобразительные знаки (в случае Морелли). <...> ...опираясь на симптомы, порой ничего не говорящие профану (например, д-ру Ватсону), диагностировать болезни, недоступные для прямого наблюдения [Гинзбург, 2004, с. 196].

Задача **исследователя-адвоката** в интервью — **представление социальных и правовых проблем** клиента, адекватное

действующей юридической системе (**табл. 2, ячейка 2–2**). Этой задаче подчинена общая структура **беседы с подзащитным**. Но для обеспечения исследовательской компоненты этого недостаточно. Полнота рассказа, акцент на деталях, подробное описание даже незначимых с точки зрения клиента событий и происшествий (**табл. 2, ячейка 2–6**) — ключ для точного восстановления прошлого, в котором от исследователя-адвоката требуется выделить главное, наиболее релевантное и убедительное для судебного разбирательства (**табл. 2, ячейка 6–2**). Этнографическое интервью как инструмент для описания жизненного мира на языке его обитателей (**табл. 3, ячейка 2'–2'**) — идеальный тип речевого инструментария адвоката-исследователя. На этом типе интервью мы остановимся подробнее чуть ниже.

Исповедь как нормативно закреплённый формат разговора **священника** с прихожанином трансформируется в **нарративное интервью**, если задача сужается до исследовательской. Поддержание доверительных отношений обеспечивается форматом разговора — к священнику приходят для облегчения переживаний, снятия стресса, негативных чувств стыда и страха. Задача священника — обеспечение полноты покаяния, отсутствие пропусков наиболее серьёзных нравственных и этических нарушений, наконец, конструирование таких нарушений через осознание и выделение их из потока обыденной жизни прихожанина (**табл. 2, ячейка 3–3**). Умение поддерживать нарратив, выделить в нём основные стадии развития жизненного сюжета (**табл. 2, ячейка 3–6**), соотнести с каноническим текстом и через его толкование (**табл. 2, ячейка 6–3**), наполнить смыслом пережитые или переживаемые прихожанином прошлые события.

Исследователь в социальной работе, прежде всего, обращается к **биографическому интервью**. Несмотря на то, что постановка диагноза остается важнейшим элементом его работы, основная задача — через раппорт и сопереживание сконструиро-

вать совместное осмысление биографического прошлого (**табл. 3, ячейка 4'–4'**). Поддержка и помощь клиента выходят за рамки медицинского, физиологически обусловленного подхода. Понимание, сопереживание, принятие личности клиента (**табл. 2, ячейка 4–6**) становится возможным через принятие его биографии, текущих и прошлых событий, из которых складывается жизнь, которые выделяются самим человеком как значимые. Так эмпатическое интервью, характерное для социального работника, приобретает черты биографического, отражающего исследовательский компонент его профессиональной деятельности.

Исследователь-психоаналитик, прежде всего, в совершенстве владеет методиками **глубокого интервью**, или приемами и техниками погружения в непроговоренные, вытесненные из текущих размышлений мысли и переживания пациента (**табл. 3, ячейка 5'–5'**). Работа с метафорами, недоговоренностями, аллюзиями и различного рода переносами, позволяющими обойти табуированность тем (**табл. 2, ячейка 5–6**) и аналитически представить услышанное (**табл. 2, ячейка 6–5**), — основной инструмент глубокого интервью. Это достигается через запрет на прямые вопросы, отказ от резких уточняющих вопросов, направленных на событие, стимулирование свободного, ассоциативного рассказа.

Когда исследовательское интервью совмещается в веерной матрице с самим собой (**табл. 3, ячейка 6'–6'**), рождается **интервью рефлексивное**. Задача последнего — наблюдение, обнаружение и фиксация ошибок. Из этого происходит методология, или осмысленная критика всего исследовательского процесса.

Исследователь-журналист собирает материал через конфликт и о конфликте (**табл. 3, ячейка 7'–7'**), его идеальный метод — **экстремальное интервью**, которое направлено на конструирование социального напряжения, проблематизацию даже очевидных положений. Вместо собеседника перед исследователем оппонент, вместо беседы — провокация [Pangrazio, 2016]. Уточ-

няющие и контрастные вопросы (табл. 2, ячейка 7–6) составляют основной каркас речевого поведения исследователя-журналиста, поиск аргументации и логических сбоев — аналитическую рамку дальнейшей работы с собранным материалом.

Наконец, **исследователь-следователь** работает со **стандартизированным интервью**. Не случайно в среде исследователей общественного мнения бытует поговорка: «Лучший опрос — это допрос». Через стандартизацию личного и социального (табл. 3, ячейка 8'–8') удастся проверить сформулированные заранее гипотезы, построить непротиворечивую, хотя бы в границах регрессионных моделей, картину мира. Полный контроль за коммуникацией, управление ходом разговора, точное определение ролей задающего вопросы и отвечающего на них — все это создает ситуацию формализованного общения, не позволяющего респонденту сбить исследователя пространными отступлениями, историями или анекдотами. Ирония, недомолвки, игра слов и прочие двусмысленности в одинаковой мере недопустимы в допросе и стандартизированном интервью.

Шаг третий:

Метод стандартизированного интервью

Представление об общественном мнении как собираемом по единообразной процедуре из индивидуальных высказываний формирует целевую установку на стандартизацию опросной технологии — гаранта надежности измерения [Hof, 2006, p. 53].

Единообразие речевой коммуникации выступает гарантом тож-

дественности высказываний и позволяет рассматривать ответы как единицы статистического наблюдения. Ответ в изначальной, психологически ориентированной опросной методологии, — это не более чем реакция на предложенный стимул. Для сопоставления речевых реакций **стимульный материал** подлежит жесткому контролю и стандартизации. Другими словами, конструирование общественного мнения (табл. 3, ячейка 8'–8') становится возможным через обеспечение стандартизации диалога и жесткий контроль за регламентом организации выборки и проведения интервью (табл. 4, ячейка 8''–8'', с. 382–383).

Стандартизация — ключевая часть процесса измерения. Во всех науках значимые измерения осуществляются посредством применения единообразной процедуры к некоторому набору ситуаций, чтобы различия полученных результатов могли интерпретироваться как реальные различия того, что измерялось. Это относится и к опросам. В последних процесс стандартизированного измерения — это предъявление вопросов и «измерение» результатов этого процесса — ответов, записанных интервьюером. Цель стандартизации состоит в том, чтобы каждый респондент получил один и тот же вопрос, а ответы были зафиксированы одинаковым образом. Тогда любые изменения в ответах могут быть корректно интерпретированы как отражение различий между респондентами, а не процессом получения ответов. Легко сказать, что интервьюеры должны выполнять стандартизацию, однако очень сложно ее выполнить [Fowler, Manione, 1990, p. 14].

Центральная роль полевого интервьюера в стандартизированном интервью — модератор, контролирующий и управляющий стандартизацией в разговоре. Как следователь, проводя оперативно-следственные мероприятия, организует допрос, полностью контролирует речевую ситуацию и подыскивает средства для обнаружения и ремонта отклоняющегося поведения, так и интервьюер старается пресекать любые смещения и воль-

ности, допускаемые респондентом в ходе стандартизированного интервью. Для успешной реализации стандартизированного интервью, кроме модератора интервьюеру необходимо отыгрывать еще семь ролей если отталкиваться от онтологии стандартизированного интервью, построенной на списке значимых для метода интервью профессий, предложенном Богардусом: (1) контролер, (2) собеседник, (3) слушатель, (4) экзаменатор, (5) интерпретатор, (6) критик и (7) парламентар. Остановимся на каждой из них.

(1). Контроль в стандартизированном интервью направлен на обеспечение адекватности ответа поставленному опросному заданию (**табл. 4, строка 1**). Основная задача **контролера** — исполнение программы исследования (**табл. 4, ячейка 1''–1''**), отражённой в нормативных документах и устных рекомендациях, поступающих от организаторов опроса. Исполнение становится возможным через упорядочивание признаков наблюдения (**табл. 3, ячейка 8'–1'**) и выявление нерелексируемых, незамечаемых симптомов адекватности ответа (**табл. 3, ячейка 1'–8'**). Формального исполнения процедуры недостаточно для определения адекватности ответа, полевой реализации программы исследования.

Только через наблюдение за неявными, неконтролируемыми проявлениями речевой активности, сопоставление их с ответами, можно составить представление об адекватности ответа, соответствии опросному заданию. В самом ответе без привлечения дополнительных наблюдений невозможно выделить иронию, насмешку, уклонение в другую тему, близкую по речевому исполнению, но далекую по смыслу, вкладываемым в нее респондентом. Неважно, осознанно или нет ведёт себя респондент, определение, например, соответствия детализации ответа программным требованиям (что особенно актуально для вопросов о доходах) — это всегда конструкция, созданная из дополнительного набора переменных.

Селин Вайтс и Гирт Лусвелд рекомендуют перед запуском опроса не только проводить инструктаж, объясняя текущие правила и условия интервью, но опрашивать по этой же анкете интервьюеров [Wuyts, Loosveldt, 2017]. Участие в интервью в качестве респондента помогает как интервьюерам наглядно представить стратегии ответа, так и организаторам опроса оценить качество работы интервьюера. По наблюдениям исследователей, отношение к опросному заданию, дисциплинированность и вариативность поведения в полной мере проявляется тогда, когда интервьюер начинает играть роль респондента.

(2) Интервьюер как **собеседник** (табл. 4, столбец 2") нацелен на сохранение неформальности, непосредственности разговора (табл. 4, строка 2"). Несмотря на то, что процедура требует машинного, монотонного предъявления вопросов [Жабский, 1985], обычно негласно и вне инструктивных материалов от интервьюера требуется поддержание доверительности, что невозможно в протокольном контексте [Bell, Fahmy, Gordon, 2016; Houtkoop-Steenstra, 1997]. В отличие от тестовой процедуры, искусственность которой понимает и принимает испытуемый, опрос проходит в естественной для респондента среде. Поддержание естественности, неразрушение привычных речевых границ жизненного мира собеседника (табл. 4, ячейка 2"–2") — основная задача интервьюера.

Здесь в стандартизированном интервью проступают черты этнографического интервью. Расположение к себе собеседника и связывание частностей, деталей коммуникации с общей картиной жизненного мира респондента определяют речевые приемы интервьюера, что особо критично в самом начале разговора. Роль интервьюера-собеседника — ключевая для установления контакта и получения согласия на интервью. Отнюдь не случайно исследователи фиксируют положительные корреляции между речевыми формами поддержки беседы, проявлением внимания к репликам собеседника и коэффициентом ответов, или уровнем

законченных интервью, результативностью в получении согласия на участие в опросе [Conrad, Broome, Benki, et al, 2013; Maynard, Freese, Schaeffer, 2010].

(3) Слышать ответ — это уметь интерпретировать когнитивные процессы, связанные с восприятием вопроса, поиском в памяти релевантной информации, формулированием и озвучиванием ответа [Рогозин, 2000], уметь управлять когнитивной нагрузкой [Девятко, Лебедев, 2017], которую испытывает респондент. Ключевая характеристика **слушателя** — восприятие ответа (табл. 4, строка 3”), умение услышать сказанное человеком, с которым не связывают ни обстоятельства прошлой жизни, ни культурный контекст, ни общие привычки или прошлый опыт. Услышать чужака — это мастерство декодирования его мыслей, упакованных в речевые конструкции.

Несмотря на обыденность и утилитарность речевого общения, за ним кроются чрезвычайно сложные теоретические и методологические проблемы, решением которых уже несколько десятилетий заняты крупнейшие западные методологи [Садмен, Брэдберн, Шварц, 2003].

Исследования в этой области отсылают к широкому кругу вопросов. Как респонденты понимают заданные им вопросы? Какова роль автобиографической памяти в ретроспективных ответах о прошлом поведении и как мы можем улучшить точность этих ответов? Как трансформируются суждения под влиянием контекстуальных эффектов в измерениях установок? Изменяются ли когнитивные процессы, лежащие в основании ответов о поведении и установках в течение жизни? Какие техники можно использовать для определения того, что вопросы «работают» так, как предполагается исследовательским планом? [Schwarz, 1999, p. 93]

Понимание ответа приходит через контролируемое расширение контекста, провоцирование или поддержание дополни-

тельной аргументации (табл. 3, ячейка 3'–8'). В одних случаях люди склонны сами объяснять причины ответа, в других — от интервьюера требуются дополнительные, уточняющие вопросы. Поскольку интервьюер остается скованным требованиями стандартизации, подобные отклонения от анкетных вопросов возможны лишь в жестко оговоренных рамках, при точном исполнении ритуала стандартизированного интервью (табл. 3, ячейка 8'–3'). Через совмещение обозначенных двух условий понимания и происходит когнитивное принятие, или интерпретация ответа (табл. 4, ячейка 3''–3'''). При сохранении написанных в инструкциях границ в поведении интервьюера, разговорный стиль стандартизированного интервью не приводит к смещениям и дополнительным эффектам интервьюера, а, напротив, существенным образом улучшает качество измерительной процедуры [Schober, Conrad, 1997; Schober, Conrad, Fricker, 2004; West, Conrad, Kreuter, et al, 2018; Mittereder, Durow, West, et al, 2018]. Сейчас основная критика разговорного стиля связана с увеличением продолжительности опроса. Но качество полученных ответов, независимо от стиля интервью, часто требует большего внимания к вопросу и ответу, и как следствие, увеличивает время интервью [McGonagle, Brown, Schoeni, 2015]. Возможно, в недалеком будущем жесткая речевая стандартизация вовсе будет считаться ошибкой любого стандартизированного интервью.

(4) Роль экзаменатора весьма близка к роли контролера. Оба должны производить проверку ответа. Однако, если в роли контролера, представленной выше, проверяется адекватность ответа опросному заданию, в роли экзаменатора проверке подлежит достоверность ответа, или соответствие его некоторым реалиям, лежащим за пределами текущего здесь-и-сейчас разговора. Лукавство, хитрость, сокрытие информации или предоставление заведомо ложных сведений — это набор осознанных искажений достоверности, ошибки сообщения (по Мягкову), выявлением

которых занимаются многие исследователи [Нуман, 1944; Мягков, 2001, 2003, 2004, 2006, 2008; Алашеев, 2015]. Но возможны и спонтанные, неконтролируемые человеком отклонения, связанные с особенностями индивидуальной памяти (забывчивостью), креативностью и уровнем воображения, увлеченностью собственным нарративом. В обоих случаях ответ должен быть соотнесен с опытом респондента (табл. 4, ячейка 4''–4'''), что и является основной задачей экзаменатора. Даже на самые простые социально-демографические вопросы респондент может отвечать уклончиво, умалчивать или изменять какие-либо факты.

Знание опрашиваемыми своих объективных характеристик также не гарантирует точных сведений, поскольку не является единственным фактором формирования ответов. Как показывают специальные исследования, посвященные этой теме [Давыдов, 1993, с. 24–25], на них влияет множество различных внешних стимулов среды и внутренних состояний самих респондентов. Возраст, образование, доходы, место жительства и прочее — это такие характеристики, которые воспринимаются многими людьми как престижные. Сообщая о них в ходе опросов, респонденты не просто актуализируют и вербализируют известные им сведения, бесстрастно констатируют данные факты из своей жизни или биографии. Каждый из участников исследования по-своему оценивает и переживает их, сопоставляет и интерпретирует в контексте сложившейся социальной ситуации с учетом той роли, которую играют эти характеристики в жизни различных референтных групп и общества в целом [Мягков, 2001, с. 42].

Ошибки сообщения связаны с фактологическими вопросами, имеющими отношение к социально не одобряемому, осуждаемому или заведомо скрываемому от других поведению. Употребление наркотиков, аборт, сексуальное поведение, доходы, употребление алкоголя, курение, электоральное поведение [Мягков, 2008, с. 21–24] — классический набор тем, уже долгие годы

изучаемых исследователями через оптику «сокрытия правды». Возможные умолчания не только в фактологических, но и в аттитюдных вопросах, порой больше связаны с нормами вежливого поведения [Мягков, 2008, с. 27], нежеланием противоречить собеседнику, наделенному статусом задающего вопросы.

Следует избегать навязывания собственных представлений, которые могут транслироваться через интонацию, стиль речи, жесты, а не только прямое произнесение мнений. Подобный эффект интервьюера, через роль экзаменатора навязывающего собственную точку зрения, особенно характерен для вопросов о мнениях, связанных с личностными оценками, субъективными представлениями о происходящем [Himelein, 2016]. Потому интервьюеру чрезвычайно важно контролировать не только искренность респондента, но и собственные попытки проверить эту искренность.

(5) Работа с латентными признаками как важнейший, системообразующий элемент исследовательской культуры впервые предложена Полом Лазарсфельдом (см., подробнее: [Рогозин, 2006]). Задача **интерпретатора** — диагностика латентных признаков ответа (**табл. 4, ячейка 5''–5'''**), выявление элементов прошлого опыта и текущих состояний, лежащих за пределами осознанных и контролируемых областей восприятия респондента. Латентность — это то, что выходит за рамки обыденной рациональности, но поддерживает ее, создает условия для принятия рациональных решений.

Базовая роль, к которой атрибутирует аналитическая работа с латентными признаками, — психоаналитик-исследователь (**табл. 3, столбец 5'**), базовый метод — глубинное интервью (**табл. 3, строка 5'**). От интервьюера требуется выявление скрытого, социально неодобряемого и личностно не принимаемого опыта (**табл. 3, ячейка 5'–8'**), того, что вытеснено за пределы рациональных представлений, что не составляет личностного, предъявляемого другому.

(6) **Критик** — роль самая распространенная и самая сокрытая одновременно. В современных реалиях опросной индустрии критика, доступная полевому интервьюеру, — пересуды, сплетни и жалобы. Считается, что он — исполнитель чужой воли и его мнение ничего не значит для откалиброванного, заранее выверенного инструмента [Рогозин, 2017, с. 102–103]. Лишь изредка говорят об обратной связи, позволяя интервьюерам заполнять какие-либо формы или принуждая отвечать на дополнительные вопросы. Куда чаще роль критика проявляется в спорах, связанных с отклонениями от предписанных инструкций и следующих за этим штрафных санкций. От интервьюера ждут не опровержения базовой методологической аксиоматики или методических приемов исследования, а оправдания тех или иных, выходящих за рамки инструкций поступков. Такие исследователи видят не интервьюеров, а эффекты интервьюеров — конструкт, позволяющий закрывать глаза на собственные ошибки и заблуждения.

Вместе с тем способность к критике, идентификации и описанию ошибок опросного инструмента — основная характеристика профессионального подхода к стандартизированному интервью. Критика — это не прерогатива высшей касты менеджеров, управляющих процессом, или ученых, разрабатывающих концептуальные определения и операциональные схемы. Действенная критика рождается в непосредственной близости от изучаемых реалий. Только там, где происходит измерение и коммуникация, можно обнаружить и осознать их последствия.

Интервьюер, отказывающий себе в критике, не способен учиться, извлекать опыт, наблюдать за происходящим. Когда программа исследования (в отличие от других видов интервью) вынесена за скобки коммуникации, единственное деятельное участие интервьюера в исследовании — это методическая рефлексия, основанная на фиксации ошибок анкеты и неадекватности процедуры опроса (табл. 4, ячейка 6''–6'''). Подавляющее большинство анкет лю-

бых опросных компаний содержат ошибки, недочеты, приводящие к сбоям и смещениям [Artino, Phillips, Utrankar, et al, 2018]. Если интервьюер отказывается от критики, обнаружения недочетов в опросном инструменте, ему ничего не остается как приспособливаться к ошибкам, подбирать средства нормализации «ненормальной», ошибочной коммуникативной ситуации. Отказ от критики — это основа фальсификаций и фабрикаций опросного инструмента.

Область критики опросного инструмента репрезентирует методологическую повестку. Последняя представлена через схематизацию теории общей ошибки (табл. 3, ячейка 8'–6') и правила наблюдения за отклонениями от процедуры (табл. 3, ячейка 6'–8'), которые могут быть вызваны как сбоями в текущей ситуации (контекст), особенностями поведения собеседников (эффект респондента или эффект интервьюера), так и ошибками анкеты (ошибки измерения) или недочетами процедуры отбора (ошибки репрезентации). Подробнее о различных подходах к операционализации теории общей ошибки см.: [Total survey error in practice, 2017; West, Blom, 2017].

(7) **Парламентер**, переговорщик или, как это ни странно, провокатор — роль, которая сочетает в себе выстраивание некоторых отношений (как у собеседника) и, одновременно, конструирование рефлексивной, критической позиции к происходящему (как у критика). В отличие от собеседника, нацеленного на достижение согласия и взаимопонимания, парламентер «работает на конфликте», провоцируя и управляя стрессовой ситуацией. В отличие от критика, ретроспективно проблематизирующего инструмент и процедуру, делает это здесь-и-сейчас, непосредственно во время коммуникации.

Этот подход [провокация] может быть рассмотрен как операционализация критической теории по провокации участников думать аналитически о социальных и культурных нормах, связанных с конкретным феноменом [Pangrazio, 2016, p. 230].

Через предъявление контрастных вопросов, выявление логических и стилистических противоречий (табл. 3, ячейка 7'–8'), интервьюер добивается более точного, осознанного выбора ответа или, разрушая связность коммуникации, выявляет скрытые, непроговоренные огрехи опросного инструмента. Парламентар ведет переговоры о границах допустимого (табл. 4, ячейка 7''–7'''), доводит респондента до предела открытости, искренности или исповедальности, которые тот может себе позволить в разговоре.

Провокация может быть рассмотрена как метод, затрагивающий особые аспекты социального мира — аспекты, либо личностные по сути или восприятию, либо воспринимаемые как слишком натуралистичные. Согласно этому цель провокации — стимулировать критическое понимание. Потенциально трансформируя поведение, провокация может также рассматриваться как метод, помогающий исследователю увидеть мир, который включается в процесс исследования. Представленная таким образом провокация может рассматриваться как метод, методология, концепт и даже установка, которую принимает исследователь для понимания комплексной природы социального феномена [Pangrazio, 2016, p. 227].

Приведенные выше слова австралийской исследовательницы Лючии Панграцио относятся к исследователю, изучающему социальный мир. Для полевого интервьюера, проводящего стандартизированное интервью, таким миром становится коммуникативная ситуация — речевое взаимодействие, в котором формируются спонтанные ответы на сформулированные заранее вопросы.

Итак, семь вспомогательных и одна ключевая роль позволяют интервьюеру проводить стандартизированное интервью в нестандартизированном со стороны респондента контексте. Перечисленные роли затрагивают четыре базовых условия успешного интервью: получение адекватной информации (кон-

тролер, слушатель, экзаменатор, интерпретатор), поддержание эмпатических отношений (собеседник), определение правил и этических норм (модератор) и методологическая рефлексия коммуникации, направленной на решение программных вопросов (парламентер, критик).

Выводы

Стандартизированное интервью обычно определяется через набор тривиальных правил регламентирующего и запретительного типа. От интервьюера требуется лишь тотальное подчинение и подавление любой личной инициативы. За желанием тотального контроля ситуации и предъявлением одинакового стимульного материала (анкетных вопросов) всем участникам интервью, скрывается антинаучная, анти-исследовательская позиция. Преодоление последней становится возможным через отказ от нормативного стиля методического мышления.

Основное условие такого отказа — осмысленное определение стандартизированного интервью, основанное на рассмотрении различных аспектов коммуникации, конструируемых через отношения с другими видами интервьюирования. Стандартизированное интервью — это подвид исследовательского интервью, которое, в свою очередь, есть подвид интервью как такового. Отсюда роли, или активности, которые выполняет полевой интервьюер, должны соответствовать исследовательской парадигме. Интервьюер — это не элемент большого опросного механизма, а его ядро, основание, включающее все атрибуты исследовательской прагматики.

Профессиональные роли интервьюера — это аспекты деятельности, или метода, определяющего и задающего особенности опросной коммуникации. Одна роль может конфликтовать с другой или быть менее заметной у какого-то интервьюера. Подобные ситуации — поле для возникновения ошибок и смещений. И чем больше игнорируются методы, связанные с другими типами интервью, что проявляется, например, в прямой, нормативной стандартизации, тем больше разрушается стандартизация в своем первоначальном исследовательском смысле.

Отказ от ролевого и методического единообразия Дон Диллман, Джолен Смит и Лех Кристиан называют холистическим подходом в методологии социальных исследований [Dillman, Smyth, Christian, 2014, p. 43]. Только учитывая разнообразие и полноту коммуникативной ситуации, можно добиться эффективного исполнения опросного задания и роли модератора (**табл. 4, столбец 8**). Другими словами, нельзя оставаться эффективным, реализуя ограниченный репертуар предустановленных заданий, копируя чужой опыт, подражая некритически воспринятым образцам. Исполнитель по мировоззрению, имитатор чужих представлений обречен на провал, даже в такой сфере социального знания как производство стандартизированного интервью.

Таблица 2. Базовые методологии интервью

МЕТОД ИНТЕРВЬЮ	ПОЛЕВЫЕ			
	1. Терапевт	2. Адвокат	3. Священник	4. Социальный работник
1. Диагностическое интервью	1–1 Диагностика заболевания; поиск симптомов			
2. Беседа с подзащитным		2–2 Решение социальных и правовых проблем клиента		
3. Исповедь			3–3 Раскрытие греха, полнота покаяния	
4. Эмпатическое интервью				4–4 Узнавание потребностей нуждающихся; терапия через вопросы
5. Психоаналитическое интервью				
6. Исследовательское интервью	1–6 Систематизация опыта, соотнесение диагноза с рекомендациями	2–6 Формирование аргумента, развитие риторических навыков	3–6 Развитие навыков толкования нормативных текстов (Святого Писания)	4–6 Поиск новых средств помощи, управление эмоциями
7. Журналистское интервью				
8. Допрос				

ИНТЕРВЬЮЕРЫ

5. Психиатр, психоаналитик	6. Социальный исследователь	7. Журналист	8. Следователь
	6-1 Стимулирование рассказа «полной истории», связывание высказываний с физическими состояниями		
	6-2 Раскрытие социальных и ментальных проблем; построение каузальной логики защиты клиента через нарративные формы представления		
	6-3 Обнаружение секретов, имеющих отношение к заданному вопросу, поддержание доверительных отношений		
	6-4 Терапевтический эффект интервью, правильное начало и завершение разговора, направленного на поддержание человека		
5-5 Выявление скрытых причин поведения	6-5 Работа с метафорами, толкование прошлого через диалог, прожективные и стимулирующие вопросы		
5-6 Навыки аналитической работы с речью пациента	6-6 Узнавание нового, обучение у респондента, поиск логических аргументов, построение теоретического языка описания	7-6 Аргументированность подачи материала, расширение контекста интервью	8-6 Систематизация показаний, управление коммуникативной ситуацией допроса
	6-7 Формы уточняющих и контрастных вопросов, обнаружение логических противоречий, диалог через конфликт	7-7 Производство медиа-эффектов, раскрытие скандального	
	6-8 Контроль за ситуацией, формирование экспериментальных планов, описывающих речевое взаимодействие		8-8 Раскрытие преступления, получение сведений у тех, кто не хочет их предоставлять

Таблица 3. Первые производные методологии исследовательского интервью

МЕТОД ИНТЕРВЬЮ	ПОЛЕВЫЕ ИНТЕРВЬЮЕРЫ,			
	1' [1–6 : 6–1] Исследователь-терапевт	2' [2–6 : 6–2] Исследователь-адвокат	3' [3–6 : 6–3]. Исследователь-священник	4' [4–6 : 6–4]. Исследователь-соц. работник
1' [1–6 : 6–1] Фокусированное интервью	1'–1' Предельная тематизация исследования, явное обозначение цели			
2' [2–6 : 6–2] Этнографическое интервью		2'–2' Раскрытие жизненных миров через языки их обитателей; представление близкого как чужого		
3' [3–6 : 6–3] Нарративное интервью			3'–3' Повествование, построение сюжетной линии, историй	
4' [4–6 : 6–4] Биографическое интервью				4'–4' Значимые события, конструирование целостной биографии
5' [5–6 : 6–5] Глубокое интервью				
6' [6–6] Рефлексивное интервью				
7' [7–6 : 6–7] Экстремальное интервью				
8' [8–6 : 6–8] Стандартизированное интервью (опрос)	8'–1' Упорядочивание признаков наблюдения	8'–2' Поиск в частном общих черт, выявление структуры жизненного мира	8'–3' Точное исполнение ритуала	8'–4' Установление соответствия между потребностями и средствами их удовлетворения

УЧАСТВУЮЩИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

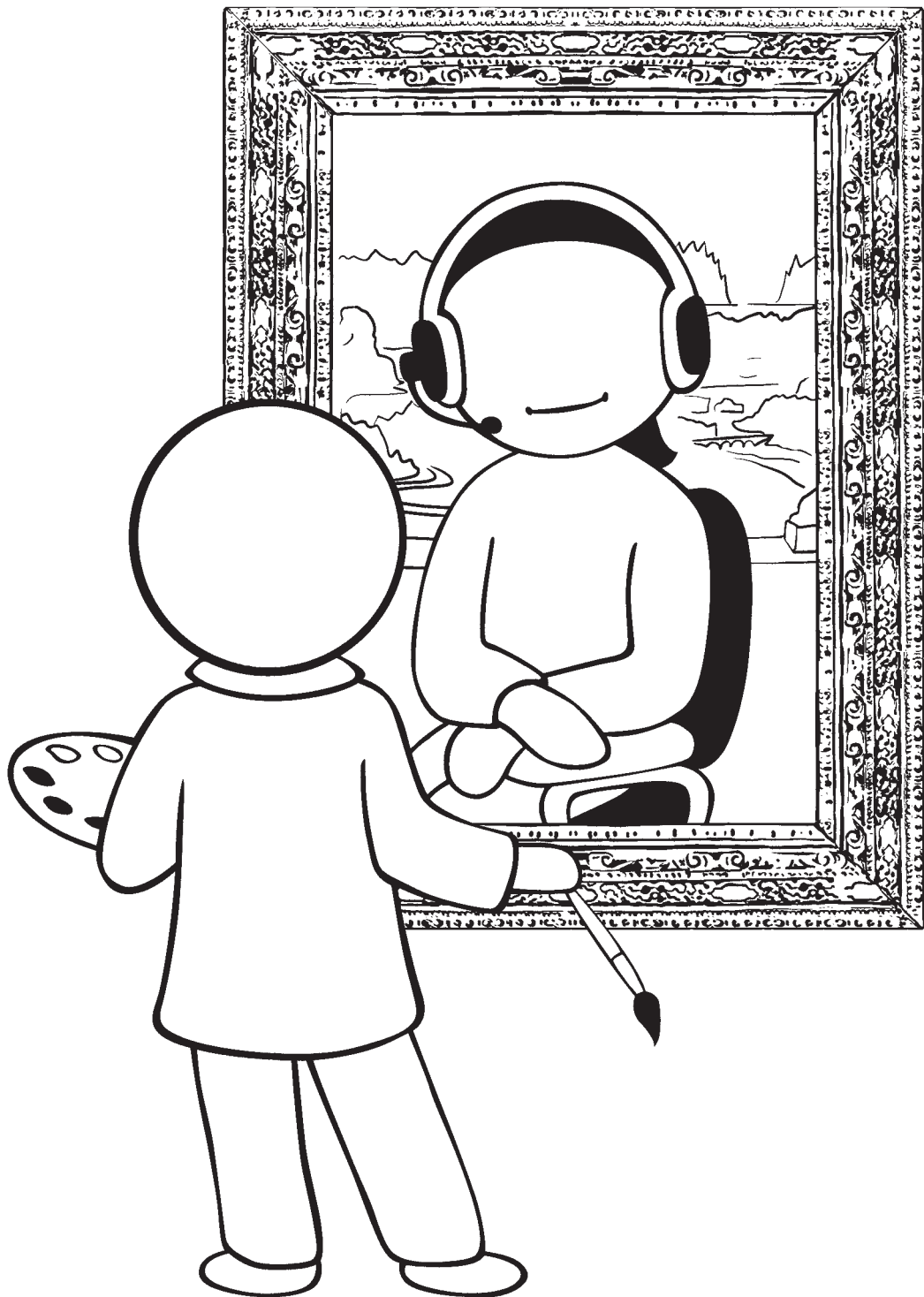
5' [5–6 : 6–5]. Исследователь-психоаналитик	6' [6–6] Исследователь-исследователь	7' [7–6 : 6–7]. Исследователь-журналист	8' [8–6 : 6–8]. Исследователь-следователь
			1'–8' Выявление симптомов, незначимых, незамечаемых, нерелексируемых интервьюируемым
			2'–8' Расположение к себе собеседника, формирование доверительных отношений
			3'–8' Понимание ответа через расширение контекста, дополнительную аргументацию
			4'–8' Получение значимых для респондента ответов
5'–5' Проговаривание скрытого, детальное описание значимого опыта			5'–8' Выявление социально неодобряемого, скрываемого от себя и других
	6'–6' Методология исследовательского интервью		6'–8' Общие правила наблюдения за отклонениями от процедуры
		7'–7' Конструирование социального напряжения, социального спора, диалога через критику	7'–8' Формирование речевого или логического конфликта для проверки достоверности разрозненных высказываний
8'–5' Ритуализация, рутинизация коммуникации	8'–6' Схематизация теории общей ошибки	8'–7' Управление ситуацией через применение стандартных приемов	8'–8' Конструирование общественного мнения

Таблица 4. Метод стандартизированного интервью (вторые производные)

КОМПОНЕНТЫ СТАНДАРТИЗИРОВАННОГО ИНТЕРВЬЮ	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РОЛИ		
	1" Контролер	2" Собеседник	3" Слушатель
1" Обеспечение адекватности ответа	1"-1" Исполнение программы исследования	1"-2" Уточнение ответа; объяснение вопроса; ремонт неответа	
2" Сохранение разговора (неформальность)	2"-1" Сопереживание, симпатия; объединяющий смех; речевая синхронизация	2"-2" Удержание речевых границ жизненного мира респондента	
3" Восприятие ответа			3"-3" Когнитивное принятие (интерпретация) ответа
4" Проверка достоверности ответа			
5" Фиксация мотивов ответа			
6" Критика стандартизации			
7" Управление неответами			
8" Стандартизация разговора	8"-1" Объяснение правил и процедуры; информация об исследовании	8"-2" Ответы на вопросы респондента; статусность исследования	

ПОЛЕВОГО ИНТЕРВЬЮЕРА В СТАНДАРТИЗИРОВАННОМ ИНТЕРВЬЮ

4" Экзаменатор	5" Интерпретатор	6" Критик	7" Парламентер	8" Модератор (центральная роль)
				1"–8" Оценка адекватности ответа
				2"–8" Вежливое завершение интервью
4"–4" Соотнесение (уточнение) ответа с опытом респондента	5"–5" Диагностика латентных признаков ответа	6"–6" Фиксация ошибок анкеты и неадекватности процедуры опроса	7"–7" Переговоры о границах допустимого в разговоре	8"–8" Обеспечение стандартизации диалога, контроль регламента



Заключение

Мне глубоко претят всякие попытки учить людей, разрабатывать для них спасительные рецепты жизни — каждый раз заново и каждый раз обязательно в расчете на поголовный, всеобщий охват — создавать умственные конструкции, в которые реальную жизнь надо впихивать ногами, силой, потому что никак иначе ее туда не впихнешь, не лезет она ни во что, ни в какие конструкции...

Николай Шмелёв
ПОСЛЕДНИЙ ЭТАЖ

Овладеть «методом» и «теорией» значит контролировать собственный процесс мышления, работать, сознавая свои неявные допущения.

Чарльз Райт Миллс
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ВООБРАЖЕНИЕ

Преподаватели вузов, записные теоретики, завсегда и конференций, любители составлять кодексы, контролеры, учителя и прочие представители гуманитарного знания склонны схематизировать и упрощать исследовательский процесс. Так рождаются многочисленные различия на открытые и закрытые вопросы, качественные и количественные методы, парадигмы восхождения и нисхождения, понимающие и объясняющие стратегии и т.д. За бесхитростными и очевидными дихотомиями скрывается страх перед социальными реалиями, желание подчинить их собственному произволу, подкрепленному поддержкой апологетов нормативного знания. Страх сопровождается волей к власти, которая находит питательную почву в наукообразном творчестве. Нет большего авторитета в современном мире, чем отсылка к научной теории и эксперименту. Воля к власти — обратная сторона любого научного предприятия.

Мы — не исключение. Берясь за любой научно-исследовательский проект, следует отдавать себе отчет в огромном искушении и соблазне представить его единственно верным, опереться на аргументы и выводы, сформированные в ходе его реализации, подчинить других собственной логике изложения. Иллюзия господства — навязанный дар, избавление от которого стоит дорого. Непонимание коллег, насмешки, недоумение, отсутствие интереса и внимания сопутствуют любому научному сотруднику, решившемуся опровергать собственные убеждения, ставить под сомнение разработанные и реализованные экспериментальные планы, теоретические построения, научные выводы. Цена отказа от господства — непонимание и неприятие. Другого не дано.

«Предельная цель научного сотрудника — опровергнуть собственные убеждения», — не раз повторял Г.С. Батыгин. Опровержение начинается с точного и детального описания оснований и допущений, на которых основаны убеждения. Теория

стандартизированного интервью, представленная в настоящей книге, опирается на четыре таких допущения.

Первое допущение — негативное. Мы не верим, что можно построить теорию, опирающуюся на нормативные представления, подчиняющие себе социальные взаимодействия. Прагматически понятна склонность гуманитариев искать нормативные образцы, определяющие правильный и безусловный подход к измерению, формировать социальную линейку с точными и неизменными делениями. Однако подобное нормотворчество сталкивается с непреодолимой проблемой несоответствия теоретических представлений с коммуникативными практиками, которые сопровождают соприкосновение теории с миром живых людей. Разговоры о проблемах операционализации, надежности и валидности, экспериментальной строгости и контролируемости измерений не только не решают этой проблемы, но порой и скрывают значимые ее признаки. Отсюда рождаются расхожие выражения об исключениях, «знании на полях», маргиналиях полевой работы. Мы считаем, что это ложь, уступка перед желанием управления и контроля, вопреки сопротивляющейся социальной среде, вопреки ошибкам и смещениям, сопровождающим подобный научный волюнтаризм.

Негативное допущение — это отрицание любых нормативных высказываний, диктующих нам правила метода. Мы не следуем методическим догмам, не преклоняемся перед авторитетами, надгробия которых покоятся на страницах учебных пособий и монографий.

Второе допущение — позитивное. Недоверие к методу, собственным усилиям по его описанию, убеждениям коллег и предписаниям любых надзорных органов сопровождается наблюдением и фиксацией происходящего. Любить ошибки, отклонения и недостатки научного знания — это единственный путь по его воспроизводству. Теория общей ошибки исследования

конституирует позицию методологического фальсификационизма (по Попперу), открывает возможность позитивной работы с ошибками.

Теория стандартизированного интервью построена на критике стандартизации. Критика не есть отрицание. Обеспечение стандартизации диалога, контроль регламентов проведения интервью — центральная задача полевого интервьюера, исполняющего роль модератора написанного заранее сценария разговора. Однако кроме стандартизации разговора, стандартизированное интервью обладает как минимум еще семью компонентами: обеспечением адекватности ответа, сохранением неформальности разговора, восприятием ответа, проверкой достоверности ответа, фиксацией мотивов ответа, критикой стандартизации и, наконец, управлением неответами (**табл. 3, с. 380–381**). Спектр профессиональных навыков полевого интервьюера широк. Не замечать этого — если не преступление, то непростительная халатность, разрушающая научный подход к опросной технологии.

Позитивное допущение — это наблюдение за происходящими отклонениями от аналитически сконструированных компонентов стандартизированного интервью, умение увидеть в ошибках точки роста, а в смещениях — особенности описываемой реальности.

Третье допущение — конструктивное. Построение теоретического описания стандартизированного интервью требует последовательной аналитической работы. Любые различия должны опираться на понятные и доступные для критики процедуры конструирования понятий. К сожалению, время внимательного отношения к понятийному аппарату давно миновало. Сейчас принято работать с метафорами, увлекаться собственными фантазиями или, напротив, безоглядно следовать линейному порядку предзаданных кем-то, обладающим большей властью, образцов. Оба подхода ошибочны. Единственная альтернатива для них — это

реконструкция собственной логики изложения, опирающейся на транспарентные процедуры логического вывода.

Основанием общей теоретической конструкции стандартизированного интервью для нас послужила статья Богардуса, в которой он раскрывал смежные для научных исследований области интервьюирования [Bogardus, 1924]. По мысли Богардуса, таким образом можно было добиться понимания и адекватной реализации интервью в социальных науках. Он выделил семь специальностей, в которых интервью играет ключевую роль: терапевт, адвокат, священник, социальный работник, психиатр, журналист и следователь. Каждой специальности подобрал наиболее близкий для нее тип интервьюирования: терапевту — диагностическое интервью, адвокату — беседу с подзащитным, священнику — исповедь, социальному работнику — эмпатическое интервью, психиатру — психоаналитическое, или клиническое интервью, журналисту — журналистское интервью и следователю — допрос. Нам осталось лишь, следуя логике верных матриц (по Кордонскому), слегка расширить понимание Богардуса, допустив пересечения коммуникативных инструментов среди разных профессий.

Конструктивное допущение — это серия последовательных переходов, осуществляемых по строго определенным правилам, от общих понятийных схем к частным. Рассмотрев природу интервью, мы перешли к интервью исследовательскому, чтобы, отталкиваясь от его основных различий, построить теории интервью стандартизированного. Сохраняя преемственность понятийного аппарата, бережно относясь к перекрестным связям, возникающим в ходе реализации того или иного исследовательского метода, мы реконструировали стандартизацию как сетевую структуру коммуникативных навыков и умений, в основе которой остается роль модератора, поддерживающего стандартизированные практики не вопреки, а благодаря разнообразию профессиональных ролей интервьюера.

Четвертое допущение — прагматическое. Можно сконструировать стройную и непротиворечивую теорию, а на втором шаге подчинить ей наблюдаемую реальность. Если что-то очень хочется найти, оно обязательно будет обнаружено. Прагматическое допущение отрицает подобный подход. Мы наблюдаем и фиксируем лишь то, что оказывается полезным, необходимым и достаточным для текущих представлений. Наблюдая, регистрируя и сохраняя фрагменты стандартизированных интервью, мы составили корпус коммуникативных ситуаций (**глава II**), которые описывают усилия интервьюера по сохранению стандартизации в сложных полевых условиях.

Разделив ситуации на плохие (допущены ошибки), хорошие (интервьюер нашел способ ремонта, поправил сбой) и неясные (где мы затруднились определить ситуацию как хорошую или плохую), мы составили каталог удачных и неудачных практик интервьюирования в условиях обязательной стандартизации опросного инструмента. И уже после этого обнаружили, что не все роли полевого интервьюера задействованы в этих практиках. В силу нашей невнимательности или особенностей полевой работы интервьюеров, мы выделили всего три роли, которые исполняли наши коллеги: модератор, контролер и собеседник (**табл. 1, с. 44–45**). В рассказах о своей профессии и впечатлениях от общения с супервайзерами и контролерами (**глава III**) нам была представлена четвертая роль — критик. За рамками эмпирических наблюдений остались роли слушателя, экзаменатора, интерпретатора и парламентаря. Поэтому мы не рискнули начать книгу с общей теоретической рамки, лишь обозначив выявленные роли, явно указав на их появление в корпусе коммуникативных ситуаций. И только в конце представили полную теоретическую конструкцию, на которой была построена методическая оптика исследования.

Прагматическое допущение — это минимизация теоретического языка описания, сокращение его до пределов наблю-

даемого, даже в ущерб логичности и обоснованности теоретических оснований.

Итак, негативное, позитивное, конструктивное и прагматическое допущения позволяют нам еще раз определить главную цель настоящей книги — сформулировать теорию стандартизированного интервью, доступную для критики и опровержения, а значит, и для накопления научного знания вопреки распространенному догматизму в социальном знании. Не учить, не навязывать заново, не насиловать человеческую природу единым стандартом, а открывать перспективу для критики, иронии, рефлексии. Опровергать и ожидать опровержений — в этом пафос текущих бдений над опросными практиками формирования общественного мнения. Стандартизированное интервью — это не только инструмент для получения знания, но и социальное взаимодействие, разговор со своими ошибками и отклонениями от предписанных норм и ожиданий. Изучать последние и призвана теория стандартизированного интервью.

Литература

1. AAPOR Code of Professional Ethics and Practices. 2015. 30 November. [Online] <https://www.aapor.org/Standards-Ethics/AAPOR-Code-of-Ethics/AAPOR_Code_Accepted_Version_11302015.aspx> [Date of access] 21.04.2018.
2. AAPOR Refusals. AAPOR report: Current knowledge and considerations regarding survey refusals. [Online] <<https://www.aapor.org/Education-Resources/Reports/Survey-Refusals.aspx>> [Date of access] 21.04.2018.
3. Al Baghal, T. Is vague valid? The comparative predictive validity of vague quantifiers and numeric response options // *Survey Research Methods*. 2014. Vol. 8. No. 3. P. 169–179.
4. Artino, A.R., Phillips, W., Utrankar, A., et al. “The questions shape the answers”: Assessing the quality of published survey instruments in health professions education research // *Academic Medicine*. 2018. Vol. 93. No. 3. P. 456–463.
5. Bakken, D. Saying goodbye: An observational study of parting rituals // *Man-Environment Systems*. 1977. Vol. 7. P. 95–100.
6. Beaty, P. Understanding the standardized and non-standardized interviewing controversy // *Interviewing*. Vol. 1 / Ed. By N. Fielding. London: Sage, 2003. P. 90–108. [First published: *Journal of Official Statistics*. 1995. Vol. 11. No. 2. P. 147–160].
7. Becker, H. Evidence. Chicago: University of Chicago Press, 2017.
8. Bell, K., Fahmy, E., Gordon, D. Quantitative conversations: The importance of developing rapport in standardized interviewing // *Quality and Quantity*. Vol. 50. P. 193–212.
9. Belson, W.A. The design and understanding of survey questions. Aldershot, UK: Gower, 1981.
10. Belson, W.A. Validity in survey research. Aldershot, UK: Gower, 1986.
11. Beullens, K., Loosveldt, G. Interviewer effects in the European Social Survey // *Survey Research Methods*. 2016. Vol. 10. No. 2. P. 103–118.
12. Biemer, P., Stokes, S. The optimal design quality control sample and time stamps to detect interviewing cheating // *Journal of Official Statistics*. 1989. Vol. 5. No. 1. P. 23–29.
13. Blankenship, A.B. The effect of the interviewer upon the response in a public opinion poll // *Journal of Consulting Psychology*. 1940. Vol. 4. No. 4. P. 134–136.
14. Bogardus, E.S. Methods of interviewing // *Interviewing*. Vol. 1 / Ed. by N. Fielding. Thousand Oaks: Sage, 2003. P. 83–89. [First published: *Journal of Applied Sociology*. 1924. Vol. 9. P. 456–467]
15. Bradburn, N.M. The structure of psychological well-being. Chicago: Aldine, 1969.
16. Bradburn, N.M. Medical privacy and research // *Journal of Legal Studies*. 2001. Vol. 30. No. 2. P. 687–701.

17. *Bradburn, N.M. Norman M. Bradburn: A pioneer in social indicators and quality of life research // Applied Research in Quality of Live. 2016. Vol. 11. No. 1. P. 325–327.*
18. *Bradburn, N.M. Response effects // Handbook of survey Research / Ed. by P.H. Rossi, J.D. Wright, A.B. Anderson. New York: Academic Press, 1983. P. 289–328.*
19. *Bradburn, N.M., Miles, C. Vague quantifiers // Public Opinion Quarterly. 1979. Vol. 43. No. 1. P. 92–101.*
20. *Bredl, S., Winker, P., Kotschau, K. A statistical approach to detect interviewer falsification of survey data // Survey Methodology. 2012. Vol. 38. No. 1. P. 1–10.*
21. *Broedling, L.A. More reliably employing concept of reliability // Public Opinion Quarterly. 1974. Vol. 38. No. 3. P. 372–378.*
22. *Cannell, Ch.F., Miller, P.V., Oksenberg, L. Research on interviewing techniques // Sociological Methodology. 1981. Vol. 12. P. 389–437.*
23. *Carlat, D.J. The psychiatric interview. 4th ed. Philadelphia, PA: Lippincott Williams and Wilkins, 2016 [First ed. 1999].*
24. *Chen, H.-M., Chen, C.-M. A Chinese version of the patient continuity of care questionnaire: Reliability and validity assessment // Journal of Clinical Nursing. 2017. Vol. 26. No. 9–10. P. 1338–1350.*
25. *Cheron, E., Hayashi, H. The effect of respondents' nationality and familiarity with a product category on the importance of product attributes in consumer choice: Globalization and the evaluation of domestic and foreign products // Japanese Psychological Research. 2001. Vol. 43. No. 4. P. 183–194.*
26. *Chico, V., Taylor, M.J. Using and disclosing confidential patient information and the English common law: What are the information requirements of valid consent? // Medical Law Review. 2018. Vol. 26. No. 1. P. 51–72.*
27. *Chrimes, N., Marshall, S.D. The illusion of informed consent // Anaesthesia. 2018. Vol. 73. No. 1. P. 9–14.*
28. *Conrad, F.G., Broome, J.S., Benki, J.R., et al. Interviewer speech and the success of survey invitations // Journal of the Royal Statistical Society. Series A — Statistics in Society. 2013. Vol. 176. No. 1. P. 191–210.*
29. *Conrad, F.G., Schober, M.F. Clarifying question meaning in a household telephone survey // Public Opinion Quarterly. 2000. Vol. 64. P. 1–28.*
30. *Converse, J.M., Presser, S. Survey questions: Handcrafting the standardized questionnaire. London: Sage, 1986.*
31. *Converse, J.M., Schuman, H. Conversations at random: Survey research as interviewers see it. New York: Wiley, 1974.*
32. *Davis, R.E., Couper, M.P., Janz, N.K., et al. Interviewer effects in public health surveys // Health Education Research. 2010. Vol. 25. No. 1. P. 14–26.*
33. *De Haas, S., Winker, P. Detecting fraudulent interviewers by improved clustering methods: The case of falsifications of answers to parts of a questionnaire // Journal of Official Statistics. 2016. Vol. 32. No. 3. P. 643–660.*

34. *Dillman, D.A., Smyth, J.D., Christian, L.M.* Internet, phone, mail, and mixed-mode survey: The tailored design method. New York: Wiley, 2014.
35. *Dumitrescu, D., Martinsson, J.* Surveys as a social experience: The lingering effects of survey design choices on respondents' survey experience and subsequent optimizing behavior // *International Journal of Public Opinion Research*. 2016. Vol. 28. No. 4. P. 534–561.
36. *Envisioning the survey interview of the future* / Ed. by F.G. Conrad, M.F. Schober. New York: Wiley, 2007.
37. *Feldman, J.J., Hyman, H., Hart, C.W.* A field study of interviewer effects on the quality of survey data // *Public Opinion Quarterly*. 1951. Vol. 15. No. 4. P. 734–761.
38. *Fielding, N.* Varieties of research interviews: types and modes // *Interviewing*. Vol. 1 / Ed. by N. Fielding. Thousand Oaks: Sage, 2003. P. 77–79.
39. *Fowler, F.J.* Reducing interviewer-related error through interviewer training, supervision, and other means // *Measurement error in surveys* / Ed. by P.P. Biemer, R.M. Groves, L.E. Lyberg, N.A. Mathiowetz, S. Sudman. Hoboken, NJ: Wiley, 2004. P. 259–278.
40. *Fowler, F.J., Manione, T.W.* Standardized survey interviewing: Minimizing interviewer related error. Newbury Park, CA: Sage, 1990.
41. *Frey, H.J., Mertens Oishi, S.* How to conduct interviews by telephone. London: SAGE, 1995.
42. *Frunza, A., Sandu, A.* Values grounding the informed consent in medical practice: Theory and practice // *Sage Open*. 2017. Vol. 7. No. 4. P. 1–14.
43. *Garbarski, D., Schaeffer, N.C., Dykema, J.* Interviewing practices, conversational practices, and rapport: Responsiveness and engagement in the survey interview // *Sociological Methodology*. 2016. Vol. 46. No. 1. P. 1–38.
44. *Groves, R.M.* Survey errors and survey costs. New York: John Wiley, 1989.
45. *Groves, R.M., Magilavy, L.J.* Measuring and explaining interviewer effects in centralized telephone surveys // *Public Opinion Quarterly*. 1986. Vol. 50. No. 2. P. 251–266.
46. *Hargie, O., Saunders, C., Dickson, D.* Social skills in interpersonal communication. 3rd ed. New York: Routledge, 1994. [Reprinted 1995, 1996, 1998, 1999]
47. *Hauck, M., Steinkamp, S.* Survey reliability and interviewer competence. Urbana, IL: Bureau of Economic and Business Research University of Illinois, 1964.
48. *Himelein, K.* Interviewer effects in subjective survey questions: Evidence from Timor-Leste // *International Journal of Public Opinion Research*. 2016. Vol. 28. No. 4. P. 511–533.
49. *Hof, S. van't.* From text to talk: Answers and their uptake in standardized survey interviews. Utrecht: LOT, 2006.
50. *Hood, C., Bushery, M.* Getting more bang from the reinterviewer buck: Identifying 'at risk' interviewers // *Proceedings of the Survey Research Methods Section: American Statistical Association*. Anaheim, CA, 1997. 10–14 August. P. 820–824.

51. *Houtkoop-Steenstra, H.* Being friendly in survey interviews // *Journal of Pragmatics*. 1997. Vol. 28. No. 5. P. 591–623.
52. *Houtkoop-Steenstra, H.* Interaction and the standardized survey interview: The living questionnaire. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
53. *Hox, J.J.* Hierarchical regression-models for interviewer and respondent effects // *Sociological Methods and Research*. 1994. Vol. 22. No. 3. P. 300–318.
54. *Hyman, H.H.* Do they tell the truth? // *Public Opinion Quarterly*. 1944. Vol. 8. No. 4. P. 557–559.
55. *Jaecle, A., Lynn, P., Sinibaldi, J., Tipping, S.* The Effect of interviewer experience, attitudes, personality and skills on respondent co-operation with face-to-face surveys // *Survey Research Methods*. 2013. Vol. 7. No. 1. P. 1–15.
56. *Kadan-Lottick, N.S., Friedman, D.L., Mertens, A.C., Whitton, J.A., Yasui, Y., Strong, L.C., Robison, L.L.* Self-reported family history of cancer: The utility of probing questions // *Epidemiology*. 2003. Vol. 14. No. 6. P. 737–740.
57. *Kadushin, A., Kadushin, G.* The social work interview. 5th ed. New York: Columbia University Press, 2013. [First ed. Kabushin, A., 1972]
58. *Khadem-Rezaiyan, M., Dadgarmoghaddam, M.* Research misconduct: A report from a developing country // *Iranian Journal of Public Health*. 2017. Vol. 46. No. 10. P. 1374–1378.
59. *Krosnick, J., Alwin, D.* An evaluation of a cognitive theory of response order effects in survey measurement // *Public Opinion Quarterly*. 1987. Vol. 51. P. 201–219.
60. *Link, H.C., Freiberg, A.D.* The problem of validity vs. reliability in public opinion polls // *Public Opinion Quarterly*. 1942. Vol. 6. No. 1. P. 87–98.
61. *Manson, N.C., O'Neill, O.* Rethinking informed consent in bioethics. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.
62. *Marzano, M.* Informed consent // *The SAGE handbook of Interview research: The complexity of the craft* / Ed. by J.F. Gubrium, J.A. Holstein, A.B. Marvasti, K.D. McKinney; 2nd ed. London: Sage, 2012. P. 443–456.
63. *Maynard, D.W., Freese, J., Schaeffer, N.C.* Calling for participation: Requests, blocking moves, and rational (inter)action in survey introductions // *American Sociological Review*. 2010. Vol. 75. No. 5. P. 791–814.
64. *McCollum, D.W., Boyle, K.J.* The effect of respondent experience/knowledge in the elicitation of contingent values: An investigation of convergent validity, procedural invariance and reliability // *Environmental and Resource Economics*. 2005. Vol. 30. No. 1. P. 23–33.
65. *McGonagle, K.A., Brown, Ch., Schoeni, R.F.* The effects of respondents' consent to be recorded on interview length and data quality in a National Panel Study // *Field Methods*. 2015. Vol. 27. No. 4. P. 373–390.
66. *Messick, S.* The psychology of acquiescence, an interpretation of research evidence // *Response set in personality assessment* / Ed. by I. Berg. Chicago: Aldine Publishing Company, 1967. P. 123–135.

67. Miller, P. Inpatient diagnostic assessments. Part 2. Interrater reliability and outcomes of structured vs. unstructured interviews. // *Psychiatry Research*. 2001. Vol. 105. P. 265–271.
68. Miller, P.V., Cannel, C.F. A study of experimental techniques for telephone interviewing // *Public Opinion Quarterly*. 1982. Vol. 46. No. 2. P. 250–269.
69. Mittereder, F., Durow, J., West, B.T., Kreuter, F., Conrad, F.G. Interviewer-respondent interactions in conversational and standardized interviewing // *Field Methods*. 2018. Vol. 30. No. 1. P. 3–21.
70. Moore, R.J., Maynard, D.W. Achieving understanding in the standardized survey interview: Repair sequences // *Standardization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview* / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra, N.C. Schaeffer, J. van der Zouwen. New York: John Wiley, 2002. P. 281–312.
71. Nedelec, J.L. A multi-level analysis of the effect of interviewer characteristics on survey respondents reports of sensitive topics // *Personality and Individual Differences*. 2017. Vol. 107. P. 96–101.
72. Nemeth, R., Luksander, A. Strong impact of interviewer on respondents' political choice: Evidence from Hungary // *Field Methods*. 2018. Vol. 30. No. 2. P. 155–170.
73. Nicholls, W.L., Cannell, C., Fink, R., Josephson, E., Olendski, M., Sanders, M. The reliability of interview data in health surveys // *Public Opinion Quarterly*. 1964. Vol. 28. No. 4. P. 660–662.
74. Ong, A.R., Hu, M., West, B., Kirlin, J.A. Interviewer effects in food acquisition surveys // *Public Health Nutrition*. 2018. 22 February. [DOI:10.1017/S1368980018000137]
75. Paik, A., Sanchagrin, K. Social isolation in America: An artifact // *American Sociological Review*. 2013. Vol. 78. No. 3. P. 339–360.
76. Pangrazio, L. Exploring provocation as a research method in the social sciences // *International Journal of Social Research Methodology*. 2017. Vol. 20. No. 2. P. 225–236.
77. Payne, S. The art of asking questions. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1951.
78. Platt, J. The history of the interview // *The Sage handbook of interview research: The complexity of the craft* / Ed. by J.F. Gubrium, J.A. Holsein, A. Marvasti, K.D. McKinney; 2nd. ed. London: Sage, 2012. P. 9–26.
79. Porras, J., English, N. Data-driven approaches to identifying interviewer data falsification: The case of health surveys / *Proceedings of the Survey Research Methods Section: American Statistical Association*. Toronto, 2004. 8–12 August.
80. Presser, S. Informed consent and confidentiality in survey research // *Public Opinion Quarterly*. 1994. Vol. 58. No. 3. P. 446–459.
81. Response behavior in the survey interview / Ed. by W. Dijkstra, J. van der Zouwen. London: Academic Press, 1982.
82. Reuband, K.-H. 1990. Interviews, die keine sind, 'Erfolge' und 'Mißerfolge' beim Falschen von Interviews // *Kolner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 1990. Vol. 42. S. 706–733.

83. Rice, S.A. Contagious bias in the interview: A methodological note // *American Journal of Sociology*. 1929. Vol. 35. P. 420–423.
84. Sadock, B.J., Sadock, V.A., Ruiz, P. Kaplan and Sasock's synopsis of psychiatry: Behavioral sciences, clinical psychiatry. 11th ed. Philadelphia, PA: Lippincott Williams and Wilkins, 2014.
85. Sauer, C., Auspurg, K., Hinz, T., Liebig, S. The application of factorial surveys in general population samples: The effects of respondent age and education on response times and response consistency // *Survey Research Methods*. 2011. Vol. 5. No. 3. P. 89–102.
86. Schaeffer, N.C., Maynard, D.W. From paradigm to prototype and back again: Interactive aspects of cognitive processing in survey interviews // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N.E. Schwarz, S. Sudman. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1996. P. 65–88.
87. Schaeffer, N.C., Maynard, D.W. The contemporary standardized survey interview for social research // *Envisioning the survey interview of the future* / Ed. by F.G. Conrad, M.F. Schober, Hoboken, NJ: John Wiley, 2008. P. 31–57.
88. Schaeffer, N.C., Presser, S. The science of asking questions // *Annual Review of Sociology*. 2003. Vol. 29. P. 65–88.
89. Schober, M.F., Conrad, F.G. Does conversational interviewing reduce survey measurement error? // *Public Opinion Quarterly*. 1997. Vol. 61. No. 4. P. 576–602.
90. Schober, M.F., Conrad, F.G., Fricker, S.S. Misunderstanding standardized language in research interviews // *Applied Cognitive Psychology*. 2004. Vol. 18. No. 2. P. 169–188.
91. Schober, M.F., Suessbrick, A.L., Conrad, F.G. When do misunderstandings matter? Evidence from survey interviews about smoking // *Topics in Cognitive Science*. 2018. Vol. 10. No. 1. P. 1–33.
92. Schwarz, N. Self-reports: How the questions shape the answers // *American Psychologist*. 1999. Vol. 54. No. 2. P. 93–105.
93. Sin, C.H. Seeking informed consent: Reflections on research practice // *Sociology — The Journal of the British Sociological Association*. 2005. Vol. 39. No. 2. P. 277–294.
94. Singer, E., Frankel, M.R., Glassman, M.B. The effect of interviewer characteristics and expectations on response // *Public Opinion Quarterly*. 1983. Vol. 47. No. 1. P. 68–83.
95. Singleton, R.A., Straits, B.C. Survey interviewing // *The Sage handbook of interview research: The complexity of the craft* / Ed. by J.F. Gubrium, J.A. Holstein, A.B. Marvasti; 2nd ed. London: Sage, 2012. P. 77–98.
96. Standardization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra. New York: Wiley, 2001.
97. Storfinger, N., Oppen, M. 2011. Datenbasierte Indikatoren für potentiell abweichendes Interviewerverhalten / Discussion Paper 58, ZEU. Giessen, 2011. September.

98. Sudman S., Bradburn N.M. Asking questions: A practical guide to questionnaire design. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1982.
99. Sudman, S. [Rev.] Standardized survey interviewing — Minimizing interviewer related error — Fowler, F.J., Mangione, T.W. // Contemporary Sociology: A Journal of Reviews. 1992. Vol. 21. No. 2. P. 290.
100. Sudman, S. Reducing response error in surveys // Statistician. 1980. Vol. 29. No. 4. P. 237–273.
101. Total survey error in practice / Ed. by P.P. Biemer, E. de Leeuw, S. Eckman, B. Edwards, F. Kreuter, L.E. Lyberg, N.C. Tucker, B.T. West. New York: Wiley, 2017.
102. Tourangeau, R., Rasinski, K., Jobe, J., Jared, B., Smith, T., Pratt, W. Sources of error in a survey on sexual behavior // Journal of Official Statistics. 1997. Vol. 13. P. 341–365.
103. Tourangeau, R., Bradburn, N.M. The psychology of survey response // Handbook of Survey Research / Ed. by P.V. Marsden, J.D. Wright. 2nd ed. London: Emerald, 2010. P. 315–346.
104. Warner, L. The reliability of public opinion surveys // Public Opinion Quarterly. 1939. Vol. 3. No. 3. P. 376–390.
105. Weinhardt, L.S., Forsyth, A.D., Carey, M.P., Jaworki, B.C., Durant, L.E. Reliability and validity of self-report measures of HIV-related sexual behavior: Progress since 1990 and recommendations for research and practice // Archives of Sexual Behavior. 1998. Vol. 27. No. 2. P. 155–180.
106. Wentland, E.J. Survey responses: An evaluation of their validity. New York: Academic Press, 1993.
107. West, B.T., Blom, A.G. Explaining interviewer effects: A research synthesis // Journal of Survey Statistics and Methodology. 2017. Vol. 5. No. 2. P. 175–211.
108. West, B.T., Conrad, F.G., Kreuter, F., et al. Can conversational interviewing improve survey response quality without increasing interviewer effect // Journal of the Royal Statistical Society. Series A — Statistics in Society. 2018. Vol. 181. No. 1. P. 181–203.
109. Wigmore, J.H. Principles of judicial proof. New York: Little, Brown and Co, 1913.
110. Wuyts, C., Loosveldt, G. the interviewer in the respondent's shoes: What can we learn from the way interviewers answer survey questions? // Field Methods. 2017. Vol. 29. No. 2. P. 140–153.
111. Zouwen van der, J. Interviewer and survey researcher: Mutual dependence // BMS: Bulletin of Sociological Methodology. 2006. No. 89. P. 49–64.
112. Алашеев, С.Ю. Недостоверность ответов респондентов в вопросах о доходах // Социологический журнал. 2015. Т. 21. № 3. С. 29–44.
113. Александров, А.С. Характеристики вопросов, употребляемых в ходе судебного допроса // Юрислингвистика. 2004. № 5. С. 169–180.
114. Андрееенкова, А.В. Щепетильные вопросы в межстрановых сравнительных опросах // Социологические исследования. 2017. № 12. С. 55–64.

115. Баскакова, Ю.М. «Shaken not stirred — комбинируем методы для повышения точности» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 219–224.
116. Батыгин, Г.С. Партикулярное давление в воспроизводстве научного знания // Ведомости Тюменского государственного нефтегазового университета. 2003. № 23. С. 165–180.
117. Батыгин, Г.С., Девятко, И.Ф. Миф о качественной социологии // Социологический журнал. 1994. № 2. С. 28–42
118. Баянов, А.И. Последовательность и темп постановки вопросов как основания формирования приемов допроса // Вестник Омского ун-та. Серия: Право. 2014. № 2. С. 235–239.
119. Блумер, Г. Символический интеракционизм: Перспектива и метод / Пер. с англ. А.М. Корбута; Предисл. Р. Пруса. М.: Изд-во «Элементарные формы», 2017.
120. Бочаров, Т.Ю. Адвокатская профессия как сообщество практики // Социология власти. 2016. Т. 28. № 3. С. 80–114.
121. Бочаров, Т.Ю., Мусеева, Е.Н. Быть адвокатом в России: социологическое исследование профессии. 2-е изд. испр. СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2017.
122. Веселкова, Н.В., Вандышев, М.Н., Прямикова, Е.В. Об основных векторах развития метода интервью // Социологические исследования. 2017. № 6. С. 44–56.
123. Волков, В. Эмпирическая социология права в условиях междисциплинарного синтеза // Социологические исследования. 2017b. № 4. С. 34–42.
124. Волков, В. Эмпирическая социология против правового детерминизма // Polit.ru. 2017a. 7 декабря. [Электронный ресурс] <http://polit.ru/article/2017/12/07/empirical_sociology/> [Дата обращения] 18.04.2018.
125. Герасимова, О.Ю. Психофизиологическая диагностика методом клинического (медицинского) интервью // Вестник Совета молодых ученых и специалистов Челябинской области. 2016. Т. 1. № 3. С. 17–22.
126. Гинзбург, К. Мифы — эмблемы — приметы: Морфология и история / Пер. с итал., послесл. С. Козлова. М.: Новое издательство, 2004.
127. Гэллп, Дж., Рэй, С.Ф. Пульс демократии: как работают опросы общественного мнения // Пер. с англ. В.Л. Силаевой; Под ред. Н.П. Попова, А.В. Кулешовой. М.: ВЦИОМ, 2017.
128. Давыдов, А.А. Респондент как источник информации. М.: Ин-т социологии РАН, 1993.
129. Данильян, Э.С. Особенности проведения допросов и опросов в целях проверки розыскных версий // Общество и право. 2015. № 1. С. 224–229.
130. Девятко, И.Ф., Лебедев, Д.В. Глазами интервьюера, глазами респондента: контуры нового подхода к оценке когнитивной нагрузки при проведении опроса //

- Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 1–19.
131. Жабский, М.И. Принципы стандартизированного интервью // Социологические исследования. 1985. № 3. С. 131–139.
 132. Жигалова, Д.В. Речевая практика журналиста в ходе интервью // Вестник МГУП им. Ивана Фёдорова. 2016. № 2. С. 161–165.
 133. Журавлев, В.Ф. Анализ коммуникации в качественном интервью // Социология 4М. 1996. № 7. С. 86–109.
 134. Ипатова А.А. Насколько разумна наша вера в результаты опросов, или нарушение исследовательской этики в социологических исследованиях // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. №3. С.26–39.
 135. Ипатова, А.А., Рогозин, Д.М. Эффективное стандартизированное интервью // Социологический журнал. 2014. №1. С.21–54.
 136. Ипатова, А.А. Как правильно завершить телефонное интервью // Социологический журнал. 2012. № 4. С.36–61.
 137. Ирсетская, Е.А., Китайцева, О.В. Будущее индустрии социологических и маркетинговых исследований: по материалам VII Социологической грушинской конференции // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 4. С. 185–190.
 138. Квале, С. Исследовательское интервью / Пер. с англ. М.Р. Мироновой; Науч. ред. и предисл. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2003.
 139. Кодекс профессиональной этики и практики (дополнен 30.11.2015). Американская ассоциация исследователей общественного мнения / Пер. с англ. Д.М. Рогозина // Социологический журнал. 2016. № 2. С. 143–153.
 140. Кондратьев, М.В. Допрос и опрос: отличительные особенности следственного действия и оперативно-розыскного мероприятия // Сборник материалов криминалистических чтений. 2015. № 11. С. 34–35.
 141. Кордонский, С. Веерные матрицы как инструмент построения онтологий. Вашингтон: Изд-во Юго-Восток, 2011.
 142. Кордонский, С. Циклы деятельности и идеальные объекты. М.: Изд-во «Пантори», 2001.
 143. Кордонский, С., Бардин, В. Прикладная герменевтика информационного пространства: картины мира, теоретические онтологии и веерные матрицы // Логос. 2015. Т. 25. № 3. С. 19–45.
 144. Корытникова, Н.В. О проблемах в методах и технике опросов // Социологические исследования. 2012. № 4. С. 153–155.
 145. Кудрявцева, Н.Ф. Опрос, который изменил опросы // Известия Российского государственного педагогического ун-та им. А.И. Герцена. 2009. № 87. С. 160–167.
 146. Лир, М.Ю. Опрос в оперативно-розыскной и следственной деятельности: генезис, проблемы теории и практики. Диссертация на соиск. уч. ст. кандидата

- юридических наук / Кафедра криминалистики Санкт-Петербургского юридического ин-та Генеральной прокуратуры РФ. СПб., 2004.
147. Ломакин, И.В. Выйти из тени: заметки с Форума полевых интервьюеров // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 354–360.
148. Лукина, М. М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003.
149. Международный кодекс ICC / ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных. 2016. [Электронный ресурс] <https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_Russian_.pdf> [Дата обращения] 21.04.2018.
150. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Книга 1: Социологический опрос / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. М.: Наука, 1990.
151. Митрополит Антоний Сурожский. Об исповеди. М.: Фонд «Духовное наследие митрополита Антония Сурожского», 2016.
152. Мягков А.Ю., Журавлева И.В. Объяснительные модели эффекта интервьюера. Опыт экспериментального тестирования // Социологические исследования. 2006. № 3. С.85–97.
153. Мягков, А.Ю. Всегда ли респонденты говорят правду? Мета-анализ зарубежных источников // Социологические исследования. 2008. № 9. С. 20–31.
154. Мягков, А.Ю. Искренность респондентов: концептуальный анализ // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2004. № 3. С. 22–29.
155. Мягков, А.Ю. Экспериментальные стратегии диагностики и измерения искренности респондентов // Социологические исследования. 2003. № 2. С. 115–126.
156. Мягков, А.Ю. Вопросы техники распознавания лжи в социологических опросах // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2006. № 1. С. 48–57.
157. Мягков, А.Ю. Статистические стратегии сенситивных измерений // Социологические исследования. 2002. № 1. С. 111–121.
158. Мягков, А.Ю. Уровень искренности ответов респондентов на социально-демографические вопросы анкеты // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2001. № 1. С. 41–46.
159. Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии / 2-е изд.; Пер с нем. М.И. Зайцевой, Л.Н. Крючковой; Общ. ред., вступ. и закл. ст. Н.С. Мансурова. М.: Изд-во «Ава-Экстра», 1993.
160. Панина, Н.В. Технология социологического исследования: курс лекций. 2-е изд. Киев: Институт социологии НАН Украины, 2001.
161. Питерцев, С.К., Степанов, А.А. Тактические приемы допроса: Учебное пособие. 4-е изд., перераб. / Санкт-Петербургский юридический ин-т Генеральной прокуратуры Российской Федерации. СПб., 2006.

162. Подсвирова, Т.Е., Болоносов, С.С., Швырев, С.Л., Зарубина, Т.В. Социологический опрос как альтернативный метод оценки здоровья населения // Вестник новых медицинских технологий. 2009. Т. 16. № 2. С. 171–173.
163. Подсвирова, Т.Е. Сопоставление данных о заболеваемости, полученных методом опроса, с объективными данными // Социальные аспекты здоровья населения. 2011. Т. 17. № 1. С. 1–8.
164. Рогозин Д.М., Ипатова А.А. Как быстро, эффективно и безопасно сфабриковать телефонный опрос // Социологический журнал. 2012. № 2. С.80–97.
165. Рогозин Д.М. Когнитивный анализ опросного инструмента // Социологический журнал. 2000. №3/4. С. 18–68.
166. Рогозин, Д. В тени опросов, или будни полевого интервьюера. М.: Страна ОЗ, 2017.
167. Рогозин, Д., Мануильская, К., Климов, И. Тестирование вопросов о доходе // Социальная реальность. 2006. № 11. С. 103–115.
168. Рогозин, Д.М., Картавцев, В.В., Галиева, Н.И., Вьюговская, Е.В. Методический аудит массового опроса. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016.
169. Рогозин, Д.М. Методологические основания опросов общественного мнения // Пути России: проблемы социального познания / Под ред. Д.М. Рогозина М.: МВШСЭН, 2006. С. 111–128.
170. Рогозин, Д.М. Порядок в понятийном аппарате: методологические работы Н.С. Тимашева // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 127–136.
171. Рогозин, Д.М., Ипатова, А.А. Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных опросов? М: Радуга, 2015.
172. Романова, Н.Н., Филиппов, А.А. Словарь. Культура речевого общения: этика, прагматика, психология. М. Флинта: Наука. 2009.
173. Романович, Н.А. Отказы респондентов в зависимости от восприятия ими опроса и его методов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 1996. № 4. С. 42–45.
174. Садмен С., Брэдберн Н., Шварц Н. Как люди отвечают на вопросы: Применение когнитивного анализа в массовых обследованиях / Пер. с англ. Д.М. Рогозина, М.В. Рассохиной; Под ред. Г.С. Батыгина. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003.
175. Садмен, С., Брэдберн, Н. Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование опросного инструмента / Пер. с англ. А.В. Виночкиной; Под ред. Д.М. Рогозина. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.
176. Сахнова, Е.Б. Способы речевого воздействия журналистов в печатном интервью // Известия Саратовского ун-та. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2012. Т. 12. № 2. С. 105–109.
177. Сацирова, Н.А. Проблема эффективности речевых тактик журналиста в телевизионном интервью: на материале канала «Москва» // Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. 2016. № 8. С. 131–136.

Литература

178. Титаев, К., Шклярук, М. «Языком протокола»: исследование связи юридического языка с профессиональной повседневностью и организационным контекстом // Социология власти. 2015. Т. 27. № 2. С. 168–206.
179. Титаев, К., Шклярук, М. Российский следователь: призвание, профессия, повседневность. СПб.: Норма, 2016.
180. Титаев, К.Д., Скугаревский, Д.А., Кнорре, А.В., Кудрявцев, В.Е., Шклярук, М.С. Манифест новой количественной криминологии: Уголовная политика с опорой на данные // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Право. 2018. № 1. С. 91–101.
181. Формановская, Н.И. Коммуникативный акт. М.: Издательство ИКАР, 2012.
182. Формановская, Н.И. Культура общения и речевого поведения. 3-е изд. М.: Издательство ИКАР, 2017.
183. Ходжаева, Е., Рабовски, Ю. Стратегии и тактики адвокатов в условиях обвинительного уклона в России // Социология власти. 2015. Т. 27. № 2. С. 135–167.
184. Цаллер, Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Пер. с англ. А.А. Петровой; Науч. ред. перев. И.Н. Тартаковская. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
185. Чашин, А.Н. Подмена допроса оперативным опросом с аудиозаписью // Советник юриста. 2014. № 1. С. 45–48.
186. Чашин, А.Н. Соотношение оперативного опроса и допроса свидетеля // Адвокатская практика. 2013. № 6. С. 18–20.
187. Шапиро, М.Г. Классификация методов опроса в социологии // Социальные исследования. 2017. № 2. С. 51–59.

Тематический указатель

АДВОКАТ 39, 53–55, 57, 353–354, 359, 362–363, 378, 380, 389, 400, 405 (см. ПРОФЕССИЯ адвоката)

АДЕКВАТНОСТЬ

ответа 44, 56, 60, 248, 250–251, 290, 261, 297, 367, 370, 382, 388 (см. ОЦЕНКА адекватности ответа),

процедуры 61

способов измерения 51

АНАЛИЗ 16, 63, 112

аудиозаписи 303

благополучия населения 152, 280

вторичный 40

данных 22, 39–40, 282

качества измерений 21 (см. КАЧЕСТВО данных, НАДЕЖНОСТЬ данных)

ошибок 46, 308 (см. ОШИБКА)

результатов опроса 30

стандартизированного интервью 21

(см. ИНТЕРВЬЮ стандартизированное)

статистический 52

эмпирический 11

АНКЕТА 31–32, 40, 45, 53, 55, 58, 68, 70, 76–78, 82, 86–90, 92, 94–95, 102–103, 105–106, 108, 112–114, 117, 123, 125, 129, 134–138, 143–145, 148–149, 154, 157–159, 161, 163, 171, 173–174, 182, 185, 187, 190, 196, 198, 200–207, 210–215, 218–219, 222, 225–230, 233–238, 241–242, 246–248, 253, 256–257, 260–261, 270–276, 284, 296, 299–301, 305–307, 310–314, 331, 333–335, 343, 368, 403 (см. ВОПРОСНИК)

длительная 66, 73, 121, 199

заполненная 49, 289

короткая 230

направленная 168, 189, 336

некорректная 202

сложная 209

смещенная 168

сфабрикованная 303 (см. ФАБРИКАЦИЯ)

АНКЕТЕР 15

АНКЕТИРОВАНИЕ 11, 14, 146, 274

АНОНИМНОСТЬ 94, 155, 173, 282–283, 319, 333, 340

БАРЬЕР коммуникативный 311

БЕЗОПАСНОСТЬ 51, 93–94, 155, 189, 267, 337, 359

участия в опросе 340

БЕСЕДА 16–21, 54, 60, 72, 108, 146, 159, 186, 237, 251, 268, 270, 272–273, 277, 307, 310, 312–313, 316, 321, 323–326, 335, 354, 357, 362, 364, 368

доверительная 358

продолжительная 11

с подзащитным 359, 363, 378, 389

ВАЛИДНОСТЬ 43–44, 64, 250, 346

ВЕЕРНЫЕ МАТРИЦЫ 21, 42, 349, 351–353, 389

ВЕЖЛИВОСТЬ 321, 325, 342 (см. ПРАВИЛА вежливого общения)

ВОПРОС

анкетный 41, 53, 55, 59, 66, 71, 102, 113, 127, 143, 148, 152, 163, 176, 187, 251, 261, 267, 286, 294, 307, 310, 322, 338–339, 370, 376

аттitudный 372

- встречный 150–151, 155, 275, 286, 311, 331
- демографический 371 (см. ХАРАКТЕРИСТИКИ демографические)
- дополнительный 38–39, 68, 79, 125, 252, 263, 370, 373
- заданный 80, 109, 123, 131, 142, 186, 319, 341, 379
- закрытый 79, 386
- исследовательский 43, 347, 362
- контрастный 365, 375, 379
- личный 155, 283, 340
- методический 64
- неоднозначный 100, 257
- неудобный 102, 301
- неуместный 53, 176, 329, 333
- о болезнях 59, 179–180, 287
- о возможности перезвонить 69–70, 85, 108, 135, 139–140, 158–159, 225, 229, 231
- о возрасте 132, 211, 254, 258
- о детях 149–150, 160
- о доходах 79, 127–128, 131–132, 171–172, 203, 300–301, 311, 318, 367
- о занятости 154
- о здоровье 121, 189, 306–307
- о качестве интимной жизни 84–85, 90–91, 264, 266
- о наличии автомобиля 89, 158, 183–184, 242, 281, 313–314
- о намерениях 72
- о политике 53, 190, 211, 336
- о расходах 88, 186, 322
- о религии 176, 328
- о роде занятий 119–120
- о семье 160, 170
- о смерти 86–87, 156–157
- о согласии принять участие в опросе 85–86, 166, 233, 289
- о составе домохозяйства 93–94, 114–115, 170–171, 174, 184–185, 305, 315
(см. ДОМОХОЗЯЙСТВО, КАРТОЧКИ домохозяйства)
- о спорте 109, 187–188, 266–267
- об интернете 124–125, 178–179, 320
- общий 66, 80–81, 131
- основной 40, 353
- открытый 58, 79, 179, 253, 287, 303, 386
- оценочный 252
- подтверждающий 259
- полузакрытый 303
- про финансы и сбережения 102–103, 168, 259
- провоцирующий 103, 259
- программный 376
- разрешение 87, 89–90
- респондента 67, 69, 113, 117–118, 134, 139, 150, 167, 188, 256, 279, 286–288, 331, 338–340
- с длинным перечнем закрытий 115, 281
- с множественным ответом 253
- сенситивный 31, 86, 90, 123, 150, 160, 173, 199, 258–259, 264, 311, 337
- сложный 102, 252–253, 256, 259, 302, 327
- табличный 53, 71–72, 81, 99, 115, 157, 335, 270, 324, 335
- технический 181
- точный 169
- уточняющий 59, 64, 68, 92, 101, 262, 312, 343, 364, 370
- фактологический 72, 138, 304, 313, 371–372
- фильтр 135–136
- шкальный 303
- ВОПРОСНИК** 56 (см. АНКЕТА)
- ВЫБОРКА** 12, 16, 18, 20, 29, 32, 129, 277, 341, 366
- ГИПОТЕЗА** 365
- ДЕТЕРМИНИЗМ** анкетный 52
- ДЛИТЕЛЬНОСТЬ**
 - анкеты 69, 74, 137, 152, 230, 234 (см. АНКЕТА длительная)
 - интервью 249
 - опроса 73, 165, 288
 - разговора 139, 282
 - технического сбоя 134 (см. СБОЙ технический)

ДОМИНИРОВАНИЕ 29

интервьюера (см. ПОЗИЦИЯ доминирующая)

одной из ролей 29

ДОМОХОЗЯЙСТВО 30–31, 68, 80, 93, 112, 128, 130, 138, 142, 145, 149, 161, 163, 168–171, 173–174, 262, 268, 283, 305, 309, 313, 318, 325

ДОПРОС 47, 49, 53, 359, 365–366, 378–379, 389

ДОСТОВЕРНОСТЬ ответа 57, 370, 382, 388 (см. ОТВЕТ достоверный)

ЖУРНАЛИСТ 10, 353, 357–359, 364–365, 379, 381, 389 (см. ИНТЕРВЬЮ журналистское)

ЗАВЕРШЕНИЕ интервью 67, 146–147, 271–272, 274, 275, 317 (см. ИНТЕРВЬЮ завершенное)

ЗАДАНИЕ

вопросное 72

опросное 28, 56, 61, 65, 68, 263, 367, 370, 377

«ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ» 81, 91, 101, 103–104, 110, 116, 126, 178, 188, 210, 214, 229, 252–253, 258, 267, 299, 302

ЗНАЧЕНИЕ шкальное 301

ИГНОРИРОВАНИЕ

вопросов/запросов респондента 181, 278, 332, 338–339

значимой роли 29

ИНСТРУМЕНТ/ИНСТРУМЕНТАРИЙ 53, 60, 176, 263, 278, 343, 346, 350, 363–364, 373, 389–391

опросный 10, 27, 33, 46, 106, 199, 295, 299, 373–375, 390

ИНТЕРВЬЮ (см. ИНТЕРВЬЮЕР)

биографическое 363–364, 380

глубокое/глубинное 364, 372

диагностическое 353, 356, 359, 378

длительное/продолжительное 77, 181, 359 (см. ДЛИТЕЛЬНОСТЬ интервью)

журналистское 357–359, 378, 389

завершенное/законченное 146, 343, 369

(см. ЗАВЕРШЕНИЕ интервью)

исследовательское 27, 352–353, 360–361, 364, 376, 378, 389

клиническое 356, 389

нарративное 363 (см. НАРРАТИВ)

прерванное 152, 159, 186, 188–189, 259, 298, 301, 323, 334, 337, 340, 343

психоаналитическое 378, 389

психотерапевтическое 356

стандартизированное 10, 14–22, 26–28, 34, 40–47, 49–50, 57, 59–61, 64–65, 69, 72, 78, 80, 96, 114, 120–121, 144, 167, 199, 246–249, 251–252, 255, 263, 271, 273, 276, 278, 298, 301, 310, 313, 335, 343, 346–348, 352, 366–368, 370, 375–377, 387–392 (см. ПРАВИЛА стандартизованного интервью)

телефонное 14–16, 33, 69, 131, 157, 177, 268–269, 271, 273, 281, 287, 308, 325, 365

фокусированное 43, 362, 380

формализованное 15

экстремальное 364, 380

эмпатическое 359, 364, 378, 389

этнографическое 363, 368, 380

эффектное 357

ИНТЕРВЬЮЕР

неопытный 286, 325, 338

непрофессиональный 296

опытный 115, 159, 234, 260, 295, 308

полевой 22, 26, 28, 33–34, 42, 46, 50–51, 54–55, 57, 59, 61, 64, 196, 246, 269, 290, 294–295, 300, 343, 366, 373, 375–376, 388, 390

профессиональный 100, 114, 151, 157, 169, 264, 286, 294, 342–343

раздраженный 319–320

успешный 342

фальсифицирующий данные 303

(см. ФАЛЬСИФИКАЦИЯ, ФАБРИКАЦИЯ)

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

вопроса 71, 75, 170, 256, 313 (см. ВОПРОС сложный)

ответа 382

ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ коммуникативная 316–317, 325–326

ИНФОРМАЦИЯ 53, 56, 66–67, 78, 123, 132, 149, 151, 165, 197, 203, 220, 246, 249, 253–255, 264, 269–270, 276, 294, 297, 313, 316, 330, 343, 353–354, 358

адекватная 43, 277, 376

дополнительная 57, 124

запрошенная/требуемая респондентом 166, 258, 278 (см. СОГЛАСИЕ информированное)

личная 108, 155

ложная 331, 335–336, 370

методическая 34

об исследовании 44, 257, 279, 282–283, 285, 289, 330, 332, 337–341, 382 (см. СОГЛАСИЕ информированное)

официальная 238

релевантная 112, 148, 191, 269, 338, 369

социальная 41

статистическая 15–16

целевая 250–252, 257, 260–261, 286, 296, 308, 310, 312, 325

ИРОНИЯ 53, 172, 365, 367, 391 (см. СМЕХ)

ИСПОВЕДЬ 354–355, 359, 363, 378, 389 (см. СВЯЩЕННИК)

ИССЛЕДОВАНИЕ 13–15, 29, 31, 40, 44, 48, 52, 55, 57, 79, 94, 97–98, 123, 139, 147, 150, 152, 155, 165–166, 196, 250, 257–258, 273, 276–280, 282–286, 288–289, 295, 299–300, 330, 332–335, 337–340, 346, 367, 369, 371, 373, 375, 387, 390 (см. ОШИБКА исследования, ПРОГРАММА исследования, СТАТУСНОСТЬ исследования)
административное 38
валидное 41 (см. ВАЛИДНОСТЬ)
маркетинговое 53
надежное 41 (см. НАДЕЖНОСТЬ)
научное 340–341, 389
полевое 28
социальное 33, 38, 55, 277, 282, 347, 352, 355, 377

сравнительное 14

эмпирическое 54, 64

ИССЛЕДОВАТЕЛЬ 10, 12, 21, 27, 33, 39–40, 46, 50, 55, 57, 59, 72, 116, 125, 169, 196, 252, 257, 268, 277, 303, 349, 355, 360–365, 368, 371–373, 375, 379–381 (см. ПОЗИЦИЯ исследователя)

КАРТОЧКИ домохозяйства 39, 149, 161, 171, 173, 305 (см. ДОМОХОЗЯЙСТВО, ВОПРОС о составе домохозяйства)

КАЧЕСТВО (см. АДЕКВАТНОСТЬ, ДОСТОВЕРНОСТЬ, ВАЛИДНОСТЬ, НАДЕЖНОСТЬ)

данных 196

измерения/измерительной процедуры 21, 370

интервью 58, 63 (см. ИНТЕРВЬЮ)

информации 13 (см. ИНФОРМАЦИЯ)

ответов 370

работы интервьюера 31–32, 196, 343, 368 (см. ИНТЕРВЬЮЕР)

КОММУНИКАЦИЯ 52, 57, 60, 71, 82, 91–92, 112, 114, 121, 126, 134, 147, 160, 177, 182, 186, 188, 253, 259–260, 263, 268, 272, 275–276, 278, 289, 312, 342, 346, 365, 368, 373–376, 381 (см. КОНТРОЛЬ за коммуникацией, РЕМОНТ коммуникации, СБОЙ в интервью, СБОЙ коммуникативный)

опросная/вопрос–ответная 41–43, 46–47, 58, 65, 248, 377

эффективная/успешная 290, 343

КОНТЕКСТ 14, 26, 51, 57, 68, 247, 289, 355, 369, 371, 374–375, 379, 381

дискурсивный 252

культурный 369

нестандартизированный 375

проведения интервью 40

протокольный 368

КОНТРОЛЕР 10, 26, 43–44, 55–56, 58–60, 249–250, 263, 265, 294, 297, 317, 319, 332, 367, 370, 382, 386, 390

КОНТРОЛЬ 246, 304, 321, 343, 366–367, 376, 379, 387 (см. КОНТРОЛЕР)

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

за коммуникацией 365
за ответами 55, 59–61, 251 (см. ОТВЕТ адекватный)
за ошибками 55
оперативный 31
поля 215
работы интервьюера 30, 196
регламента 45–46, 279, 383, 388

КОЭФФИЦИЕНТ ответов 368

КРИТИК 10, 45, 60, 367, 373, 376, 383, 390
(см. КРИТИКА)

КРИТИКА 34, 40, 50–51, 349–350, 364, 373–374, 381, 388, 391 (см. КРИТИК)
стандартизации 44, 60, 346, 352, 382, 388
(см. СТАНДАРТИЗАЦИЯ)

методическая 41, 348
процедуры 46, 388
полевого интервьюера 51 (см. ИНТЕРВЬЮЕР
полевой)
разговорного стиля 370
опросного инструмента 374
(см. ИНСТРУМЕНТ опросный)

ЛОГИКА 25, 27, 38, 52, 229, 275, 315, 346, 362, 379, 386, 389

анкеты 255, 263, 270
веерных матриц 389
(см. ВЕЕРНЫЕ МАТРИЦЫ)

вопросов 236
метода 21
стандартизированного интервью 49, 252
(см. ИНТЕРВЬЮ стандартизированное)

МАТЕРИАЛ

инструктивный 27, 368
стимульный 58, 366, 376
эмпирический 28

МЕТОД 12–16, 20–21, 27, 29, 41–42, 47, 303, 347–348, 352, 372, 375, 377, 387, 389
(см. МЕТОДОЛОГИЯ)
веерных матриц 26–27, 349, 351–352
(см. ВЕЕРНЫЕ МАТРИЦЫ)

дознания 358–359

интервью 269, 346, 352, 359–361, 377–379
стандартизированного 17, 26, 40, 45–45, 59, 61, 365–367 (см. ИНТЕРВЬЮ стандартизированное)

количественный 27, 386

МЕТОДОЛОГИЯ 15, 27, 42, 347–348, 353, 364, 375, 377–379

исследовательского интервью 361
опроса/опросная 27, 290, 366
стандартизированного интервью 345
тестирования 352

МОДЕЛЬ

интервью 18
нормативная 54
регрессионная 365
стимул–реакция 58

МОДЕРАТОР 10, 22, 45–47, 60–61, 251, 279, 294, 317, 332, 366–367, 376–377, 383, 388–390

МОНИТОРИНГ

качества работы интервьюеров 31–32

НАДЕЖНОСТЬ

данных 346
измерения 365, 387
исследования 64
ответов (см. ОТВЕТ надежный)
процедуры 45, 279

НАПРЯЖЕНИЕ 32, 84, 126, 133, 155, 162, 199, 259, 266, 268, 275, 282, 311, 317, 321, 323, 339, 341–342, 358, 364, 381

(см. НЕЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ к напряжению)

в беседе 316, 326, 335

в общении 283, 301, 307

респондента 93–94, 99, 101, 113, 123, 136–137, 149, 186

НАРРАТИВ (см. ИНТЕРВЬЮ нарративное) 302, 353, 358, 363, 371

НАЧАЛО интервью 146, 150–151, 162, 165, 203, 217, 278, 286, 355–356, 379

НЕОТВЕТ 44, 249, 257–260, 298, 300, 382, 388
(см. РЕМОНТ неответа)

НЕЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ

к логическим противоречиям 297, 312, 317

(см. ПРОТИВОРЕЧИЯ логические)

к напряжению 317, 321 (см. НАПРЯЖЕНИЕ)

НОРМА 54, 391

вежливого поведения 372

(см. ВЕЖЛИВОСТЬ)

культурная 374

методологическая 48

надуманная 46

онтологическая 27

партикулярная 51

профессиональная 343

стандартизации 26, 54 (см. ИНТЕРВЬЮ

стандартизированное, СТАНДАРТИЗАЦИЯ)

этическая 376 (см. ЭТИКА)

ОБЕСЦЕНИВАНИЕ

интервью 332

исследования 331–332, 340

ОБЪЯСНЕНИЕ 67, 76, 94, 111, 173, 275, 341

вопроса 44, 91, 92, 308, 113, 250–251, 255,

257, 296–298, 315, 382

правил и процедур 44, 154, 277–279, 281,

331–332, 335, 343, 382

ОПРОС 12, 15, 17–20, 26–27, 29–32, 40, 43,

45–47, 53, 56–57, 65, 67, 69–70, 73–74, 79,

85–86, 88, 94, 97–99, 110–113, 121–124, 129,

132, 135–140, 146–147, 150–156, 159–160,

165–166, 181, 197, 199, 203, 206, 212–215,

219–220, 222, 225–228, 234, 236, 239, 242,

248, 257–258, 275–278, 280–283, 286, 288–

290, 294, 304, 307, 313, 318, 330–331, 335,

340–341, 343, 346, 358, 365–371, 373, 383

(см. ИНТЕРВЬЮ)

анкетный 15, 56 (см. АНКЕТА)

компьютеризированный 134

маркетинговый 212, 237

массовый 35, 46, 50–51, 99, 246, 291

на планшетах 230 (см. ПЛАНШЕТ)

общественного мнения 10, 32, 42, 53, 196,

по интернету 230

политический 238

телефонный 16, 29–33, 90, 99, 111, 154,

158, 197, 281, 316, 320, 331

уличный 197

ОРГАНИЗАТОР

опроса 56, 367–368 (см. ОПРОС)

полевых работ 26

ОТВЕТ 19, 27, 38–41, 44–45, 47, 56–60, 64, 67–

68, 72, 77–82, 84, 86–91, 93, 95–96, 98–107,

109–110, 112–116, 118–119, 122, 124, 126,

128, 132–135, 138, 141–145, 148–151, 153–160,

163–172, 175–176, 179, 182–184, 186–189,

191–193, 196, 209, 211, 213–215, 217, 226–227,

230, 242, 246–247–258, 261–263, 266–270, 273,

275, 281, 283–284, 287–290, 294, 296–298, 300,

304, 306–315, 318–320, 323, 327–328, 330,

332–333, 335–336, 338, 343, 358, 366–372, 375,

381–383, 388

адекватный 58, 64–65, 249, 296–297

(см. АДЕКВАТНОСТЬ ответа)

аргументированный 91, 288 (см. ОТВЕТ

развернутый)

достоверный (см. ДОСТОВЕРНОСТЬ ответа)

множественный 115, 253

на вопрос респондента 278–279, 286, 332

надежный 57

неадекватный 297

непроизнесенный 72

нерелевантный 96

несмещенный 64, 267

однозначный 47, 164, 324

открытый 211

подробный 184, 285, 312 (см. ОТВЕТ раз-

вернутый)

развернутый 79, 109, 124 (см. ОТВЕТ аргу-

ментированный)

релевантный 64, 92, 128

(см. РЕЛЕВАНТНОСТЬ ответа)

спонтанный 375

формальный 236

ОТКАЗ (см. ПРЕРЫВАНИЕ)

от опроса 70, 159

от ответа 102, 131, 157, 249, 258, 300, 318

ОЦЕНКА адекватности ответа 45, 49, 261, 294, 297, 298, 313, 316, 343, 383

(см. АДЕКВАТНОСТЬ ответа, ОТВЕТ адекватный)

ОШИБКА 30, 34, 40, 52, 55, 61, 71, 98, 112, 125, 135–136, 150–151, 171, 177, 181–182, 236–237, 262, 295–296, 299–300, 308, 310, 313–314, 316, 318, 321–324, 328, 334–335, 337–338, 340, 342–343, 370, 373–374, 387–388, 390–391 (см.

КОНТРОЛЬ за ошибками, КРИТИКА, ТЕОРИЯ обшей ошибки исследования)

анкеты 61, 210, 213, 299, 373–374, 383

восприятия 269

измерения 247, 307, 313, 343, 374

интервьюера 56, 72, 151, 185, 296, 304–305, 312, 314–316, 324, 342–343

(см. ЭФФЕКТ интервьюера)

интерпретации 117, 170

исследования 41, 387

коммуникативная 313, 321

конструирования информированного согласия 330 (см. СОГЛАСИЕ информированное)

мотивационная 313

опросного инструмента 46

(см. ИНСТРУМЕНТ опросный)

отбора 247 (см. ОШИБКА репрезентации)

памяти 313

получения целевой информации 296

построения эмпатических отношений 316–317

программирования анкеты 108

(см. ОШИБКА анкеты)

репрезентации 374 (см. ОШИБКА отбора)

речевая 61, 327

сообщения 370–371

ПАНИБРАТСТВО 316, 317, 325

(см. ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ коммуникативная)

ПАРАМЕТРЫ 71, 99, 188, 206

анкеты 173–175 (см. АНКЕТА)

интервью 355

ответа 58

ПАУЗА 66, 72, 103, 109, 129, 134, 151, 160, 166–167, 175, 179–180, 221, 256, 287, 327, 329

(см. ЧЛЕНЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ паузальное)

ПИЛОТАЖ анкеты 256

ПОЗИЦИЯ 46–47, 54, 103, 218, 257, 264, 304, 323, 357, 361, 376, 388

активная/проактивная 138, 175, 309, 327

доминирующая/доминантная 175, 182, 316–317, 327–328, 330

интервьюера 186, 261, 263

исследователя 361 (см. ИССЛЕДОВАТЕЛЬ)

критическая 33, 41, 50–51, 342, 374

(см. КРИТИКА)

назидательная 129, 333 (см. ПОЗИЦИЯ доминирующая, нравоучительная)

нейтральная 343

нравоучительная 143 (см. ПОЗИЦИЯ назидательная)

пассивная 81, 357

респондента 144–145, 165, 172, 253, 255, 308

рефлексивная 257, 312, 342, 356

ролевая 27, 294

социально одобряемая 266

эксперта 151, 280 (см. ЭКСПЕРТ)

ПОНИМАНИЕ

вопроса 64, 117, 125, 167, 191, 255–256, 296, 304

ответа 369–370, 381

ситуации 270, 355

эмпатическое 44, 54, 60, 265, 268

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ вопросов 40, 251 (см. ВОПРОС анкетный)

ПРАВИЛА 15, 44, 46, 49, 104, 140, 217–218, 222, 226, 263, 271, 277–280, 282, 329, 331–333, 335, 346, 354, 368, 376, 381–382, 387 (см. СТАНДАРТИЗАЦИЯ)

вежливого общения 327

дружеского общения 313
 исследования 258
 стандартизации 26, 47, 76, 124, 167, 184, 251 (см. СТАНДАРТИЗАЦИЯ)
 стандартизированного интервью 64, 114, 124, 343 (см. ИНТЕРВЬЮ стандартизированное)
 телефонного опроса 278, 281, 307, 320
 фиксации ответов 257
 эффективной коммуникации 255
 (см. КОММУНИКАЦИЯ эффективная / успешная)
ПРЕРЫВАНИЕ 64, 74, 99, 335 (см. ОТКАЗ)
 интервью 81, 99, 189, 338, 340, 342
 (см. ИНТЕРВЬЮ прерванное)
ПРОГРАММА 31, 43, 53, 213
 исследования 33, 44, 55, 58, 60, 250, 322, 367, 382 (см. ИССЛЕДОВАНИЕ)
 исследовательская 27, 43
ПРОГРАММИРОВАНИЕ анкеты 108
ПРОПУСК вопросов 152, 298
ПРОТИВОРЕЧИЯ 54, 313, 375
 логические 296–298, 312, 379
ПРОФЕССИОНАЛИЗМ 31, 59, 78, 110, 134, 179, 272, 321
ПРОФЕССИЯ 21, 41, 58, 64, 201, 220, 296, 350, 353, 359, 360–361, 367, 389–390
 (см. ИНТЕРВЬЮЕР профессиональный)
 адвоката 53–54 (см. АДВОКАТ)
 полевого интервьюера 42, 51, 60, 197–199
 (см. ИНТЕРВЬЮЕР полевой)
 юриста 49
ПСИХИАТР 353, 355, 379, 389
ПСИХОАНАЛИТИК 10, 353, 359, 364, 372, 379, 381
ПСИХОТЕРАПЕВТ 355–357
РАЗДРАЖЕНИЕ 64, 161, 316–318, 324
 интервьюера 79–80, 124, 193, 233, 316, 319–321
 респондента 79, 91, 102, 105, 148–149, 156–157, 168, 222, 259, 338, 341

РАСШИРЕНИЕ

вопроса 297–298, 304 (см. СУЖЕНИЕ вопроса)
 границ осмысленной интерпретации 348
 (см. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ)
 контекста интервью 379, 381
 (см. КОНТЕКСТ)
РЕГЛАМЕНТ 45–46, 61, 279, 366, 383, 388
 (см. СТАНДАРТИЗАЦИЯ)
РЕЛЕВАНТНОСТЬ ответа 58–59, 289
РЕМОНТ 64, 79, 96, 103, 246, 248, 366, 390
 коммуникативных сбоев 294
 коммуникации 71, 109
 неответа 44, 249–251, 257–260, 297–298, 300, 382 (см. НЕОТВЕТ)
РЕСПОНДЕНТ 10, 12, 15, 17, 20–21, 29–31, 39–40, 43–44, 47, 49, 53–54, 56–58, 61, 64–72, 74–82, 84–94, 96–109, 111–129, 131–193, 196–199, 202, 206, 208, 210–215, 218, 222, 224–237, 239–241, 246–249, 251–290, 294, 296, 298–302, 304–316, 318–328, 330–343, 346, 360, 365–369, 371, 374–375, 379, 381–383
 беспроблемный 270
 идеальный 270
 несговорчивый 26
 потенциальный 69, 92, 136, 165
 сложный 325 (см. НАПРЯЖЕНИЕ респондента, РАЗДРАЖЕНИЕ респондента)
РЕШЕНИЕ 10, 19, 21–22, 31, 34–35, 41, 48, 60, 65, 82, 86, 90, 103–104, 206, 286, 290, 298, 301–302, 306, 314, 321, 341, 355, 369, 372, 376, 378
 коммуникативное 64, 71, 318
 неправильное 21, 171, 293
 об участии в опросе 123, 146, 150
 правильное 21, 28, 166, 245, 288, 290–291, 294–295, 316
 практическое 34
СБОЙ 21, 29, 46, 61, 64, 71, 79, 96, 117, 154, 172, 177, 188, 246, 260, 297, 301, 390
 (см. ОШИБКА, РЕМОНТ, СМЕЩЕНИЕ)

- в интервью 71, 342
в интерпретации 169
в передаче/получении информации 246, 297 (см. СБОЙ коммуникативный)
коммуникативный/в коммуникации 52, 72, 92, 105, 120, 134, 157, 161, 331–332, 254, 258, 281–282, 296, 302, 317, 321, 332, 336, 338, 342
программного обеспечения 247
технический 108, 134, 153, 181, 247
- СВЯЩЕННИК** 10, 21, 353–355, 357, 359, 363, 378, 380, 389 (см. ИСПОВЕДЬ)
- СИМПАТИЯ** 44, 98, 264–267, 311, 317, 382 (см. ВЕЖЛИВОСТЬ, СМЕХ, ЭМПАТИЯ)
- СИНХРОНИЗАЦИЯ** речевая 44, 264–265, 269–271, 273, 317, 382
- СИТУАЦИЯ** 17, 40, 43, 49, 51, 54–55, 66–69, 72–73, 76–77, 81–82, 89–91, 96, 100, 102–104, 107, 109, 114, 116–117, 119, 121–122, 124, 131, 134, 138, 142–143, 146, 148, 150–151, 154, 157–159, 166–167, 169, 172, 174, 176, 182, 184, 190, 196, 229, 231, 246, 248–249, 252, 255–262, 264, 266, 268, 270, 280, 283, 285, 294, 296, 298–302, 304, 306–308, 310, 312, 314, 318, 321, 323–325, 331, 333, 338–340, 356–358, 365, 376–377
гипотетическая 178
двокая 226
коммуникативная 28–29, 31–32, 59, 63–65, 74, 96, 114, 128, 150, 176, 374–375, 377, 379, 381, 390 (см. КОММУНИКАЦИЯ)
конфликтная 355
критическая 323 (см. СИТУАЦИЯ, сложная, нестандартная/нетипичная)
неловкая/неудобная 84, 178, 264
нестандартная/нетипичная 21, 106, 129, 294
опросная 29 (см. ОПРОС)
политическая 238
полного взаимопонимания 145
речевая 366
сложная 125, 294, 306 (см. СИТУАЦИЯ нестандартная/нетипичная)
социальная 26, 371
экологическая 165, 189, 271
экономическая 80
- СЛЕДОВАТЕЛЬ** 10, 49–50, 353, 358–359, 366, 379, 381
- СМЕХ** 58, 64, 104, 125, 129, 134–135, 145–146, 150–151, 161, 172, 183, 274, 309–310, 326, 329 (см. ИРОНИЯ, ЭМПАТИЯ)
взаимный/совместный 264, 268
объединяющий 44, 53, 265, 267–268, 317, 382
- СМЕЩЕНИЕ** 27, 46, 164, 192, 246, 248, 256, 294, 299, 307, 366, 370, 374, 377, 387–388 (см. ОШИБКА)
ответа 65, 117, 297, 308–309
- СОБЕСЕДНИК** 10, 20, 27, 43–44, 50, 52–53, 55, 60, 65, 138, 154, 158, 180, 199, 250–251, 265, 272, 278–279, 287, 289–290, 294, 297, 317, 319, 327, 332, 334, 357–358, 364, 367–368, 372, 374, 376, 381–382, 390 (см. БЕСЕДА)
- СОГЛАСИЕ** 18, 86, 111, 139, 251, 258, 283
информированное 66, 69, 94, 182, 276–278, 283, 289, 331
- СОПЕРЕЖИВАНИЕ** 44, 264, 317, 363–364, 382 (см. СИМПАТИЯ, ЭМПАТИЯ)
- СОСТАВИТЕЛЬ** анкет 77, 89, 103, 105, 144, 258, 286, 299, 309, 313
- СОХРАНЕНИЕ** 66, 370
доверительности 43
доверия к исследованиям 282
коммуникации 43
неформальности/непосредственности 368, 388 (см. СОХРАНЕНИЕ разговора)
разговора 44, 60, 248, 263, 265, 317, 382, 388 (см. СОХРАНЕНИЕ неформальности/непосредственности)
расположенности 43
стандартизации 390
- СОЦИАЛЬНЫЙ РАБОТНИК** 10, 353, 355, 357, 359, 364, 378, 380, 389

СТАНДАРТИЗАЦИЯ 21–22, 26–27, 33, 40, 44–47, 55, 61, 64–65, 72, 76, 82, 96, 124–125, 167, 182, 184, 246–249, 251, 256, 260, 263, 279, 294, 307–308, 311, 331, 333–334, 346–347, 365–366, 370, 377, 382, 388–390 (см. НОРМА стандартизации)
 интервью 276, 278, 332
 коммуникативных ситуаций 32
 (см. СИТУАЦИЯ коммуникативная)
 общий фрейм 47
 опросного инструмента 343, 365
 поведения интервьюера 55
 процедур опроса 40
 разговора/диалога 27, 44, 46, 60, 366, 382–383, 388
 речевая 68, 191, 248, 255
СТАТУС 15, 288, 315, 372
 интервью 42, 166, 288
 онтологический 42, 61
 опроса 288, 340
 опроса 340
 социальный 47, 246
СТАТУСНОСТЬ исследования 44, 278–279, 288, 332, 382 (см. СТАТУС)
СТИЛЬ 60, 168, 249, 356
 интервьюирования/ведения интервью 82, 84, 311–312
 методического мышления 376
 разговора 69, 164, 270, 320, 370
 разговорный 370
 речи 372
СТРУКТУРА 59, 389
 анкеты 247, 254
 беседы 363
 жизненного мира 380
СУЖЕНИЕ вопроса 297–298, 304
СУПЕРВАЙЗЕР 26, 202, 215, 232, 234, 242, 300
ТЕМП
 разговора 287
 речи 154, 222, 270, 272

ТЕОРИЯ 348, 351, 385–387, 390
 критическая 374
 общей ошибки исследования 374, 381, 387
 общества 48
 опроса 15
 полевого интервьюера 26
 стандартизированного интервью 26, 34, 65, 386–389, 391
ТЕРАПЕВТ 10, 58–59, 353, 356–357, 359, 362, 378, 380, 389
ТЕХНИКА 26, 126, 208, 251–253, 258, 264, 278, 316, 327, 334, 341, 348, 360–361, 364, 369
 адекватного оценивания ответа 263
 (см. АДЕКВАТНОСТЬ, ОЦЕНКА адекватности ответа)
 вежливости 325
 (см. ВЕЖЛИВОСТЬ, ЭМПАТИЯ)
 вычислительная 15
 доминирования 327 (см. ДОМИНИРОВАНИЕ)
 интервьюирования 53
 коммуникативная 274, 333
 конструирования информированного согласия 278–279, 289, 340–342 (см. СОГЛАСИЕ информированное)
 объяснение вопроса 257 (см. ОБЪЯСНЕНИЕ вопроса)
 повышения статуса опроса 288 (см. СТАТУС опроса)
 получения целевой информации 250–251, 261, 286 (см. ИНФОРМАЦИЯ)
 построения эмпатических отношений 265, 272 (см. ЭМПАТИЯ)
 предоставления информации 282–283
 (см. СОГЛАСИЕ информированное)
 ремонта неответа 257 (см. РЕМОНТ неответа)
 речевой синхронизации 269, 273
 (см. СИНХРОНИЗАЦИЯ речевая)
 сближения с респондентом 266
 (см. СМЕХ объединяющий, ТЕХНИКА построения эмпатических отношений)

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

сокращения дистанции 325
стандартизированная 56 (см. ТЕХНИКА
стандартизированного интервью)
стандартизированного интервью 255, 346,
360 (см. ИНТЕРВЬЮ стандартизирован-
ное)
уточнения ответа 254 (см. УТОЧНЕНИЕ от-
вета)

УВАЖЕНИЕ 275, 342

(см. ВЕЖЛИВОСТЬ, СИМПАТИЯ, ЭМПАТИЯ)
к пожилому человеку 147
к респонденту 94, 267, 269, 272, 274
к собеседнику 281
(см. БЕСЕДА, СОБЕСЕДНИК)
к праву респондента задавать вопросы 286

УТОЧНЕНИЕ 64, 128, 263, 351

вопроса 107
времени перезвона 70
высказываний пациента 58 (см. ТЕРАПЕВТ)
ответа 44, 163, 250–254, 296–298, 382–383
условий и правил 277

УХОД

в сторонние размышления 164
от анкеты 333
от однозначной оценки 266
от ответа (см. ОТВЕТ) 18, 72, 249, 257, 324
от расспросов 40

УЧАСТИЕ 146, 156, 159, 165–166, 255, 272– 274, 277–278, 282, 289

в интервью 312, 357–358, 368
в исследовании 152, 273, 276–277, 280,
288, 330, 340
в мероприятии 333
в опросе 18, 42, 56, 70, 85, 98, 123, 171,
146–147, 150, 152, 154, 165, 181, 237,
257, 288, 294, 330, 340–341, 369
(см. ОПРОС)
в следственных мероприятиях
(см. СЛЕДОВАТЕЛЬ, ДОПРОС)
интервьюера в исследовании 373

414 ФАБРИКАЦИЯ 46, 196, 297–299, 303, 374

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ 46, 52, 90, 131, 209,
297–299, 303, 335, 374

ФИКСАЦИЯ

доказательств 49, 359
(см. ДОПРОС, СЛЕДОВАТЕЛЬ)
имени и отчества респондента 177
мотивов ответа 382, 388
ответа 58, 257, 330
ошибок 45, 61, 196, 364, 373, 383
происходящего 387
суждений и поступков 52

ФОРМАЛИЗМ 350, 352, 361 (см. ВЕРНЫЕ МАТРИЦЫ)

анкетный 53

ФОРМУЛИРОВКА

вопроса 18, 38, 65, 71–72, 102, 104, 114,
127, 151, 161, 167, 171–172, 247–248,
255–256, 260, 264, 303–306, 310–312,
324, 326
ответа 251

ХАРАКТЕРИСТИКИ 247, 360, 371

демографические 39–40, 246, 347
интервьюеров 40
слушателя 369
человека 77

ЦЕНТР звонковый 30–31, 34, 196–198, 200, 235, 322

ЧЛЕНЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ паузальное и (см. ПАУЗА) синтагматическое 270

ШКАЛА 15, 71, 91, 141, 295, 302–303

(см. ВОПРОС шкальный, ЗНАЧЕНИЕ шкальное)
категориальная 301
сбалансированных эффектов 295
социальной дистанции 352

ШТРАФ 46, 51, 72, 107, 125, 131, 184, 203, 229, 233, 256, 373

ЭКСПЕРТ 56, 151, 280, 290, 359

ЭМПАТИЯ 53, 145, 161, 176, 181–182, 187, 264, 300, 310–311, 316, 326, 355

(см. ИНТЕРВЬЮ эмпатическое, ОШИБКА по-
строения эмпатических отношений, СИМПАТИЯ,

Тематический указатель

ТЕХНИКА построения эмпатических отношений,
ЭМПАТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ)

ЭМПАТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ 159, 264–
265, 268, 272, 308, 316–317, 319, 321, 325,
376

ЭТИКА 54

исследовательская 278

профессиональная 94, 165, 282

ЭФФЕКТ 54, 196, 307, 347

интервьюера 56, 138, 144, 176, 196, 247, 290,
308, 370, 372–374 (см. ИНТЕРВЬЮЕР)

коммуникативный 352

контекстуальный 369

обдумывания 57

респондента 374

соревновательный 213

Научное издание

Рогозин Дмитрий Михайлович,
Ипатова Анна Алексеевна,
Галиева Надежда Илшатовна

СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ (ТЕЛЕФОННОЕ) ИНТЕРВЬЮ

Руководитель
издательского проекта
М.В. Григоренко

Макет, оформление
М.В. Григоренко

Редактор, корректор
И.В. Упадышева

Издательство «Пункт». АНО «Социальная Валидация».
108811, Москва, п. Внуковское, ул. Самуила Маршака, д. 15, оф. 272

www.punkt.su

Подписано в печать 27.07.18. Формат 70х90¹/₁₆.
Гарнитуры Charter, Conqueror Sans. Бумага типографская.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 30,42. Уч.-изд. л. 18,24.
Тираж 1000 экз. Заказ .

В конце 70-х Моисей Соломонович Рывкин (муж Инны Владимировны Рывкиной, физик-теоретик), разбираясь в моих путаных объяснениях термина «веерные матрицы», сказал, что сам факт появления матричных структур свидетельствует о том, что у социологии есть шанс стать настоящей наукой. И полвека не прошло, как его предчувствие воплотилось в книжке Дмитрия Рогозина с соавторами. Чему я очень рад.

Симон Кордонский, ординарный профессор
НИУ Высшая школа экономики

Книга необычная. Читаю описания коммуникативных ситуаций, беседы с интервьюерами — все верно, но складывается новое понимание природы стандартизованного интервью. Действительно, особый вид коммуникации. И что значит ошибка интервьюера? Часто это совсем даже и не ошибка, а наоборот, исправление недоработки в строении стандартизованного интервью или инструкции по проведению опроса.

Борис Докторов, доктор философских наук,
профессор

В конце XX века языкознание, прощаясь с сосюровской парадигмой, развернулось к человеку, и стали говорить о «человеческом факторе в языке». С выходом подобных книг исследовательская социология разворачивается лицом к человеку, мы начинаем говорить о человеческом факторе при изучении человека.

Роман Бумагин, кандидат социологических наук,
генеральный директор исследовательского
и коммуникационного агентства «Рефакта»

В книге раскрывается то, что происходит «по ту сторону соцопросов»: как из человеческих коммуникаций появляются социологические данные в своей привычной стандартизованной форме и какие трудности стоят на этом пути. Показано, что сам процесс сбора данных таит в себе немало эвристических находок, полезных для методологов. Наблюдение за работой интервьюеров, анализ многообразных коммуникативных ситуаций, расшифровка «подноготной» исследовательского процесса превращаются в герменевтическую рефлексию.

Елена Данилова, кандидат социологических наук,
руководитель центра теоретических и историко-социологических исследований ФНИСЦ РАН

Авторы создают методическую оптику для понимания работы реальных интервьюеров в реальных С(Т)И. И эта оптика реально работает: основной объем книги — эмпирический анализ большого массива фрагментов С(Т)И. Поверьте, это захватывающее чтение!

Александр Ослон, кандидат технических наук,
Президент ФОМ

ISBN 978-5-6041409-0-1



9 785604 140901



ФОНД ПОДДЕРЖКИ
СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ХАМОВНИКИ

Издательство

