

О ДОСТОВЕРНОСТИ ОТВЕТОВ РЕСПОНДЕНТОВ В ТЕЛЕФОННОМ ИНТЕРВЬЮ (экспериментальное тестирование ряда приемов)

А. Ю. МЯГКОВ, С. Л. ЖУРАВЛЕВА

МЯГКОВ Александр Юрьевич - доктор социологических наук, заведующий кафедрой социологии Ивановского государственного энергетического университета (E-mail: socio@sociol.ispu.ru). ЖУРАВЛЕВА Светлана Львовна - старший преподаватель кафедры социологии того же университета (E-mail: svetlana_zhr@pochta.ru).

Аннотация. Статья посвящена экспериментальной апробации ряда коммуникативных приемов, теоретически позволяющих повысить достоверность ответов респондентов. Объясняются причины их недостаточной эффективности в телефонных интервью.

Ключевые слова: достоверность ответов * телефонное интервью * проективные вопросы

Получение достоверной информации - ключевая задача для социологов, проводящих исследования по сенситивной проблематике. Эффекты социальной желательности и диссимуляции, неизбежно сопровождающие опросное общение на деликатные темы, приводят к трудно контролируемым смещениям в ответах и нарушениям валидности данных. Для преодоления защитных механизмов респондентов выработан ряд специальных коммуникативных приемов, позволяющих снизить субъективную остроту обсуждаемых тем за счет особого подхода к составлению инструментария и формулировке вопросов.

Наиболее эффективными средствами повышения степени искренности ответов исследователи считают приемы "проекции" и "рутинизации" [1, с. 151], методику М. Сиркена [2, с. 216 - 218], а также технику "утяжеления вопросов", предложенную американскими социологами С. Садменом и Н. Брэдберном [3, с. 85 - 89]. Многие из этих методов прошли экспериментальную апробацию и подтвердили свою эффективность при изучении различных форм социально неодобряемого и стигматизированного поведения. Однако некоторые из них в полевых условиях не тестировались, их уместность в массовых опросах остается недоказанной. Кроме того, все известные сегодня тесты проводились в рамках персонального интервью и анкетирования, в то время как в режиме телефонных опросов аналогичные эксперименты, насколько нам известно, ранее не ставились.

С одной стороны, есть основания полагать, что указанные вопросные техники достаточно универсальны, поскольку опираются на общие психологические механизмы, лежащие в основе человеческого поведения. С другой - специфика телефонного об-

щения имеет значительно большую (относительно персонального интервью) дистанцированность сторон, слабость эмоциональных контактов, что может нивелировать действие общих закономерностей и привести к ослаблению потенциальных преимуществ коммуникативных приемов.

Общая характеристика формулировочных приемов. Прием "проекции". С тех пор, как в середине 1930-х годов А. Кроссли изобрел технику контрольных вопросов [4, с. 21], практикующие социологи широко применяют ее не только для диагностики неискренности, но и в профилактических целях. Специалисты в области методологии социологических исследований, в свою очередь, настоятельно рекомендуют при предъявлении респондентам острых и деликатных тем использовать косвенные, безличные и проективные вопросы взамен прямых, личных и ситуативных.

В. Э. Шляпентох, например, считает безличные вопросы проективного типа более надежными и эффективными для получения искренних ответов по сравнению с прямыми личными. Намного целесообразнее, отмечает он, попросить респондентов оценить мнения их соседей по поводу той или иной проблемы, чем требовать от опрашиваемых собственных оценок. Поскольку в России, пишет он, готовность населения отвечать правдиво на вопросы социологов "существенно ниже, чем в США", то у нас этот метод даже больше, чем на Западе, помогает уменьшить вероятность ответов, приспособленных к восприятию социальной желательности [5, р. 217 - 219].

На необходимость использования вопросных техник при обсуждении с респондентами "сенситивной" проблематики указывает В. А. Ядов. "Косвенный вопрос, - пишет он, - ставится в случае, если затронуты проблемы, по которым опрашиваемые не склонны высказываться откровенно...". При этом "ождается, что респондент выберет те суждения, которых он сам придерживается" [6, с. 258]. И далее продолжает: "Безличная и полубезличная форма вопроса употребляется для выявления мнений, расходящихся с общепринятыми. В вариантах ответов подчеркивается, что все они возможны и опрашиваемый не будет выглядеть "белой вороной", если согласится с каким-то суждением" [6, с. 259]. Н. Брэдберн и С. Садмен также считают проективные вопросы неплохим инструментом для нейтрализации или ослабления защитных реакций опрашиваемых и предупреждения неискренних ответов. "В случае с проективными ситуациями, - пишут авторы, - референт не определен умышленно. Это сделано для того, чтобы побудить респондентов добавить в ответы их собственные чувства и действия" [7, р. 151].

Исследователи полагают, что смена объекта и предмета оценивания, смещение акцента с мнений респондентов на мнения окружения посредством косвенных проективных вопросов смягчает восприятие деликатных тем, способствует повышению субъективной анонимности и дает людям возможность без неловкости и смущения говорить о своем внутреннем мире, желаниях, предпочтениях, поступках и т.д. Однако вопрос об эффективности этого приема в социологической методологии крайне редко кем-либо серьезно тестировался (один из ранних примеров см.: [8]). Данное положение обычно принимается на веру. А между тем, как показывают исследования, проведенные нами в режиме анкетирования и персонального интервью, техника косвенных вопросов, основывающаяся на использовании приемов "проекции" девиантного поведения, похоже, не приводит к заметному улучшению качества ответов и в этом смысле не вполне эффективна [9].

Наши прежние эксперименты позволяют заключить, что безличные проективные вопросы воспринимаются участниками исследований двояким образом. Одни респонденты при формировании ответа ориентируются на прямой смысл, заложенный в формулировке, и пытаются (в полном соответствии с запросом-просьбой) оценить мнения окружающих людей. Другие рассматривают такие вопросы как обращенные лично к ним, а потому считают необходимым высказать свою точку зрения. Следовательно, респонденты в ходе опроса используют не одну (единую) стратегию поведения, а как минимум две принципиально разные. Они думают и говорят не только о себе, но и о других людях. Расчет на то, что реагируя на проективные вопросы, испытуемые будут

сообщать исследователям лишь собственные мнения, не всегда оправдан [2, с. 204 - 205].

Кроме того, проективные вопросы когнитивно сложны для респондентов. Они ставят участников опроса в непростую ситуацию выполнения экспертных функций. Опрашиваемые могут не знать, что думают окружающие их по тому или иному поводу. Групповое или общественное мнение, которое им предстоит оценить, может быть смутным, неясным, неопределенным или, наоборот, пестрым и противоречивым, состоящим из сильно различающихся, а порой и прямо противоположных точек зрения. Определить, какие из них следует считать типичными или доминирующими, может далеко не каждый. "Сведения о внутреннем мире других, - пишет И. А. Бутенко, - недоступны и поверхностны". С. Садмен и Н. Брэдберн, анализируя результаты специальных исследований, приходят к выводу, что ответы опрашиваемых относительно окружающих обычно на 10 - 20% менее точны, чем о самих себе [3, с. 63].

И, наконец, ответы на личные и проективные вопросы могут быть подвержены влиянию эффекта "атрибутивной асимметрии", который проявляется в склонности респондентов приписывать себе только хорошие, социально ценные качества, в то время как другим - негативные [10; 11]. Первая интенция (к приукрашиванию ситуации), как показывают исследования [2 с. 209 - 210], характерна для личных вопросов, а вторая (к ухудшению картины) - для безличных, проективных. Действие данного эффекта затрудняет интерпретацию содержания полученных ответов и ограничивает возможность их квалификации в качестве искренних или неискренних.

Прием "рутинизации". В наиболее эксплицированном виде он впервые был представлен в работе С. Садмена и Н. Брэдберна как один из вариантов разработанной ими техники "утяжеления вопросов" [3, с. 85 - 86]. Данный коммуникативный прием основывается на подчеркивании нормальности¹, естественности и обыденности обсуждаемых в исследовании социально неодобряемых видов поведения. Функцию "рутинизации" здесь выполняет специальная "оправдывающая" ("успокаивающая") преамбула, призванная убедить участников опроса в нормативности описанных в ней поведенческих реакций. Ее добавление в формулировку вопроса, по замыслу авторов, должно способствовать ослаблению эффектов самостигматизации, повышению психологической поддержки респондентов и активизации их самораскрытия. Вместе с тем С. Садмен и Н. Брэдберн не проводили систематических тестов по проверке эффективности предложенной ими методики. Те единичные данные, которые они приводят, свидетельствуют об обратном эффекте "оправдывающих" преамбул. В частности, удельный вес утвердительных ответов на "рутинизирующий" вопрос о владении огнестрельным оружием сократился на 12% по сравнению с обычной формулировкой [3, с. 73 - 74].

В середине 1990-х гг. Дж. Катания и его коллеги провели серию методических экспериментов с целью выяснения степени влияния "смягчающих" преамбул на ответы респондентов о сексуальном поведении. В ходе этой работы исследователи установили, что мягкие, "успокаивающие" формулировки существенно улучшают результаты интервью. В частности, применение преамбул значимо повысило достоверность ответов на вопросы о числе сексуальных партнеров, возрасте сексуальной инициации, внебрачных связях и гомосексуальных контактах [12, р. 363].

В нашей стране эксперименты по проверке эффективности данной методики проводились крайне редко, однако есть основания для оптимистических выводов: преамбульные формулировки обладают значительно большей стимулирующей силой, чем стандартные (прямые) вопросы. Их применение позволяет, в частности, резко увеличить удельный вес признаний респондентов в практике нетрадиционных сексуальных отношений [2, с. 212 - 213; 13, с. 96].

Вместе с тем, "рутинизация", по-видимому, не является *идеальным* средством элиминации неискренности. В ряде случаев респонденты не реагируют на уловки исследователей и не снимают психологическую защиту. Примеры, свидетельствующие о недостаточной эффективности данного приема, имеются [12, р. 361 - 365; 14, р. 170].

Другие формулировочные приемы. Работая над проблемой повышения достоверности опросных данных, С. Садмен и Н. Брэдберн предложили еще ряд коммуникативных приемов, предположительно стимулирующих искренность респондентов. По их мнению, улучшить качество ответов на вызывающие опасения темы можно "посредством осознанного утяжеления вопросов таким образом, чтобы снизить вероятность получения положительных ответов о социально желательном поведении и увеличить - о социально нежелательном" [3, с. 85]. Для предупреждения смещений в самоотчетах опрашиваемых авторы рекомендуют использовать следующие методы [3, с. 86 - 89]:

1. *"Ссылки на авторитет для обоснования поведения"*. Респонденты обычно более благосклонны к утверждениям, поддерживаемым уважаемыми людьми (врачами, учеными, исследователями). Поэтому вопрос, начинающийся со слов: "Сейчас многие доктора придерживаются мнения, что вино снижает вероятность сердечных приступов и улучшает пищеварение", позволит сократить риск преуменьшений при изучении масштабов потребления алкоголя.

2. *"Уважительные причины"*. Если в формулировке вопроса содержится уважительная причина, объясняющая социально неодобряемые поступки, вероятность получить правдивые ответы заметно возрастает. Вопросы, построенные по такому типу: "Не случилось ли так, что какие-либо обстоятельства помешали Вам принять участие в голосовании, или Вы все-таки проголосовали?" - могут быть весьма полезными.

3. *"Выбор временных рамок"*. Вопросы о событиях прошлого вызывают меньшие опасения респондентов, чем вопросы о поведении в настоящее время. С этой точки зрения обсуждение темы, касающейся употребления наркотиков, лучше начать словами: "Вы когда-нибудь..." вместо того, чтобы спрашивать, как ведет себя человек в настоящее время. Другим примером служит вопрос: "Приходилось ли Вам хотя бы раз в жизни унести что-либо из магазина не заплатив?"

4. *"Ненавязчивая форма вопроса"*. Для социально желательного поведения должна быть использована диаметрально противоположная тактика. Так, вместо вопроса: "Были ли Вы когда-нибудь в театре или на концерте?" предпочтительно спросить: "Не приходилось ли Вам за последний месяц ходить в театр или на концерт?" Эта фраза помогает респонденту не относиться к обсуждаемой теме слишком серьезно. Тем самым можно снизить преувеличения при разговоре о нормативных видах поведения.

5. *"Изначальное предположение о поведении"*. В методологии социологических исследований существует правило, согласно которому при формулировании вопросов нельзя исходить из допущения о том, что человек ведет себя определенным образом, не выяснив, так ли это на самом деле. Поэтому прежде чем спрашивать, например, "Сколько сигарет Вы обычно выкуриваете за день?" необходимо выяснить, курит респондент или нет. Игнорирование данного правила приводит к преувеличениям в ответах. Однако в случаях, когда удельный вес положительных ответов изначально занижен, данный прием может оказаться эффективным.

6. *"Поиск подходящего контекста"*. Восприятие отдельного вопроса зависит от контекста, в котором он задается. Хороший способ заставить респондента ответить на интересующий нас вопрос - предварительно обсудить с ним темы, которые вызывают у него еще большие опасения, чем тема опроса. Если чувствительный вопрос стоит в начале анкеты, вероятность преуменьшений в ответах возрастает. Если, например, нужно получить информацию о кражах в магазинах, данный вопрос должен быть предварен серией еще более деликатных вопросов.

7. *"Использование лексики респондентов"*. При обсуждении чувствительных тем чувства неловкости и смущения у респондентов нередко вызываются используемыми интервьюером терминами. Например, слова "секс" или "мастурбация" могут показаться людям слишком "угрожающими" и привести к искажениям в ответах. Решить эту проблему можно, предложив опрашиваемым самим выбрать лексику, которая будет использоваться в ходе беседы [3, с. 81]. Предоставление респондентам возможности

называть обсуждаемое поведение привычными для них словами повышает искренность отвечающих на подобные вопросы.

Для улучшения качества данных о социально нежелательных поступках респондентов С. Садмен и Н. Брэдберн также советуют применять: открытые вопросы, длинные формулировки, сортировку карточек, дневниковые записи, проводить панельные исследования [3, с. 83 - 85, 89 - 93]. Вместе с тем многие приемы, базирующиеся на "утяжелении вопросов", по их признанию никогда прежде не тестировались в ходе методических экспериментов [3, с. 87, 91], выводы об их эффективности носят гипотетический характер и нуждаются в дальнейшей проверке.

Методология и методы исследования. Экспериментальный план. Выборка и процедура. Для оценки применимости ряда вопросных техник к телефонным интервью в октябре 2009 г. нами был предпринят специальный методический эксперимент, организованный по принципу split-ballot. Из общей выборки в 300 человек случайным путем были сформированы две равные по численности и сходные по социально-демографической структуре подвыборки, образовавшие контрольную и экспериментальную группы респондентов. Данный экспериментальный план был выбран с целью сравнительного анализа ответов, полученных с применением специальных коммуникативных приемов и без таковых².

Отбор телефонных номеров осуществлялся вероятностным путем (посредством генерации случайных чисел) из электронной базы абонентов г. Иванова. В конкретных семьях респонденты отбирались по дате рождения [15, р. 154 - 155; 16, р. 461]. Все опросы были синхронизированы по времени и завершены в течение трех недель³.

Методический инструментарий. В ходе исследования на предмет эффективности тестировались четыре методических приема, основанных на использовании: а) проективных вопросов; б) "успокаивающих" формулировочных преамбул; в) ссылок на авторитетные мнения; д) указаний на уважительные причины.

Предлагавшийся респондентам вопросник представлял собой *тематический омнибус* и включал, помимо 4-х социально-демографических переменных (пола, возраста, образования и рода занятий), еще 16 основных вопросов, обладавших разной степенью сенситивности, и 2 пункта для "постинтервью".

Респондентам из контрольной и экспериментальной групп задавались одни и те же (по содержанию) вопросы, различавшиеся наличием или отсутствием того или иного психологического стимула. Были изготовлены две разные версии вопросника: в первой - стандартные формулировки, во второй - с "поддерживающими" преамбулами: ссылками на уважительные причины, оправдывающие социально неодобряемое поведение; на авторитет известных политиков, врачей, ученых и т.д. Полные формулировки вопросов и их варианты представлены в приложении.

Стимульный материал, вынесенный на обсуждение с респондентами: высказывания Д. М. Медведева, В. В. Путина и В. В. Жириновского по актуальным вопросам внутрироссийской и международной жизни. Также артикулировались проблемы, связанные с употреблением алкоголя и наркотиков, физическим насилием в отношении детей, политическим участием граждан и др. Все полученные в эксперименте данные были обработаны в программно-аналитическом комплексе SPSS.

Аналитическая стратегия. Эффективность изучавшихся нами коммуникативных приемов и степень их приемлемости для телефонных интервью оценивались путем попарного сравнения процентных долей ответов, полученных от участников контрольной и экспериментальной групп испытуемых. Статистическая значимость различий определялась по многофункциональному критерию ϕ^* -углового преобразования Фишера, позволяющему достоверно сравнивать даже небольшие по объему подвыборки [17, с. 157 - 163, 330 - 332]. Значимые процентные превышения в пользу экспериментальных версий вопросных формулировок по отдельным вопросам интерпретировались как показатели превосходящей валидности тестируемых техник. Те или иные экспериментальные приемы мы считали более эффективными по сравнению с традиционными в случаях, когда они обеспечивали более высокий удельный вес ис-

Таблица 1

Распределение ответов респондентов в личных и безличных вопросах относительно деятельности Президента РФ, (% от числа ответивших)

Ответы респондентов	Личный вопрос	Безличный проективный вопрос	Различия/знак
Оценивают положительно	62,7	49,3	-13,4**
Оценивают отрицательно	18,7	22,7	+4,0
Затруднились с ответом	18,7	28,0	+9,3*

* Для ср* $p < 0,05$; ** для ср* $p < 0,01$.

кренных ответов, т.е. признаний в причастности респондентов к обсуждаемым в опросе формам социально неодобряемого поведения.

Оценка эффективности вопросных техник. Проективные вопросы. В ходе исследования мы проверяли распространенную точку зрения о том, что проекция исследуемой ситуации на "других" людей (знакомых, соседей, коллег и т.д.) является эффективным инструментом стимулирования искренности в ответах, особенно в случаях, когда есть опасения, что мнения опрашиваемых могут расходиться с общепринятым. Респондентам из контрольной группы задавался прямой (личный) вопрос, направленный на выяснение того, как они сами оценивают деятельность президента РФ в условиях экономического кризиса. Представителей экспериментальной группы спрашивали о том же, но в безличной проективной форме, делая акцент на мнения друзей и знакомых.

Судя по данным, представленным в табл. 1, оценки и самооценки респондентов телефонного опроса заметно различаются. Использование проективного вопроса значительно сократило удельный вес положительных (возможно, социально желательных и конформных) отзывов, но при этом почти не увеличило долю отрицательных (предположительно честных) ответов. Следовательно, отмеченные тенденции связаны с какими-то иными процессами, но не имеют отношения к повышению искренности, что подтверждает сделанный ранее вывод о том, что прием проекции актуализирует разнонаправленные поведенческие стратегии респондентов, усиливает эффект "атрибутивной асимметрии", увеличивает число некомпетентных и неуверенных мнений.

"Поддерживающие" ("успокаивающие") преамбулы. Респондентам предлагалось ответить на несколько преамбульных вопросов по деликатной проблематике: об алкоголе, неоплаченных кредитах, сексуальном поведении, наркотиках (вопросы N 8, 9, 10, 12 в анкете). Последний формулировался, например, следующим образом: *"Сегодня многие употребляют наркотики, в демократическом обществе каждый имеет право делать все, что хочет. А Вам приходилось хоть раз в жизни пробовать какой -либо наркотик?"*.

Данная формулировка не идеальна. Ее вряд ли можно использовать в массовой исследовательской практике. В нашем исследовании она носила исключительно экспериментальный характер и была рассчитана на эффект психологической поддержки опрашиваемых. Ее главное назначение - убедить респондентов в банальности обсуждаемого вида поведения и лояльном отношении к нему со стороны исследователей. Задавая такого рода вопросы, мы полагали, что если респонденты, причастные к девиациям, будут знать, что их действия не только не осуждаются опрашивающими, но и имеют право на существование (поскольку так поступают многие), то они перестанут чувствовать себя изгоями, не будут стесняться своих поступков и скрывать их от исследователей.

При проведении методического эксперимента мы исходили из гипотезы о том, что использование приема "рутинизации" должно увеличить число признаний опрашивае-

Таблица 2

Соотношение утвердительных ответов респондентов на вопросы со стандартной и экспериментальной формулировкой (% от числа ответивших)

Вопросы-переменные	Стандартные формулировки	Экспериментальные формулировки	Различия/знак
Соккрытие преступления	12,7	7,3	-5,4*
Привязанность к алкоголю	6,7	10,0	+3,3
Проба наркотиков	6,7	10,7	+4,0
Проблемные кредиты	0,0	2,7	+2,7**
Гомосексуальные практики	0,7	2,7	+2,0*

* Для $\varphi^* p \leq 0,1$;

** уровень значимости не может быть определен, поскольку одна из двух подвыборок имеет нулевое значение ответов.

мых в социально неодобряемых видах поведения. Некоторые прежние (в том числе и наши) исследования продемонстрировали заметную эффективность "оправдывающих", "успокаивающих" преамбул в персональных интервью и анкетировании. Между тем полученные в ходе телефонного опроса результаты оказались неоднозначными. Данная методика продемонстрировала несколько большую эффективность по сравнению с традиционными подходами, имело место повышение достоверности ответов опрошенных (в четырех случаях из пяти тестируемых). На вопросы, касающиеся употребления алкоголя, пробы наркотиков, проблемного долгового поведения и гомосексуальных практик, респонденты, как видно из данных табл. 2, отвечали честнее, когда вопросная формулировка предварялась "поддерживающей" или "успокаивающей" преамбулой. Лишь в вопросе о сокрытии преступлений испытуемые среагировали несколько неожиданным образом - сокращением числа искренних признаний в экспериментальных условиях и увеличением их в обычных условиях. Но несмотря на общую позитивную тенденцию, выразившуюся в росте процентных долей утвердительных ответов, обнаруженные в этом вопросном блоке различия (за исключением самого острого и деликатного вопроса о гомосексуальном опыте), оказались статистически не значимыми даже на промежуточном уровне ($p \leq 0,10$). Это, казалось бы, позволяет говорить лишь о скромном эффекте приема "рутинизации". Однако следует заметить, что рассчитывать на большее при изучении редких видов поведения, не имеющих широкого распространения в обществе, вряд ли возможно. Различия в данном случае не могут быть очень большими. Оценивать методику, предназначенную для изучения сенситивных тем, по принципу "чем больше, тем лучше", как справедливо отмечается в литературе, не всегда уместно и правомерно [14, р. 183]. Поэтому любой, даже очень незначительный рост числа искренних признаний в пользу экспериментальных приемов можно считать определенным успехом. А увеличение объемов сравниваемых подвыборок, по-видимому, будет способствовать дальнейшему раскрытию стимулирующего потенциала тестируемой техники в телефонном интервью.

Ссылки на авторитетные мнения. Для оценки эффективности данного приема были использованы в экспериментальном режиме два сенситивных поведенческих вопроса (об употреблении алкоголя и физических наказаниях детей) и три вопроса аттитюдных, относительно нейтральных в эмоциональном отношении. Последние были ориентированы на выяснение степени согласия/несогласия респондентов с мнениями Д. А. Медведева, В. В. Путина и В. В. Жириновского по ряду проблем внутренней и внешней политики России. Одной группе респондентов вопросы предъявлялись в экспериментальных формулировках (с включением известных политических имен или ссылок на мнения авторитетных специалистов - врачей и психологов), а другой - без опоры на авторитеты.

Таблица 3

Распределение утвердительных ответов респондентов на вопросы со ссылками и без ссылок на авторитетные мнения (% от числа ответивших)

Вопросы-переменные	Со ссылками	Без ссылок	Различия/знак
Употребление алкоголя	65,3	60,0	+5,3
Физическое насилие по отношению к детям	19,3	28,0	-8,7*

* Для ϕ^* $p \leq 0,05$.

Планируя эксперимент, мы полагали, что в случае с сенситивными вопросами апелляция к мнениям профессионалов будет способствовать заметному увеличению числа искренних признаний в совершении социально неодобряемых видов поведения. Ведь по своей глубинной основе данный прием очень близок к технике "рутинизации" и тоже опирается на механизмы психологической поддержки личности. Однако результаты исследования оказались неутешительными: наша первоначальная гипотеза о стимулирующей роли "ссылок на авторитет для обоснования поведения" не подтвердилась (табл. 3).

Ссылка на коллективное мнение "некоторых психологов" о пользе физических наказаний детей оказалась слабой и неубедительной для большинства респондентов. Более того, многие, по-видимому, сочли эту позицию выдуманной, подозрительно неправдоподобной, что еще больше насторожило опрашиваемых. В результате число искренних признаний в экспериментальной группе резко (почти на 9%) сократилось по сравнению с группой контрольной.

Мнение "многих врачей" о положительном влиянии алкогольных напитков на здоровье людей оказалось для респондентов более убедительным. Его включение в формулировку вопроса привело к увеличению (примерно на 5%) числа признаний в употреблении алкоголя. С формальной точки зрения, результат положительный, однако обнаруженные различия статистически не значимы даже для $p \leq 0,10$.

Что же касается второй группы вопросов в рамках этого тематического блока, то они задавались для того, чтобы проверить существование эффекта престижных имен в телефонных опросах и собрать материал для анализа конформного поведения респондентов. Согласно выполненным ранее исследованиям, включение фамилий известных политиков в формулировки вопросов усиливает конформистские интенции опрашиваемых и повышает число согласных с содержанием высказываемых (и оцениваемых) суждений [18; 19].

Результаты методического эксперимента позволяют заключить, что во всех трех изучавшихся случаях респонденты среагировали на фамилии носителей тех идей, которые предлагались им для оценки. Однако реакции на различных политиков оказались несимметричными (табл. 4). При упоминании фамилий Д. Медведева и В. Путина число согласных с их высказываниями увеличилось (примерно на 4 - 9%), а количество несогласных сократилось (соответственно, на 5 и 6%) при почти неизменном удельном весе затруднившихся с ответом. Ассоциирование популярной идеи о необходимости периодической смены губернаторов российских регионов с именем В. Жириновского произвело обратный эффект: уменьшилось число сторонников и противников, зато значимо (почти на 11%) вырос удельный вес сомневающихся в выборе позиции.

Инверсия в распределении ответов объясняется, на наш взгляд, различным отношением опрашиваемых к политикам, чьи имена фигурировали в формулировках вопросов. Доброжелательное отношение добавляет голосов к высказыванию, и наоборот. Упоминание в вопросах авторитетных людей способствует увеличению поддержки высказываемых ими мнений. В то время как ссылка на одиозную личность

Таблица 4

Распределение ответов на вопросы-суждения в зависимости от типа формулировки (с именами и без имен) (% от числа ответивших)

Вопросы-переменные/ответы	С именами	Без имен	Различия/знак
1. Саммит "большой двадцатки" (Д.А. Медведев):			
1. Согласны	54,7	46,0	+8,7*
2. Не согласны	24,7	30,0	-5,3
3. Затруднились ответить	20,7	24,0	-3,3
2. Устойчивость российской финансовой системы (В.В. Путин):			
1. Согласны	48,0	44,0	+4,0
2. Не согласны	34,7	40,7	-6,0
3. Затруднились ответить	17,3	15,3	+2,0
3. Периодическая ротация губернаторов (В.В. Жириновский):			
1. Согласны	18,7	21,3	-2,6
2. Не согласны	60,7	68,7	-8,0*
3. Затруднились ответить	20,7	10,0	+10,7**

* Для $\varphi^* p \leq 0,1$; ** для $\varphi^* p \leq 0,01$.

уменьшает число сторонников. Эти выводы полностью согласуются с результатами прежних исследований, проведенных в режиме персонального интервью [19, с. 98].

"Уважительные причины". В экспериментальную версию вопросника были включены два вопроса с формулировками, "оправдывающими" социально неодобряемые действия людей. Один из них был относительно нейтральным в эмоциональном отношении и касался участия/неучастия респондентов в прошлых (2008 г.) выборах Президента РФ, а второй - деликатным, ориентированным на выяснение фактов супружеской измены. При интерпретации полученных данных искренними мы считали ответы, свидетельствующие о неучастии респондентов в голосовании, а также признания отвечавших в совершении адюльтера (табл. 5).

Результаты эксперимента показывают, что респонденты, отвечавшие по телефону, не среагировали на предложенный им психологический стимул. Значимых различий в ответах представителей контрольной и экспериментальной групп не наблюдается. И хотя в случае с вопросом об электоральном поведении отмечается, пусть слабая, но все же обнадеживающая тенденция, тем не менее, пока нет весомых оснований для заключения об эффективности тестируемого методического приема.

Проведенные исследования выявили целый ряд серьезных ограничений, не позволяющих говорить об эффективности проективных вопросов. Использование респондентами несопоставимых стратегий вербального поведения, невозможность выполнения ими "экспертных" функций по отношению к социальному окружению, влияние эффекта "атрибутивной асимметрии", невозможность однозначной интерпретации различий в ответах испытуемых, - серьезно снижают возможности вопросных техник, основанных на приемах "проекции", в рамках телефонного интервью.

Судя по экспериментальным данным, прием "рутинизации" в целом является более продуктивным по сравнению с классическими способами формулирования вопросов. Вместе с тем эффект от его применения в телефонных интервью оказался скромным. Использование "успокаивающих" преамбул не снимает проблемы достоверности ответов. В ряде случаев, как показывает исследование, респонденты разгадывают замысел социологов и не рискуют делиться своими тайнами с интервьюерами.

Методические приемы, основанные на апелляции к авторитетным мнениям и уважительным причинам для обоснования стигматизированного поведения, в телефонных опросах недостаточно надежны, их эффективность пока неочевидна.

стр. 89

Таблица 5

Показатели искренних ответов респондентов на вопросы в стандартной и экспериментальной формулировках (% от числа ответивших)

Переменные	Стандартная формулировка	Экспериментальная формулировка	Различия/знак
Не участвовали в выборах Президента РФ	29,3	32,0	+2,7
Совершали супружескую измену	13,3	12,7	-0,6

Исследование показало также, что формулировочные приемы, проходившие экспериментальную апробацию в телефонном опросе, и большинстве своем менее эффективны, чем в персональном интервью и анкетировании. Это связано со спецификой телефонной коммуникации и объясняется, в частности, слабостью эмоциональных связей между взаимодействующими сторонами. "Дефицит легитимности", недостаточная анонимность и повышенная стрессогенность телефонных интервью блокируют стимулирующие возможности вопросных техник. Кроме того, "утяжеление" вопросов за счет увеличения длины и когнитивной сложности формулировок также приводит к ослаблению психологических стимулов, заложенных в тестированных методических приемах.

Вместе с тем ограниченность тематического поля проведенного эксперимента не позволяет считать наши оценки окончательными. Нет полной уверенности в том, что, будучи малоэффективными при изучении одних тем, анализируемые приемы не смогут продемонстрировать более высокого уровня успешности в исследовании других. Дальнейшие методические тесты позволят получить новые данные о перспективах использования вопросных техник и уточнить предварительные выводы.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Стандартные и экспериментальные формулировки вопросов, использованные в исследовании

Стандартные формулировки	Экспериментальные формулировки
1. "Встреча президентов России и США на саммите "большой двадцатки" будет способствовать коренному улучшению российско-американских отношений". В какой мере Вы согласны или не согласны с этим мнением?	1. Президент РФ Дмитрий Медведев заявил о том, что встреча президентов России и США на саммите "большой двадцатки" будет способствовать улучшению российско-американских отношений. В какой мере Вы согласны или не согласны с этим мнением?

2. "У российских властей достаточно ресурсов, чтобы защитить финансовую систему страны от потрясений и не допустить резкого падения рубля". В какой мере Вы согласны или не согласны с этим высказыванием?	2. Премьер-министр Владимир Путин заявил, что у российских властей достаточно ресурсов, чтобы защитить финансовую систему страны от потрясений и не допустить резкого падения рубля. В какой мере Вы согласны или не согласны с этим высказыванием?
3. "В РФ необходимо ввести обязательную смену губернаторов через каждые два года". В какой мере Вы согласны или не согласны с этим суждением?	3. Лидер ЛДПР Владимир Жириновский предложил ввести в РФ обязательную смену губернаторов через каждые два года. В какой мере Вы согласны или не согласны с этим предложением?

стр. 90

Стандартные формулировки	Экспериментальные формулировки
4. Употребляете ли Вы алкоголь?	4. Сегодня многие врачи придерживаются мнения, что вино снижает вероятность сердечных приступов и улучшает пищеварение. А вы употребляете алкоголь?
5. Вам когда-нибудь приходилось бить своих детей?	5. Некоторые психологи считают, что физические наказания делают детей более стрессоустойчивыми. А Вам когда-нибудь приходилось бить своих детей?
6. Вы принимали участие в выборах Президента РФ, проходивших в марте 2008 года?	6. Каждый раз во время выборов часть людей не может голосовать, так как они больны, заняты или по другим причинам, а некоторые просто не хотят голосовать. А Вы принимали участие в выборах Президента РФ, проходивших в марте 2008 года?
7. Случалось ли Вам быть свидетелем преступления и не сообщить об этом в правоохранительные органы?	7. Как показывают социологические исследования, граждане, явившиеся свидетелями преступления, не всегда сообщают об этом в милицию, оправдывая себя тем, что не доверяют правоохранительным органам. Случалось ли Вам быть свидетелем преступления и не сообщить об этом в правоохранительные органы?
8. Случалось ли так, что Вы чувствовали свою привязанность к алкоголю, и Вам было трудно отказаться от его употребления?	8. Люди часто употребляют алкоголь, чтобы расслабиться или во время еды для улучшения аппетита, во время торжественных церемоний, с друзьями на вечеринках или по какому-то другому поводу. Случалось ли так, что Вы чувствовали свою привязанность к алкоголю, и Вам было трудно отказаться от его употребления?
9. Приходилось ли Вам хоть раз в жизни пробовать какой-либо наркотик?	9. Сегодня многие употребляют наркотики. В демократическом обществе

	каждый имеет право делать все, что хочет. А Вам приходилось хоть раз в жизни пробовать какой-либо наркотик?
10. Вы когда-нибудь брали кредит, зная, что не сможете выплатить за него деньги?	10. В настоящее время из-за экономического кризиса в мире сложилась такая ситуация, что многие люди берут кредиты, хотя заранее понимают, что не смогут расплатиться. А Вы когда-нибудь брали кредит, зная, что не сможете выплатить за него деньги?
11. Случалось ли Вам изменять своему постоянному партнеру (мужу, жене)?	11. Некоторые люди считают, что очень важно хранить верность своему постоянному партнеру. Однако в жизни каждого могут возникнуть такие обстоятельства, которые провоцируют на измену своему мужу (жене). Случалось ли Вам изменять своему постоянному партнеру?
12. Приходилось ли Вам вступать в сексуальные отношения с лицами своего пола?	12. В ходе социологических опросов люди откровенно говорят, что в их жизни были сексуальные отношения с лицами своего пола? Приходилось ли Вам вступать в сексуальные отношения с лицами своего пола?
13. Как вы оцениваете деятельность Президента РФ в условиях экономического кризиса?	13. Как Ваши друзья и знакомые оценивают деятельность Президента РФ в условиях экономического кризиса?

¹ Возможно именно поэтому некоторые авторы называют данный прием "нормализацией" [20, р. 1694].

² По мнению немецких социологов, "расщепленный" опрос (split-ballot) - "наиболее полная и богатая в научном плане форма полевого эксперимента. (...) Здесь присутствуют все условия, предъявляемые к экспериментальному методу: тождественность экспериментальной и контрольной групп по основным характеристикам, формирование групп до начала действия экспериментального фактора, одновременное начало воздействия экспериментальных стимулов на обследуемые группы, полное ограничение контрольной группы от воздействия экспериментального фактора и различие экспериментальной и контрольной групп только в экспериментальном факторе. Если при этих условиях респонденты из одной выборки реагируют на стимул иначе, чем из другой, то различие с высокой степенью вероятности может приписываться воздействию стимула" (цит. по: [21, с. 206]).

³ Авторы благодарны студентам специальности "Социология" ИГЭУ А. Б. Петровой и С. В. Шеремету за участие в сборе и первичной обработке экспериментальных данных, а также А. Э. Бабкиной, А. В. Блудову, К. С. Перфильевой, К. В. Попонкиной, В. А. Твердовой, К. Б. Шагуриной - за проведение телефонных интервью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Девятко И. Ф.* Методы социологического исследования. М.: КДУ, 2003.
2. *Мягков А. Ю.* Искренность респондентов в сенситивных опросах: Методы диагностики и стимулирования. Иваново: ГОУ ВПО "Ивановский государственный энергетический университет имени В. И. Ленина", 2007.
3. *Садмен С., Брэдберн Н.* Как правильно задавать вопросы: Введение в проектирование опросного инструмента. М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2002.
4. *Батыгин Г. С.* Лекции по методологии социологических исследований. М.: Аспект Пресс, 1995.
5. *Shlapentokh Y.* The Politics of Sociology in the Soviet Union. London: Westview Press, 1987.
6. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Добросает, 2001.
7. *Bradburn N.M., Sudmann S.* Improving Interview Method and Questionnaire Design. San Francisco: Jossey-Bass, 1979.
8. *Begin G., Boivin M.* Comparison of data gathered on sensitive questions via direct questionnaire, randomized response technique, and a projective method // Psychological Reports. 1980. Vol. 74. N7. P. 751 - 760.
9. *Мягков А. Ю.* Вопросные методики стимулирования искренних ответов в социологическом опросе // Социология: 4 М. 2002. N 15. С. 53 - 70.
10. *Бутенко И. А.* Равноценны ли альтернативы? // Социол. исслед. 1988. N 2. С. 94 - 97.
11. *Моин В. Б.* Асимметрия приписывания в социологических опросах // Социол. исслед. 1991. N 5. С. 40 - 52.
12. *Catania J., Binson D., Canchola J. et al.* Effects of interviewer gender, interviewer choice, and item context on responses to questions concerning sexual behavior // Public Opinion Quarterly. 1996. Vol. 60. N 3. P. 345 - 375.
13. *Григорьева М. В.* Измерение гомосексуальности в опросных исследованиях: Теория, методология, методы: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.01 / Иван. гос. энерг. ун-т. Иваново, 2006.

14. *Makkai T., Mcallister I.* Measuring social indicators in opinion surveys: a method to improve accuracy on sensitive questions // *Social Indicators Research*. 1992. Vol. 27. N 2. P. 169 - 186.
15. *Gaziano C.* Comparative analysis of within-household respondent selection technique // *Public Opinion Quarterly*. 2005. Vol. 69. N 1. P. 124 - 157.
16. *Beebe T.J., Davern M.E., McAlpine D.D., Ziegenfuss J.K.* Comparison of two within-household selection methods in a telephone survey of substance abuse and dependence // *Annals of Epidemiology*. 2007. Vol. 17. N6. P. 458 - 463.
17. *Сидоренко Е. В.* Методы математической обработки в психологии. СПб.: Речь, 2001.
18. *Мягков А. Ю.* Эффект престижных имен в социологических опросах // *Полис*. 2000. N 6. С. 82 - 92.
19. *Мягков А. Ю.* Влияние известных политических имен в формулировке вопроса на результаты социологического исследования // *Социол. исслед.* 2001. N 3. С. 94 - 104.
20. *Ong A.D., Weiss D.J.* The impact of anonymity on responses to sensitive questions // *Journal of Applied Social Psychology*. 2000. Vol. 30. N 8. P. 1691 - 1708.
21. *Мануильская К. М.* [Рец] Петерсен Т. Полевой эксперимент в прикладных исследованиях: Petersen T. *Das Feldexperiment in der Umfrageforschung*. Frankfurt: Campus, 2002 // *Социологический журнал*. 2004. N 3/4. С. 203 - 209.