

## **СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ ИНТЕРВЬЮ: ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ**

---

*БУРЛУЦКАЯ Мария Георгиевна - ассистент кафедры социологии Уральского государственного педагогического университета. ПЕТРОВА Лариса Евгеньевна - старший преподаватель этой же кафедры.*

---

Последнее время публикации материалов о методических проблемах социологических исследований стали редкостью. Одна из причин - "коммерческая тайна" используемых методик. Но речь может идти не о "распространении" инструментария, а об осмыслении принципов, которыми следует руководствоваться при проведении исследования. Как иначе (не "раскрывая секретов") стремиться к тому, чтобы защитить честь и достоинство нашей науки, находящейся сегодня в непростом положении! Активное обсуждение методических вопросов представляется неким индикатором повышенного внимания к качеству научного материала, а значит - повышает авторитет социологии в глазах общественности.

С учетом традиции повышенного внимания к методическому обеспечению исследования в зарубежной социологии, в нашем научном коллективе была разработана система отслеживания и анализа методических вопросов при организации исследования посредством стандартизированного интервью. В настоящей статье используются данные, полученные в ходе претеста (пилотажного исследования) 4-го этапа международного лонгитюдного социологического проекта "Пути поколения" (научный руководитель проекта М. Титма, научный руководитель региональной группы - Л.Я. Рубина<sup>1</sup>). В Свердловской области претест проводился в апреле-мае 1995 года. Метод сбора данных - стандартизированное интервью. Авторы статьи были руководителями региональной рабочей группы исследования.

Задачи конкретизировались следующим образом. Во-первых, что традиционно для пилотажного исследования, проверка и корректировка инструмента. Другая задача - проверка стратегии выборки, т.е. ее достижимости, временных, организационных и материальных затрат на поиск респондентов. И, наконец, третья задача - проверка организационной схемы работы с интервьюерами. Остановимся подробнее на результатах реализации каждой из задач.

### **Организация работы интервьюеров**

Организацию работы с интервьюерами условно можно представить в виде неких ключевых пунктов, этапов. К ним относятся: подбор интервьюеров; тренинг; обеспечение документами для полевой работы; организация контроля над текущей работой интервьюеров; подготовка интервьюерами итоговых документов; проверка работы интервьюеров (валидизация).

Первый из выделенных нами этапов - подбор интервьюеров - подробнее всего освещен в литературе. В нашем случае из более 30 кандидатов были отобраны 15 человек. "Отсев" происходил во время индивидуальных бесед и тренинга. Критерии отбора - соответствие основным профессиональным навыкам интервьюера. После того, как претенденты прошли собеседование (в ходе которого выяснялась мотивация работы), заполнили анкету интервьюера, организаторы принимали предварительное решение об их приеме на работу.

Следующий этап - тренинг, результаты которого в итоге повлияли на оконча-

тельное решение о приеме на работу кандидата в интервьюеры. Подробно о том, какова зарубежная практика тренинга интервьюеров, пишет, например, И.В. Журавлева<sup>2</sup>. Однако описание отечественного опыта подготовки интервьюеров во время тренинга в литературе до сих пор отсутствует. Обобщение разнообразного опыта, очевидно, принесло бы пользу. Обратимся к нашему опыту. Тренинг интервьюеров проходил у нас в течение 2-х дней. Заранее был составлен план занятий, подготовлены документы.

## Первый день

**1. Информационный блок.** Интервьюеры знакомятся друг с другом, обсуждают план тренинга. Организаторы сообщают цели и задачи данного исследования; условия работы интервьюеров (принципы оплаты, критерии оценки качества работы и пр.).

## 2. Обучающий блок

2.1. Что такое качественно проведенное интервью? Интервьюеры высказывают свои соображения по поводу составляющих качественного интервью. Организаторы фиксируют ответы участников тренинга. К обсуждению этого вопроса возвращаются в конце второго дня занятий, чтобы проверить эффективность обучения;

2.2. Ситуация "у дверей" - знакомство интервьюера с респондентом. Поскольку установление контакта с респондентом - основа успешного интервью, данному этапу уделялось особое внимание. Каждый интервьюер самостоятельно готовит вступительное слово для респондента. После этого идет обсуждение вариантов обращения к респонденту;

2.3. Техника наведения - как добиться ответа от респондента. Напомним, что наш метод - строго стандартизированное интервью, требованием которого является особый стиль общения между интервьюером и респондентом (недопустимы подсказки, разъяснения, переформулировки вопросов и пр.) В этом случае важную роль играет владение приемами получения информации от респондента. Мы обсуждали разные техники "наведения" на ответ: пауза, повторение всего вопроса или его части, нейтральные дополнительные вопросы типа "Расскажите побольше об этом", "Что Вы под этим понимаете" и пр.

2.4. Тест на понимание правил работы интервьюера. Каждый из участвующих в тренинге заполнял бланк контрольного задания. Вопросы касались нейтралитета интервьюера, особенностей полностью стандартизированного интервью, вербальных и невербальных реакций интервьюера на ответы респондента и пр. Вот пример:

Вам очень хорошо знаком город. Можете ли Вы, задавая вопрос

*"Сколько минут Вы проводите в дороге до Вашей работы?"*

помочь респонденту словами: *"...может быть,*

*около 15 или 20 минут?"*

1. да

2. нет

2.5. Правила работы с вопросником. На данном этапе обсуждаются правила записи ответов респондентов и оптимальные формы чтения вопросов интервьюерами.

После первого дня тренинга интервьюеры получают весь комплект полевых документов для ознакомления, вопросник, а также специальные документы интервьюера - "Пособие для интервьюера", "Памятка интервьюера", "Questions by Questions". В "Пособии" раскрываются общие принципы работы интервьюера, даются рекомендации об установлении контакта с респондентом, описываются виды вопросов, техника наведения, профессиональная этика интервьюера. В "Памятке интервьюера" содержится конкретный материал по проекту "Пути поколения": цели претеста, перечень документов, требования к интервьюеру, особенности дизайна вопросника и правила его заполнения. "Questions by Questions": как это понятно из названия, в этом

документе даются комментарии к каждому вопросу и примеры интерпретации сложных ответов респондентов. Перечисленные документы интервьюеры должны были изучать дома, повторяя пройденный на тренинге материал. Кроме того, интервьюеры получили задание взять пробное интервью по выданному вопроснику у человека, не имеющего отношения к данному исследованию (соседа, члена семьи и т.д.).

## Второй день

1. Обсуждение домашнего задания: проблемы, возникшие при пробном интервьюировании, вопросы по документам.

2. В литературе указывается как один из возможных методов обучения интервьюеров "разыгрывание по ролям", когда интервьюеры разбиваются на пары и по очереди выступают в роли респондента и интервьюера. Мы делали по-другому. "Публичное интервью": интервьюеры выступают в своей роли и по очереди задают вопросы, а респондентом является один из организаторов. Причем, последним выбирается сложная респондентская судьба. Главное здесь - "прокрутить" трудные места интервью, обратить внимание интервьюеров на проблемные вопросы и пр. Нам кажется, что такое "публичное интервью" - более эффективный способ обучения. Интервьюеры подмечают не только чужие ошибки, но и свои "слабые места", учатся друг у друга манере ведения беседы с респондентом, со стороны оценивают, какой темп интервью предпочтителен и почему. После окончания этого "публичного интервью" обсуждаются основные трудности и проблемы. Это довольно большой по времени "кусочек" тренинга. Обычно занимает всю первую половину дня.

3. Обсуждение документов, заполнение которых входит в набор требований к работе интервьюера в нашем проекте. Рассматриваются функции каждого из документов, способ их заполнения и пр.

4. Возвращение к разговору о требованиях к работе интервьюера. Обсуждение идет коллективно. Интервьюеры делают это на основе материалов 2-х дневного тренинга.

5. После этого с теми, кто готов работать, подписывается договор подряда или контракт. Кстати, с помощью тренинга решается и проблема "отказников" - когда человек берет задание, "исчезает" надолго, а потом, появившись, сообщает, что он не справился. Во время тренинга претенденты получают достаточно информации для размышления, чтобы выбор "работать или не работать" не был случайным. В нашем случае трое передумали работать.

6. В конце интервьюеры получают первые задания на работу. На этом тренинг заканчивается. С этого момента интервьюеры встречаются с организаторами индивидуально. Групповая встреча еще будет — после завершения работы, когда закончена обработка данных и можно оценить их качество.

Использованная нами форма обучения интервьюеров полностью оправдала себя. Тренинг способствовал интенсивности работы, повышению ответственности, заинтересованности в результатах общего дела, а также позволил избежать простого "натаскивания" по вопроснику. Интервьюеры не чувствовали себя учениками, а делили ответственность за качество собранного материала с организаторами исследования.

Важной составной частью организации работы является текущий контроль качества деятельности интервьюеров. Проверка заполненных вопросников - распространенная практика. Особенностью нашего подхода являлось использование специального документа для фиксации ошибок заполнения бланка интервью. Документ в обязательном порядке заполнялся при приеме у интервьюеров каждой анкеты и предназначался, прежде всего, для контроля над работой интервьюера. Вопросы, в которых были допущены ошибки, фиксировались по нескольким категориям: незаполненный вопрос; вопрос, заполненный неверно; необходимость уточнения у респондента; незaborчивые записи; лишний вопрос (задан после фильтра).

Фиксация ошибок "по категориям" преследует две цели: обсуждение с интервьюером типичных именно для него проблем, с другой стороны - это материал для обобщения и анализа. Эти данные используются при планировании тренинга основного полевого этапа.

Нам представлялось важным знать, как каждый из интервьюеров ежедневно строит свою работу. Для этого был разработан еще один документ. Ежедневно интервьюер фиксировал, сколько интервью проведено, с каким количеством респондентов сделана попытка установить контакт (успешно или неуспешно) и пр. Приведем некоторые цифры, иллюстрирующие результаты работы интервьюеров. Непосредственно полевой этап занял у нас 44 дня. За это время 15 интервьюеров взяли 161 интервью. В среднем, на одного интервьюера приходится 11 интервью (max - 22, min - 5). Продолжительность интервью - от 1,5 до 2 часов. Интенсивность работы была неодинаковой в течение полевого этапа. На последние 14 дней опроса осталось всего 7 респондентов, к которым еще не был совершен визит интервьюера. Тем не менее, можно сказать, что на один день полевого этапа в среднем пришлось 3—4 интервью.

Последним этапом проверки работы интервьюера является валидизация. Случайно отобранные интервью проверяются с использованием специальной валидизационной анкеты. Конечно, валидизационная процедура давно представлена в практике социологических исследований. Кроме обычной проверки факта интервью, мы просили респондента описать свое впечатление от работы интервьюера. Это тоже один из показателей профессионализма - сумел ли интервьюер оставить позитивное впечатление о себе, а значит - и о проекте.

Имея в распоряжении богатый эмпирический материал, характеризующий работу интервьюеров, мы пытались понять, какие объективные и субъективные черты интервьюеров являются существенными для успешности их работы.

Существуют разные точки зрения на то, каким должен быть интервьюер<sup>3</sup>. Наш опыт свидетельствует, что самые добросовестные интервьюеры - это женщины старше 40 лет, часто - пенсионного или предпенсионного возраста. Эти женщины относительно свободны от домашних забот, имеют материальную заинтересованность, интерес (но не любопытство) к людям. К тому же сказываются поколенческие особенности - интервьюеры старше сорока, как правило, ответственны и честны в работе. Конечно, сказанное скорее относится к идеальному типу. В нашем проекте 55% интервьюеры старше 40 лет. Именно эти интервьюеры работали с наибольшей ответственностью.

По мнению Э. Ноэль<sup>4</sup>, идеальный интервьюер - это "общительный педант". Что же значимее - "общительный" или "педант"? Какие навыки для хорошего интервьюера являются ведущими - коммуникативные или организационные? Проведенное нами психологическое тестирование<sup>5</sup> интервьюеров свидетельствует, что интервьюеры с ярко выраженными организационными навыками работают успешнее, нежели "гении коммуникации". Однако мы не располагаем достаточно валидным эмпирическим материалом, чтобы считать это общей закономерностью. Скорее выдвигаем это утверждение как гипотезу.

## Оценка восприятия респондентами вопросника

Достичь адекватного взаимопонимания с респондентом - проблема, которая стоит перед каждым социологом. Как уже было отмечено, одной из основных задач претеста была оценка вопросника, начиная с формулировок вопросов, кончая дизайном бланка интервью. Нас интересовало то, как воспринимают респонденты вопросник в целом и отдельные вопросы. Здесь основная роль в сборе информации принадлежала интервьюерам. Чтобы обеспечить сравнимость информации, мы особенно подчеркивали необходимость строго структурированного интервью. Интервьюеры не имели права ни изменить формулировку вопроса, ни давать какие либо пояснения к нему. Известно, что основным преимуществом метода интервью является возможность наблюдения за

реакцией респондента на вопрос. Мы просили наших интервьюеров отслеживать эту реакцию и отмечать свои наблюдения на полях. При редактировании заполненного бланка интервью информация обобщалась в документе под названием "Оценка восприятия вопросов", в котором интервьюеры отмечали номера вопросов, ответ на которые вызывал определенные трудности у респондента. При этом вопросы группировались по трем категориям: стилистически плохо сформулированные вопросы; острые вопросы, которые вызывают у респондента смущение; непонятные для респондента.

Мы пришли к выводу, что такая группировка не является оптимальной. Использование формы показало, что позиции "стилистически плохо сформулированный" и "непонятный вопрос" пересекаются по смыслу, поэтому интервьюеры часто затруднялись однозначно оценить "проблемный вопрос" и вписывали его в обе графы. Предлагаем вариант, который кажется нам более удачным, где вместо позиции "стилистически плохо сформулированный вопрос" используется позиция "вопрос, превышающий возможности памяти респондента".

И, наконец, богатую информацию о вопроснике нам предоставили отчеты интервьюеров, которые они писали по окончании полевого этапа и в которых в свободной форме выражали свое мнение о недостатках вопросника, трудностях, возникающих в процессе поиска респондента, при установлении с ним контакта и т.д.

Итак, для оценки восприятия респондентами вопросника необходимо фиксировать следующую информацию: острые вопросы; непонятные для респондента вопросы; вопросы, превышающие возможности памяти респондента; вопросы, вызвавшие наибольшее количество отказов. Для анализа данной информации удобно использовать специальную форму, которая является частью вопросника (или прилагается к нему).

Обработка и анализ собранной таким образом информации позволили нам выделить те вопросы, формулировку которых необходимо изменить. Кроме того, мы получили информацию о восприятии вопросника в целом и отдельных вопросов представителями разных социальных групп.

Остановимся на некоторых примерах, которые, на наш взгляд, представляют методический интерес для любого исследователя. В современных исследованиях достаточно распространенным является прием выяснения структуры доходов и расходов, когда респондента просят оценить в процентном соотношении источники доходов и основные статьи расходов в бюджете своей семьи за определенный промежуток времени. Такие вопросы использовались и в нашем исследовании. Методический вывод протеста однозначен - такая форма вопроса сложна для понимания респондентов. В 18,6% случаев вопрос о структуре расходов отмечен интервьюерами как непонятный для респондента. Вопрос о структуре доходов вызвал меньше затруднений, (отметили в 8,7% случаев). Наша рекомендация в данном случае - использовать качественную шкалу. Например, основные расходы, неосновные расходы, таких расходов нет. Подобная же шкала формируется относительно доходов.

Иногда недопонимание вызвано тем, что вопрос слишком сложно сформулирован. Например: "Можете ли Вы сказать, что делали в этом году многое, не много или вообще ничего для улучшения состояния своих дел на работе?" оказался труден для понимания 11,2% ответивших.

Острые вопросы касались в основном размера доходов и семейного положения. На эти же вопросы приходится львиная доля отказов от ответа. Так, например, каждый пятый респондент отказался отвечать на вопрос о размерах накоплений, 5,6% - на вопрос о дате рождения супруга/и. Новая категория вопросов, на которые мы получили довольно много отказов - это вопросы, касающиеся вероисповедания и религии. Например, 3,1% респондентов отказались отвечать на вопрос: "Какого вероисповедания Вы придерживаетесь в настоящее время?"

Полезно оказалось отследить расположение "проблемных" вопросов в тексте интервью. Выяснилось, что большинство подобных вопросов сосредоточено в конце текста интервью. Что это - совпадение или трудности вызваны именно тем, что

к концу интервью респондент устает? В подобном случае простая перегруппировка вопросов в тексте интервью позволит решить многие проблемы.

Не менее важна, на наш взгляд, субъективная оценка сложности работы с различными категориями респондентов, которую мы получили, анализируя итоговые отчеты интервьюеров. По общему мнению интервьюеров, легче работать с образованными людьми и с женщинами (возможно, из-за того, что большинство интервьюеров - женщины). По поводу работы с сельскими/городскими жителями мнения интервьюеров разделились: кому-то легче с одними, кому-то - с другими. Четверо интервьюеров отметили, что между городскими и сельскими жителями разницы не существует - успех контакта зависит скорее от уровня образования и личностных качеств респондента. Особая категория респондентов - мужчины-предприниматели. С ними трудно работать на всех этапах, начиная с поиска респондента, договоренности о встрече и кончая самим процессом интервьюирования. Их раздражает продолжительность интервью (1,5 часа), именно они чаще всего отказываются отвечать на вопросы о доходах и накоплениях.

Для оценки вопросника полезной оказалась и форма "Типичные ошибки заполнения вопросника". Конечно, форма предназначалась, прежде всего, для контроля над работой интервьюеров, но некоторые наиболее часто встречающиеся ошибки объясняются не халатностью интервьюеров, а недостатками в дизайне вопросника и инструктаже интервьюеров.

В целом, мы получили богатый материал, который стал основой для корректировки инструмента. И, что очень важно, этот материал основан не на субъективных ощущениях исследователей, а на тщательно зафиксированных наблюдениях интервьюеров, супервайзеров, кодировщиков и количественной обработке полученных данных.

## Проверка стратегии выборки

Следующий вопрос, на который предстояло ответить по результатам претеста - насколько эффективна работа по случайной выборке. С этой целью из общей картотеки исследования (3705 человек) было случайным образом отобрано 200 единиц<sup>6</sup>. Опрошен был 161 чел., таким образом, процент достижимости выборки, т.е. показатель того, сколько человек из теоретической выборки было опрошено, составил 80,5%. Этот показатель является существенным, как для характеристики объекта, так и для характеристики организации исследования.

Почему не были опрошены 39 человек? Две большие группы формальных причин - респондент переехал за пределы области (28% от количества непрошенных) и отказ от интервью (18%). Остальные причины - в порядке убывания значимости: транспортные проблемы на пути к респонденту, отсутствие информации о фактическом месте жительства, несостоявшийся контакт с респондентом, болезнь, в том числе алкоголизм или наркомания и др.

Приведенные выше данные получены из "Карточки респондента". В ней, помимо причин, в результате которых респондент оказался недостижим для опроса, фиксировалось, сколько визитов потребовалось интервьюеру, прежде чем он опросил нужного ему человека.

Взять интервью у конкретного человека оказалось довольно сложной задачей - только каждый третий респондент был опрошен в первый визит интервьюера. И это несмотря на то, что "Карточка респондента" включала в себя фамилию, имя, отчество респондента, его домашний адрес (адрес прописки), в некоторых случаях - телефон, адрес родителей, и все сведения были проверены в адресном бюро за несколько месяцев до начала полевого этапа.

Вообще, поиск респондента - одна из главных проблем полевого этапа. У интервьюеров возникало много сложностей. Во-первых, проживали не по адресу прописки 37% респондентов. Следовательно, нужно было узнать новое место жительства, заставить там нужного человека и пр. Во-вторых, далеко не всегда социолога радушно

встречали, несмотря на письма, разосланные рабочей группой до начала полевого этапа. В крупных городах установить контакт с респондентом становится все труднее. Здесь необходимо отметить, что таких проблем было меньше с теми, кто уже принимал участие в исследовании на предыдущих этапах. В-третьих, причиной затруднений является инфраструктура Свердловской области (огромная территория, плохие коммуникации, большое количество населенных пунктов и пр.). Так, в выборочной совокупности каждый третий респондент проживал в отдельно взятом населенном пункте, т.е. необходим был визит интервьюера иногда в отдаленный от Екатеринбурга поселок/город для опроса только одного респондента.

Анализ причин недостижимости (или трудной доступности) респондентов показал, что они по преимуществу носят объективный характер. Речь идет о неразвитости инфраструктуры региона и довольно высоком уровне миграции молодежи.

На собственном опыте мы убедились, что систематическое фиксирование методической информации во время полевого этапа дает богатейший материал для формирования методологических и методических оснований социологических исследований. И это касается не только претеста, но и основного этапа исследования, где такие данные оказываются не менее полезны.

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Исследование проводится с 1983 года, оно посвящено жизненному самоопределению молодежи. В нашем регионе объектом являются жители Свердловской области, родившиеся в 1965-1967 гг. См. о проекте подробнее: *Начало пути: поколение со средним образованием*. М.: Наука, 1992.

<sup>2</sup> *Журавлева И.В.* Особенности интервью как разновидности метода опроса // *Методы сбора информации в социологических исследованиях*. Кн. 1 / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. М.: Наука, 1990. С. 132-133.

<sup>3</sup> См. например: *Методы сбора информации в социологических исследованиях*. Кн. 1 / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. М.: Наука, 1990. С. 128-130.

<sup>4</sup> См.: *Ноэль Э.* Массовые опросы: введение в методiku демокопии: изд. 2-е. Пер. с нем. М.: АВА-ЭСТРА, 1993.

<sup>5</sup> Использовались тест темперамента Г.Ю. Айзенка и тест КОС (оценок коммуникативных и организационных склонностей) Л.О. Головея. См.: *Практикум по экспериментальной и прикладной психологии* / Под. ред. А.А. Крылова. Л.: Изд-во ЛГУ, 1990.

<sup>6</sup> Отбор, как и все другие операции с данными, производился с помощью программы SPSS.