

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ В МАССОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Рогозин Дмитрий Михайлович — аспирант сектора социологии знания Института социологии РАН.
Адрес: 117218 Москва, ул. Кржижановского, 24/35, стр. 5. Телефон: (095) 120–82–57. Факс: (095) 719–07–40. Электронная почта: dmitry.rogozin@msses.ru

Статья написана по результатам исследования, проведенного Фондом "Общественное мнение" весной 2001 г. Автор выражает признательность М.В. Рассохиной и И.Ю. Быкову за участие в проекте, а также Г.С. Батыгину, А.А. Ослону и Е.С. Петренко за обсуждение предварительных результатов исследования.

– Скажите, сделайте милость: есть ли у вас, по крайней мере, чин, имя и отчество?
– Как же? Меня зовут Цвеерлей Джон Луи.
– Чин ваш, сударь?
– Иностранец.
И Севастьяныч написал на гербовом листе крупными буквами: "В Ряженский земский суд от иностранного недоросля из дворян Савелия Жалуева..."

В.Ф. Одоевский. Пестрые сказки.

Постановка задачи

Разработка и внедрение инструмента для проведения массовых опросов сопровождалась рядом методических трудностей, одной из которых стала необходимость выбора между открытой и закрытой формой вопроса. П. Лазарсфельд, подводя итоги дискуссии конца 30-х годов XX века, сформулировал особенности открытых вопросов следующим образом [46]:

1. открытые вопросы позволяют получить дополнительную информацию о респонденте;
2. для того чтобы выяснить, согласен или несогласен респондент с каким-либо положением, лучше задавать закрытые вопросы; однако о причинах выбора того или иного варианта можно узнать только с помощью открытого вопроса;
3. открытые вопросы более уместны, если респондент не сформировал собственное мнение, поскольку подсказки могут увести его к позиции, с которой он не согласен;
4. в отличие от закрытых открытые вопросы требуют большей мотивации для ответа;
5. открытые вопросы необходимы для тестирования вариантов ответов, перечисленных в закрытых;
6. если проводить такое тестирование, то различие в распределении ответов на открытые и закрытые вопросы уменьшится и может быть легко проинтерпретировано;
7. как закрытые, так и открытые вопросы дают релевантные результаты, однако открытые требуют больших затрат на обработку, поэтому в массовых исследованиях, при прочих равных условиях, целесообразно задавать закрытые вопросы.

Впоследствии перечисленные выше утверждения лишь обрастали дополнительными комментариями. Попытки проблематизировать целесообразность применения той или иной формы вопроса изредка возникали [16, 25, 26, 57, 62], но, как правило, не вызывали оживленной дискуссии. Утверждения о достоинствах и недостатках вопросов того и другого типа прочно закрепились в учебных и научных монографиях, посвященных методике опросов [1, 15, 22, 24, 45, 56, 62, 64, 68]. Нет лучшего показателя исчерпанности темы, чем включение ее в учебники. Обсуждение открытых вопросов, как правило, строится на их сравнении с закрытыми и перечислении возможных достоинств и недостатков (табл. 1).

Таблица 1

Основные свойства открытых и закрытых вопросов¹

Открытые вопросы	Закрытые вопросы
<p>(а) позволяют респондентам выражать мысли своими словами</p> <p>(б) не предлагают готовых ответов, что позволяет определить:</p> <p>степень знакомства респондентов с обсуждаемой темой,</p> <p>наиболее важные для них темы,</p> <p>степень переживаний</p> <p>(в) не подвержены эффектам формулировки вопроса, в том числе порядку расположения подсказок</p> <p>(г) выявляют причины ответа и общие рамки представлений индивида</p> <p>(д) позволяют тестировать как варианты ответов на закрытые вопросы, так и неразработанные гипотезы</p> <p>(е) помогают интерпретировать нестандартные ответы на закрытые вопросы</p> <p>(ж) требуют больших материальных и временных ресурсов на кодирование и интерпретацию данных</p>	<p>(а) предполагают ответы в заданном формате, которые легко объединяются и анализируются</p> <p>(б) приводят к незначительным разбросам ответов</p> <p>(в) не требуют дополнительных усилий для формулирования ответа и вспоминания нужной информации, поэтому проще воспринимаются респондентами</p> <p>(г) могут вызвать затруднения у респондента, особенно если вопрос составлен в непривычной для него форме.</p> <p>При этом:</p> <p>(д) теряются спонтанные и не вписывающиеся в рамки вопроса ответы</p> <p>(е) возникают смещения при выборе заданных вариантов ответа</p>

Открытые вопросы стали основным инструментом для неструктурированных или глубинных интервью. В подобных исследованиях индивидуальные различия респондентов уже не приводят к существенным затруднениям при получении и обработке ответов,

поскольку единицами наблюдения выступают отдельные части текстовых массивов. Кроме того, эти вопросы широко используются в пилотажных исследованиях, направленных на тестирование как программных², так и анкетных вопросов. В массовых опросах такой инструментарий встречается гораздо реже.

Основное преимущество открытых вопросов — возможность получить спонтанные ответы, которые не зависят от представлений исследователя. Такие ответы обычно развернуты и позволяют представить весь спектр мнений, убеждений и установок респондента [15, р. 87; 20, р. 128; 23, р. 243; 43, р. 543-544; 56, р. 112]. Они дают возможность услышать осмысленные интерпретации, сформулированные самим опрашиваемым [62, р. 104]. Однако в процессе классификации индивидуальность ответов может теряться [23, р. 243; 56, р. 112]. Хотя Д. Лейдер утверждает, что кодирование открытых вопросов позволяет отразить различные интерпретации ответов [45, р. 325], увеличение временных и материальных затрат на такую обработку и слишком большой разброс значений по выделяемым переменным препятствуют этому [20, р. 127]. Поэтому, вслед за П. Лазарсфельдом, С. Садмен и Н. Брэдберн склоняются к мысли, что "задавать открытые вопросы следует в случаях разработки новой темы или углубленном описании предмета исследования, а также для получения цитат, иллюстрирующих его основные положения" [68, р. 148]. Многие пытаются объединить достоинства открытых и закрытых вопросов, включая в последние вариант ответа: "другое". Опираясь на работы Г. Линдзи и Л. Геста [50], а также В. Белсона и Д. Дункана [4], Г. Шуман и С. Прессер утверждают, что такое решение нельзя назвать удачным, поскольку "предварительное перечисление возможных ответов мешает респонденту спонтанно высказать точку зрения, которая не входит в предлагаемый список" [62, р. 87]. Д. Диллман выделяет две ситуации, при которых открытые вопросы хорошо работают. Во-первых, когда требуется услышать мнение респондента в свободной форме ("Что нужно сделать для улучшения жизни сообщества, в котором вы живете?"). Во-вторых, когда список подсказок слишком велик, а респондент может без труда вспомнить приемлемый вариант ("В какой общественной организации вы состоите?"). Однако он подчеркивает, что в первой ситуации ответы сильно зависят от расположения респондента к интервьюеру, поэтому бывают зачастую неполными и нерелевантными [15, р. 87-88]. Несмотря на столь существенные замечания, открытые вопросы продолжают включаться в массовые опросы. Причина этого — в убеждении, что с их помощью можно получить более релевантную информацию о частной жизни населения и его обыденных представлениях. Разнообразие речи, нетривиальность суждений и принципиальное их отличие от формального языка переменных не позволяют исследователю раз и навсегда отказаться от открытого инструмента, несмотря на множество методических проблем, связанных с его применением в опросах. На этом утверждении заканчивается продуктивная работа с базовым теоретическим различием открытых и закрытых вопросов. Дальнейшее их сравнение или поиск более эффективных способов в основном являются лишь повторением проведенных ранее исследований. Однако еще в начале 80-х годов XX века С. Садмен и Н. Брэдберн наметили выход из этого методологического тупика, заявив, что различие открытых и закрытых вопросов — лишь теоретическая фикция, основанная в большей степени на привычке, нежели на наблюдении. Открытыми или закрытыми, по их мнению, могут быть лишь ответы респондентов, а получение желаемой формы ответа в большей степени зависит от профессионализма интервьюера, нежели от формального написания вопросов [68, р. 149-152]. На этот же факт указывают Г. Шуман и С. Прессер, утверждая, что открытые вопросы не всегда настолько открыты, как это кажется исследователям [62, р. 108]. Дихотомия "открытый — закрытый" разворачивается в континуум, формирующийся в зависимости от того, насколько четко исследователь представляет возможные варианты ответов. Таким образом, может быть определена новая

программа методических исследований, объектом которых будут выступать ответы респондента, а не подготовленные заранее вопросы.

Задачи настоящего исследования можно сформулировать, отталкиваясь от утверждения А. Оппенгейма: "Если мы собираемся задать респонденту открытый вопрос, то должны понимать, где нас ждут смещения и потери информации" [56, р. 117]. Как деформирует открытые ответы опросный инструмент, применяемый в массовых исследованиях? Где происходят основные смещения, и каковы их последствия? Что репрезентируют открытые ответы, прошедшие через серию трансформаций, — от их восприятия до исследовательской интерпретации? Ответы на эти вопросы необходимы нам не для того, чтобы написать очередные инструкции, предписывающие те или иные нормы поведения. Если мы хотим добиться качественной работы опросного инструмента, то нам надо стремиться не к запрещению ошибок, а к созданию условий для их регистрации и анализа. В массовых опросах принимает участие множество людей разной квалификации. Для их слаженного взаимодействия необходимо легитимировать возникновение ошибок, а уже потом определить допустимый уровень качества. Поэтому основная задача настоящего исследования — подготовка поля для качественной работы с открытыми вопросами, что возможно лишь при условии полного отказа от парадигмальности нормативных установок, относящихся к опросному инструменту.

Диагностическая процедура

Процесс работы с открытыми ответами можно разбить на серию переходов, которые задаются особенностями опросного инструмента (рис. 1).



Рис. 1. Транзитивная схема ответа

На этапе **перцептивного перехода** артикулированный ответ претерпевает существенное изменение. Как бы ни пытался интервьюер придерживаться стандартов формализованного интервью, он не может элиминировать собственное участие в опросе и невольно становится соавтором ответа, хотя бы при регулировании его соответствия вопросу. Для поддержания продуктивной коммуникации интервьюер не может молча записывать ответ, а вынужден выражать одобрение усилиям респондента формулировать релевантные суждения, комментировать уход от ответа или задавать уточняющие вопросы. Все это приводит к тому, что услышанный интервьюером ответ уже не соответствует первоначальным репликам респондента. На этапе **конспективного перехода** изменяется услышанный ответ. Несмотря на то, что большинство инструкций требуют точной записи ответов, интервьюер не всегда может это сделать. В одном случае ответ может перерасти

в рассуждения, которые физически невозможно записать полностью. В другом — респондент может отклониться от семантического задания вопроса: продолжать отвечать на один из предшествующих вопросов, неправильно понять формулировку или начать рассказывать о собственной жизни — тогда интервьюер должен вернуть его к теме. В результате не все, что говорит респондент, попадает в анкету. **Классификационный переход** имеет место в процессе кодирования записанного ответа. Проконтролировать соответствие выбранных кодов записям в анкете достаточно сложно. **Аналитический переход** состоит в конструировании вторичных переменных и создании осмысленных типологий. К. Бейли выделяет две характеристики, позволяющие определить типологию как отдельную исследовательскую задачу: это многомерность и концептуальность [2, р. 4]. Под многомерностью понимается наличие множества переменных; под концептуальностью — зависимость типологии от целей и теоретических допущений исследования. В настоящем исследовании мы ограничиваемся операционализацией первых трех переходов (рис. 2).

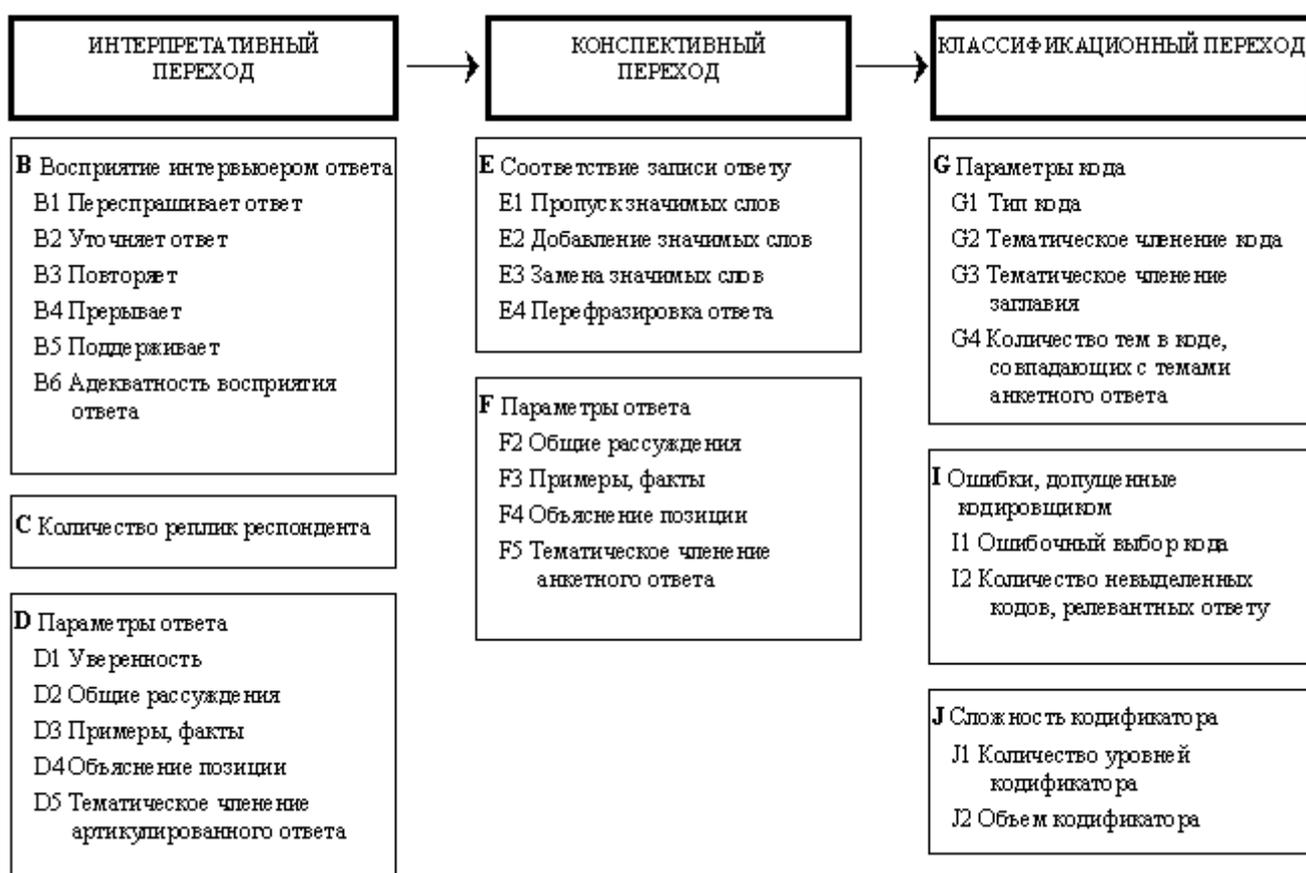


Рис. 2. Система индикаторов

Переменные составлены таким образом, чтобы не только описать особенности ответа на каждом переходе, но и сравнить их между собой. За базовую переменную взято тематическое членение ответа, аналог которой теоретически обоснован в работах Пражского лингвистического кружка. В. Матезиус с соавторами разработали концепцию актуального членения предложения, которая позволяла выделять тему и ремю. Темой считалась исходная точка высказывания или основа ситуации, упоминаемой говорящим, ремой — ядро высказывания или то, что сообщалось о теме [77]. Актуальное членение — условная процедура и не имеет единого толкования [78, с. 225], поэтому особенности ее применения во многом зависят от исследовательской программы. В настоящем

эксперименте темы выделялись формально, без учета пресуппозиций респондента. Поскольку целью такого членения был не анализ отдельного высказывания, а сопоставление его трансформаций на разных переходах, мы не стремились выявить, "что же в действительности имел в виду респондент". Кодировщик обращал больше внимания на разнообразие тем (что позволило говорить о когнитивной сложности), а не на целевые установки опрашиваемого. Пример кодирования вопроса о качествах Лужкова: "разговорная речь не очень хорошая / вот Путин четко / кратко говорит" — 3 темы³.

Проект реализован на основе материалов еженедельного опроса "ПЕНТА" в апреле 2001 г. Десять интервьюеров получили задание провести несколько стандартных интервью с записью на диктофон. Хотя анализировались только открытые вопросы (табл. 2), интервью записывалось полностью, чтобы избежать контекстуальных эффектов. В группу интервьюеров входили пять мужчин и пять женщин, из них два человека работали в Фонде "Общественное мнение" менее года, четыре — от полутора до трех лет и четыре — от четырех до пяти. По возрасту интервьюеры были разбиты на две группы: до 30 лет (три человека) и от 35 до 60 лет (семь человек). Всего было опрошено 42 респондента: 25 женщин и 17 мужчин. Двенадцать человек, или 29%, имели высшее образование. Средний возраст респондентов — 45 лет ($\sigma=16,48$).

Таблица 2

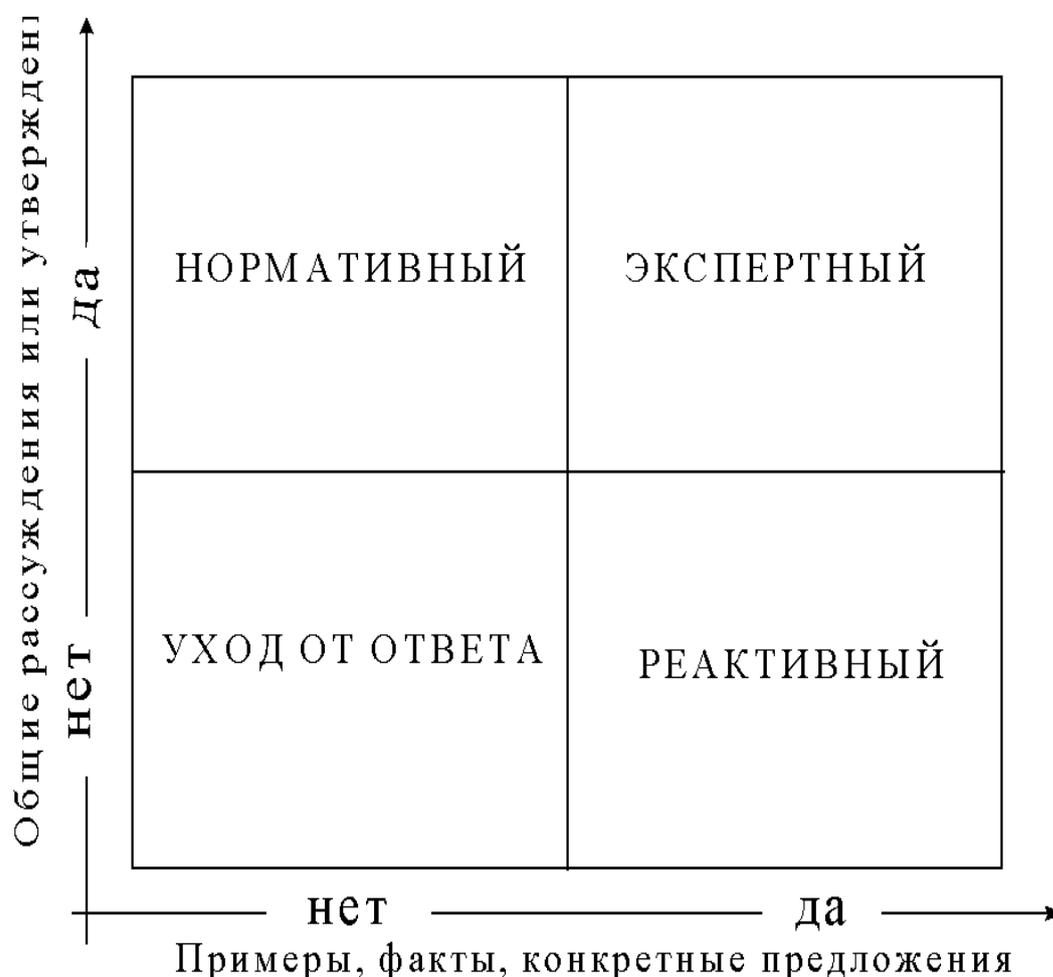
Список тестируемых вопросов

Анкетный вопрос	N
Скажите, пожалуйста, каким был доход вашей семьи в марте в расчете на одного человека? (<i>Интервьюер! Объясните респонденту, что надо сложить все доходы всех членов семьи и разделить на число людей в семье. Один ответ.</i>)	16
Какие события прошедшей недели, о которых сообщалось в средствах массовой информации, больше всего заинтересовали вас, привлекли ваше внимание?	17
Перечислите, пожалуйста, несколько высказываний, решений и действий В. Путина за прошедшую неделю, которые вам запомнились и понравились, не вызвали возражений.	20
Перечислите, пожалуйста, несколько высказываний, решений и действий В. Путина за прошедшую неделю, которые вам запомнились и не понравились, вызвали возражений.	21
Если бы у вас была возможность высказать свое мнение В. Путину, что бы вы ему посоветовали сделать в первую очередь?	23
Какие качества Ю. Лужкова вам нравятся?	25
Какие качества Ю. Лужкова вам не нравятся?	26
Как вы понимаете выражение "гражданское общество", что оно означает?	44
Сейчас в новостях часто говорится о событиях на Украине. Что, по вашему мнению, сейчас происходит на Украине?	49

Изменение артикулированного ответа

Нужно отметить, что при восприятии интервьюером ответа происходит искажение последнего. При прочих равных условиях более активная позиция интервьюера (выражающаяся в одобрительных репликах, уточняющих вопросах, прерывании или повторении речи респондента) приводит к большему расхождению между произнесенным

и услышанным ответом, поскольку интервьюер невольно сам вовлекается в процесс его формирования. В.А. Звегинцев замечает: "Когда человек воспринимает признаки, по которым опознается конкретный предмет, он соотносит его с уже известной его разуму моделью этого предмета" [78, с. 205]. Насколько оправданы приемы активного восприятия и возможно ли обходиться без них? К каким последствиям они приводят? Можно ли избежать замещения ответа респондента представлениями интервьюера? Чтобы ответить на эти вопросы, введем две группы переменных, описывающих как ответ, так и его восприятие.



Артикулированный ответ. Из переменных "общие рассуждения или утверждения" и "примеры, факты, конкретные предложения" конструируется вторичная переменная "тип артикулированного ответа", которая может принимать четыре значения: уход от ответа, нормативный, экспертный и реактивный ответы (рис 3). Уход от ответа наблюдался 80 раз, что составляет 23% от всех ответов. Такой тип обычно сопровождается короткими репликами, в которых утверждается о невозможности ответить на поставленный вопрос: "Никак не понимаю. Я не знаю", "Не могу перечислить", "Я затрудняюсь сказать". Нормативный тип ответа встречается наиболее часто: 137 раз, или 39% от всех ответов. В этом случае респондент высказывает суждения, не подкрепляя их фактами или примерами. Такие ответы зачастую связаны с оценками:

И: Какие качества Лужкова вам нравятся?

Р: Хватка у него смелая, я, правда, не знаю, как идет дело, но вижу, что хватка у него хозяйственная, мужицкая. Другого я не вижу на его посту.

Это могут быть и попытки рассуждений с использованием общих понятий, "не близких" респонденту:

Р: Гражданин — это идеология, это возможная идеология (пауза).

И: Еще что-нибудь добавьте? Гражданское общество — что это?

Р: Гражданское общество — это ответственность и право каждого гражданина.

Экспертные ответы встречались 79 раз, что составило 22% от всех ответов. Респондент придерживается рациональной модели ответа, когда любое утверждение подтверждается фактами, а факты, в свою очередь, приводятся для пояснения каких-либо общих зависимостей:

Р: Не знаю. Столько работает человек, что-то еще посоветовать. Больше думать о народе. Правильно, он нам пенсию повышает — это нам очень нравится, пенсионерам. Потому что жизнь тяжелая действительно. Мне дети помогают, а так, конечно, не проживешь на пенсию (пауза).

Экспертные ответы зачастую даются тогда, когда респондент связывает собственные интересы или факты личной жизни с заданным вопросом:

Р: Естественно, надо навести порядок. С коррупцией разобраться и прочее. Разобраться с бомжами, а то бомжи замучили.

И: Это вот в вашем доме?

Р: Да.

И: А что они?

Р: Вы знаете, рынок рядом.

Реактивный ответ зарегистрирован в 58 случаях, что составляет 16% от всех ответов. Он характеризуется спонтанной реакцией на вопрос:

И: Перечислите, пожалуйста, несколько высказываний, решений и действий Путина за прошедшую неделю, которые вам запомнились и понравились, не вызвали возражений.

Р: Ой, господи.

И: Что-нибудь конкретное не отложилось?

Р: Во-первых, с Пенсионным фондом он что-то решает.

И: Угу.

Р: Во-вторых, съездил в Чечню, с этими тоже там военными.

Переменная "обоснование позиции" определяет рефлексивное отношение респондента к собственному ответу. Такое вербальное поведение может быть вызвано как неуверенностью в том, что интервьюер релевантно воспринял ответ, так и желанием показать значимость собственной точки зрения. В первом случае респондент реагирует на дополнительные вопросы, отсутствие одобрительных реплик или невербальные сигналы. Во втором — сопоставляет произносимый ответ с представлениями, которые с его точки зрения обыденны и широко распространены. Таким образом, мотивами рефлексивного ответа могут быть как внешние, так и внутренние факторы, позволяющие сопоставить произносимый текст с уместными в контексте опроса нормами. Наибольшее количество обоснований приходится на экспертный тип: в 53% таких ответов респонденты аргументировали собственную позицию, что составило 43% от всех обоснований, зафиксированных в эксперименте. Объяснение собственной позиции во время нормативных ответов наблюдалось в 24%, реактивных — в 19%, ухода от ответа — в 14%

случаев ($\chi^2=36,685$ $p<0,000$). Обоснование позиции в экспертном ответе представляет собой дополнительный элемент общей аргументации:

И: Какие качества Лужкова вам нравятся?

Р: Он хороший хозяйственник. Москву привел в порядок, очень много красивых зданий появилось. И центр почище (пауза). Лицо города изменилось во время его правления, так сказать. Приятно посмотреть.

Ответы нормативного типа, так же как и уход от ответов, представлены речевыми актами долженствования или отказа. Отсюда вытекает избыточность предоставления какой-либо аргументации. В то же время, в эксперименте "Обследование стандартизированного интервью" была зафиксирована обратная ситуация: во-первых, респонденты гораздо чаще обосновывали собственную позицию — 45% от всех ответов (в настоящем эксперименте 27%); во-вторых, наибольшее количество обоснований приходилось как раз на уход от ответа. К тому же обоснование ответа не зависело от типа вопроса: открытые вопросы с полевым кодированием обосновывались в 45% случаев, открытые вопросы с регистрацией ответов — в 41%, закрытые вопросы — в 42% ($\chi^2=0,500$; $p<0,779$).

Таблица 3

Тематическое членение артикулированного ответа

Кол-во	Частота	Процент	
0	2	1%	1%
1	117	33%	34%
2	74	21%	55%
3	56	16%	70%
4	28	8%	78%
5	21	6%	84%
6	16	5%	89%
7	17	5%	94%
8	7	2%	95%
9	4	1%	97%
10	2	1%	97%
11	2	1%	98%
12	2	1%	98%
13	1	0%	99%
14	1	0%	99%
19	1	0%	99%
21	1	0%	99%
24	2	1%	100%
Итого:	354	100%	

В настоящем эксперименте вопросы с полевым кодированием (вопрос о доходах) — в 12% и с регистрацией ответов — в 29% ($\chi^2=5,390$; $p<0,020$). Можно выделить три контекстуальные причины столь значительных расхождений результатов. Во-первых, эксперимент "Открытые вопросы" проводился в полевых условиях, "Обследование стандартизированного интервью" — в лабораторных. Во-вторых, за участие в лабораторном эксперименте респондентам выплачивалось вознаграждение, что являлось дополнительным стимулом для предоставления развернутых ответов. В-третьих, интервьюеры, участвующие в лабораторном эксперименте, были хорошо знакомы с его теоретической схемой и просили опрашиваемых давать развернутые ответы. В настоящем эксперименте респонденты, напротив, в большинстве случаев отвечали односложно — 33% ответов содержит всего одну тему, и 70% ответов состоит менее чем из трех тем (табл. 3).

Исходя из тематического членения создается вторичная переменная, характеризующая когнитивную сложность ответа: одна тема соответствует однозначному ответу, от двух до трех — краткому, от четырех до семи — развернутому и более восьми — рассуждениям. Таким образом, мы получаем порядковую шкалу, на которой единице соответствует однозначный ответ и четверке — рассуждения. Если рассчитать средние значения когнитивной сложности в соответствии с типом ответа ($F=85,994$; $p<0,000$), то можно увидеть, что уходы от ответа не только сопровождаются минимальным количеством объяснений, но и в большинстве случаев однозначны (табл. 4). Лишь в 12% случаев респонденты давали краткие ответы, что связано с объяснением причин отказа.

Таблица 4

Когнитивная сложность типов ответа

Тип ответа	Частота	Среднее значение	Стандартное отклонение
Уход от ответа	80	1,15	0,36
Нормативный	137	2,10	0,79
Реактивный	58	1,86	0,78
Экспертный	79	2,90	0,71
Итого:	354	2,03	0,91

Экспертный тип, напротив, предполагает развернутые ответы, переходящие в рассуждения, что составляет 70% от ответов этого типа. Если сравнивать нормативные и реактивные ответы, то по когнитивной сложности первые в большей степени приближаются к экспертному типу. Вспоминая факты, в 35% случаев респонденты отвечали однозначно, в 44% — кратко, в 20% — развернуто и только в 2% переходили к рассуждениям. Называя один или два сюжета, респондент считает свою задачу выполненной, что может привести к потере важной информации, только потому, что в течение ответа он не вспомнил о каких-то значимых для него деталях. Это обстоятельство следует учитывать при использовании открытых вопросов, для выявления фактов или событий [56, 68].

Восприятие ответа. Если бихевиористы видят в восприятии речи лишь процесс механического получения сигналов⁴, то в когнитивном представлении перцепция уже не может определяться физической метафорой воспринимающего устройства⁵, поскольку восприятие предполагает понимание, осмысление и истолкование воспринятого и определяется сопоставлением полученной информации с эталонами, записанными в памяти [76, с. 27]. На основании серии лабораторных экспериментов С. Милграм пришел к выводу, что впечатления, которые люди выносят от общения с другим человеком, в значительной мере определяются личным взаимодействием с ним, а именно тем, что они принимают во внимание, а что остается неучтенным [81, с. 330]. Предмет исследования переносится с факта получения данных на процесс, с помощью которого речь преобразуется в смысловые поля [51]. Л. Стейл выделяет пять этапов такого преобразования: (1) получение сигналов, (2) интерпретация, (3) оценка, (4) структурирование и (5) формулирование ответа [65, р. 203]. Таким образом, уже на этапе восприятия вырабатываются ответные реплики, которые обращены на представленный текст. Итоговая реплика интервьюера — запись ответа в анкете. Для ее фиксации уже не нужен собеседник, и в этом смысле прагматика интервью отрицает развитие коммуникации.

Восприятие текстов осуществляется с помощью имеющихся в сознании когнитивных схем [32, р. 195]. Для интервьюера основными факторами, определяющими построение структуры воспринимаемых смыслов, выступают текст вопроса и ожидание наиболее вероятных ответов. Чем более жестко выстроены ожидания этих ответов, тем более активную позицию занимает интервьюер. Открытые вопросы с полевым кодированием построены таким образом, что интервьюер заранее имеет ясное представление об адекватном ответе. Если респондента спрашивают о доходах на одного члена семьи, то рассуждения о плохой жизни, количестве иждивенцев или повышении пенсий сразу же маркируются интервьюером как нерелевантные и требуют корректировки. Интервьюер переспрашивает респондента в 9% случаев, задавая открытые вопросы с регистрацией ответа, и в 17% случаев — вопрос о доходах ($\chi^2=2,979$; $p<0,084$); уточняет ответ, соответственно, в 31% и 54% случаев ($\chi^2=8,08$; $p<0,004$); повторяет — в 16% и 32% случаев ($\chi^2=5,815$; $p<0,016$). Невысокий уровень значимости и нестабильность соотношений восприятия ответов в двух экспериментах (табл. 5), показывают наличие других факторов, которые не удалось выделить.

Таблица 5

Восприятие интервьюером ответа⁶

Реакции респондента	Открытые вопросы (эксперимент "Открытые вопросы")				Открытые вопросы (эксперимент "Обследование стандартизированного интервью")			
	с регистрацией ответов		с полевым кодированием		с регистрацией ответов		с полевым кодированием	
	Частота	%	Частота	%	Частота	%	Частота	%
Переспрашивает	27	9%	7	17%	10	11%	35	18%
Уточняет ответ	98	31%	22	54%	40	43%	67	34%
Повторяет	51	16%	13	32%	14	15%	58	30%
Прерывает	81	26%	9	22%	9	10%	34	17%

Поддержка	152	49%	22	54%	61	65%	114	58%
-----------	-----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

Тестируемые вопросы можно классифицировать по типу ожидаемого ответа. Так вопросы о доходах, о заинтересовавших на прошедшей неделе событиях, о действиях и высказываниях Путина предполагают приведение конкретных примеров и фактов (фактологические вопросы); вопросы о качествах Лужкова, понятии "гражданское общество" — общих рассуждений (обобщающие вопросы); вопросы о наказаниях Путину и о том, что происходит на Украине, допускают как приведение примеров, так и общие рассуждения (свободные вопросы). Такая классификация позволяет уходить от однозначного разделения вопросов на открытые и закрытые, поскольку жесткие рамки некоторых открытых вопросов приводят к их фактическому закрытию. О. Харжи, К. Сандерс и Д. Диксон приводят следующий пример постепенного размывания границ между открытым и закрытым вопросом посредством незначительных изменений формулировки [32, p. 102]:

Расскажите, как вы проводите свободное время?

Что вы делаете вечерами?

Что вы делаете субботними вечерами?

Что вы делали в субботу вечером 19 января?

С кем вы были в субботу вечером 19 января?

Где вы были в субботу в семь часов вечера 19 января?

Сопоставляя тип вопроса по ожидаемому ответу с типологией артикулированных ответов (табл. 6), можно создать вторичную переменную, описывающую соответствие ожиданий полученному ответу.

Таблица 6

Кросс-таблица типов вопроса и ответа

Тип вопроса	Тип ответа				Итого
	уход от ответа	нормативный	реактивный	экспертный	
Фактологический	49	32	49	34	164
Обобщающий	18	64	4	22	108
Свободный	13	41	5	23	82
Итого	80	137	58	79	354

Ожиданию фактологического ответа соответствуют реактивный и экспертный ответы; ожиданию общих рассуждений — нормативный и экспертный; ожидание смешанного ответа допускает все типы рассуждений. Если на обобщающие вопросы было получено всего четыре ответа (3% от содержательных ответов), не соответствующих ожиданиям, то на фактологические в десять раз больше — 34 ответа (33%). Кроме того, 62% от всех отказов отвечать содержательно (уход от ответа) приходится на фактологические вопросы ($\chi^2=53,730$; $p<0,000$). Исходя из того, что открытые вопросы часто неверно интерпретируются респондентами, А. Кэмпбелл призывает более четко определять их предмет или фокусировать их на конкретных фактах [12]. Однако, как нетрудно заметить, более конкретная формулировка приводит к большим затруднениям в ответах, так как не позволяет произвольно отклоняться от вопроса, вызывающего затруднения. Пример

конкретного определения интересующей темы — вопрос о запомнившихся событиях прошедшей недели. Учитывая то, что респондент скорее запоминает не события, а их интерпретацию, без дополнительных подсказок ему трудно вспомнить релевантные факты. Ссылаясь на Чишолма, У. Куайн утверждает, что воспоминания по большей части — следы не прошлых ощущений, а прошлых концептуализаций или вербализаций [80, с. 18]. Вряд ли следует ожидать, что респондент постоянно анализирует происходящие события, выделяя из них наиболее значимые или интересные, поэтому С. Садмен и Н. Брэдберн рекомендуют включать в вопрос все возможные подсказки, помогающие точно воспроизвести прошедшие события [68, р. 11]. Если исследователь не собирается тестировать память респондента, то, спрашивая о прошлых событиях, лучше избегать открытой формы вопроса. В противном случае когнитивные ресурсы респондента в большей степени затрачиваются на воспоминания, чем на формирование собственного суждения по отношению к ним⁷. Хотя представление о роли интервьюера как абсолютно нейтрального стенографиста ответов распространено среди исследователей [1, 21, 22, 58], оно ошибочно, поскольку необходимость в оценке непосредственно задается механизмом восприятия. Ни один интервьюер не может удерживать пассивное слушание⁸ на протяжении всего интервью. На рис. 4 представлено количество эпизодов давления⁹.

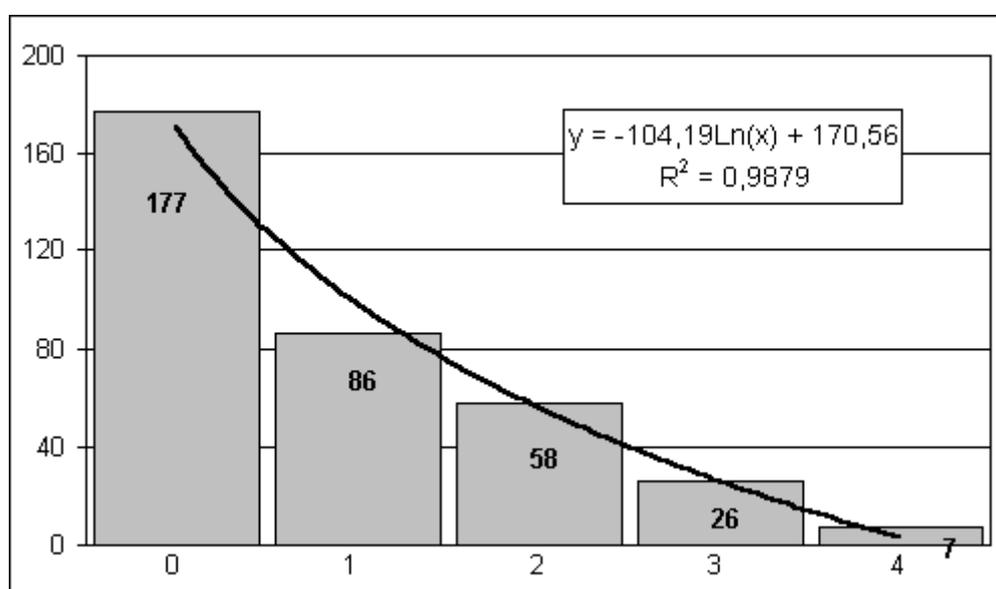


Рис. 4. Количество эпизодов давления

Из 354 ответов только половину (177) интервьюеры воспринимали без какого-либо давления. Кроме прямого давления в 180 случаях (51% всех ответов) интервьюеры поддерживали респондентов одобрительными репликами. Поэтому целесообразно воспользоваться разработанной в эксперименте "Обследование стандартизированного интервью" типологией стратегий проведения опросов, основанной на двух типах поведения интервьюера: давлении и поддержке (табл. 7). При этом выделяются четыре стратегии проведения опроса: "нейтральная" — отсутствие давления и поддержки, "давление" — есть давление, но отсутствует поддержка, "!!!" — присутствует как поддержка, так и давление, "поддержка" — есть поддержка, но отсутствует давление. Стратегии давления, поддержки и их совместного приложения репрезентируют активные способы коммуникации, которые Кэннел и Оксенберг рекомендуют с усложнением типа вопроса применять чаще, поскольку поощрительные реплики, дополнительные уточняющие вопросы, прерывания неадекватных ответов могут способствовать как увеличению адекватности ответов, так и снижению процента отказов или несодержательных ответов [13].

Факторные нагрузки двух стратегий проведения опроса

Исходные переменные	Компонента	
	Давление	Поддержка
Переспрашивание	0,502	-0,009
Повторение ответа	0,627	-0,185
Уточнение ответа	0,722	-0,259
Прерывание ответа	0,704	0,191
Поддержка ответа	0,114	0,960

Наиболее сложные вопросы — фактологические (см. табл. 6), и в соответствии с данными выше рекомендациями интервьюеры, задавая такие вопросы, должны активизировать свое поведение. Однако этого не происходит: доля переспрашиваний ($\chi^2=1,436$; $p<0,488$), уточнений ($\chi^2=0,857$; $p<0,652$), повторений ($\chi^2=0,264$; $p<0,876$), прерываний ($\chi^2=0,883$; $p<0,643$) и одобрительных реплик ($\chi^2=0,817$; $p<0,665$) не увеличивалась с усложнением типа вопроса. Объяснить такую ситуацию можно тем, что интервьюеры, принимающие участие в эксперименте, получили инструкции придерживаться норм стандартизированного интервью и не были осведомлены об альтернативных подходах к проведению опросов. Тем не менее, фактологические вопросы о доходах и запомнившихся событиях (вопросы 16, 17) чаще сопровождалась активными способами коммуникации (рис. 5).



Вопросы о действиях и высказываниях Путина в большинстве случаев задавались либо без одобрительных реплик (вопрос 20), либо без приемов давления (вопрос 21)¹¹. Это привело к тому, что именно по этим вопросам наблюдается максимальное значение уходов от ответа и ответов, не соответствующих ожиданиям интервьюера (табл. 8): ответов последнего типа на 20-й вопрос получено 34%, что составило 38% от подобных ответов, и на 21-й — 22% и 24%, соответственно. Таким образом, на эти вопросы пришлось 53% всех уходов от ответа и 62% всех ответов, не соответствующих ожиданиям. Если рассчитать аналогичные показатели по 16-му и 17-му вопросам, то по уходам от содержательного ответа получаются, соответственно, следующие цифры: 5% и

2%, 12% и 6%, по несоответствующим ожиданиям ответам — 5% и 2%, 22% и 24%. Следовательно, на 16-й и 17-й вопросы приходится 4% всех уходов от ответа и 30% — ответов, не соответствующих ожиданиям.

Таблица 8

Соответствие ожиданий ответа по тестируемым вопросам

Номер вопроса	Соответствие ожиданий ответу			Итого
	Уход от ответа	Да	Нет	
16	2	37	2	41
17	5	27	9	41
20	17	10	14	41
21	26	6	9	41
23	2	39		41
25	1	39	1	41
26	13	26	2	41
44	4	22		26
49	11	30		41
Итого	81	236	37	354

Значительный разброс отказов отвечать на фактологические вопросы непосредственно связан с выбранной интервьюером стратегией опроса. Выбор интервьюером нейтральной стратегии приводит к снижению адекватности ответов. Г. Иган утверждает, что активное восприятие ответа всегда более предпочтительно: "Активная позиция позволяет слушателю реально включиться в коммуникацию и выявить смыслы, воспроизводимые собеседником" [17, р. 229]. Такой вывод вполне оправдан, если мы обсуждаем интервью в целом, не выделяя в качестве единиц наблюдения отдельные ответы. Нейтральная стратегия может быть вполне релевантной в частных ситуациях, что подтверждается отсутствием связи между стратегиями проведения интервью и адекватностью восприятия ответа ($\chi^2=0,904$; $p<0,824$). Если ответ становится более продолжительным, то опытный интервьюер переходит к его активному восприятию ($F=16,746$; $p<0,000$): при однозначном ответе нейтральная стратегия применялась в 37% случаев, увеличение его когнитивной сложности приводило к снижению доли нейтральной стратегии до 19%. Это в первую очередь связано с тем, что перед фиксацией ответа интервьюер должен оценить его релевантность. Если при увеличении продолжительности ответа придерживаться нейтральной стратегии, вероятность его неадекватного восприятия будет возрастать. Поскольку интервьюеры изменяют стратегию опроса в зависимости от когнитивной сложности ответа, ее рост не влияет на адекватность его восприятия ($\chi^2=2,757$; $p<0,431$). В то же время интервьюеры обычно не пытаются управлять когнитивной сложностью ответа, признавая однозначные ответы достаточными и не задавая вопросов, подталкивающих респондента к продолжению разговора: лишь 27% уточняющих вопросов было направлено на дополнительное стимулирование респондентов:

И: А еще что-нибудь можете добавить?

или

Р: Я считаю, что порядок надо в стране навести.

И: Ну а какой порядок? Это очень общее.

А. Оппенгейм рекомендует во всех случаях, когда возникает затруднение с регистрацией ответа, задавать стимулирующие уточняющие вопросы: "Может, вы что-нибудь добавите? Почему вы об этом говорите? А теперь, если поговорить об... А что вы думаете о...". Однако он тут же оговаривается, что дополнительные вопросы существенно увеличивают риск смещений в ответах, поэтому задавать их могут только опытные интервьюеры [56, р. 113]. Поскольку основное наполнение анкеты составляют закрытые вопросы, респондент обучается давать лаконичные ответы даже на вопросы, позволяющие обсуждать многие темы. На свободные вопросы (23-й, 49-й) получено 47 кратких и однозначных ответов, что составляет 57% от всех ответов на вопросы этого типа; на обобщающие (25-й, 26-й, 44-й) — 71 ответ или 66%; на фактологические (16-й, 17-й, 20-й, 21-й) — 80% (табл. 9). Несмотря на тенденцию увеличения доли однозначных и кратких ответов при большей конкретизации вопроса, подавляющее большинство ответов на свободные вопросы содержит не более трех тем.

Таблица 9

Когнитивная сложность ответов

№ вопроса	Когнитивная сложность ответа				Итого
	Однозначный ответ (1 с.п.)	краткий ответ (2-3 с.п.)	развернутый ответ (4-7 с.п.)	рассуждения (более 8 с.п.)	
16	18	16	7		41
17	5	24	11	1	41
20	18	12	9	2	41
21	26	12	2	1	41
23	6	10	18	7	41
25	6	17	15	3	41
26	17	15	5	4	41
44	4	12	8	2	26
49	19	12	7	3	41
Итого:	119	130	82	23	354

Оба участника коммуникации переносят манеру общения, используемую при закрытых вопросах, на открытые: ответы формулируются в лаконичной форме, в большинстве случаев представляя собой нормативный или реактивный тип. Таким образом, теряются достоинства открытых вопросов: свобода и спонтанность выражения, возможность уточнять ответ и приводить дополнительные комментарии. О. Харжи, К. Сандерс и Д. Диксон отмечают, что открытые вопросы развернуты по своей природе и, следовательно, для адекватного ответа на них недостаточно одного или двух слов [32, р. 102]. Основные причины немногословности респондентов — (1) контекст стандартизованного интервью и (2) хаотичное размещение¹² открытых вопросов в анкете.

Заметив, что респонденты обычно не склонны давать развернутые ответы, Д. Фрей рекомендует уделить особое внимание подготовке интервьюеров для активного участия в интервью [24, р. 74]. Если действия, необходимые для управления контекстом, сложны и для их реализации требуется продолжительное время, то хаотическое размещение ответов может быть предотвращено уже на стадии проектирования анкеты. Ф. Керлингер пишет: "Открытые вопросы, расположенные в строго заданной последовательности, позволяют получить развернутые представления не только об установках людей, но также и об их привычках и специфических манерах поведения" [40, р. 443]. К. Тернер с соавторами более категоричны. Они считают, что нельзя предлагать вопросы без сознательного их расположения в той или иной последовательности, поскольку хаотическое размещение сбивает респондента с толку и приводит к снижению степени его участия в опросе [69]. Однако подобное размещение вполне релевантно для интервью, цель которого — дезориентировать респондента, сделать так, чтобы он не представлял тип каждого последующего вопроса [32, р. 104], поэтому Д. Кестлер и рекомендует применять такой стиль во время допроса свидетелей, чтобы предотвратить логически выстроенные ответы, скрывающие сущность происшествия [41, р. 156].

Вопросы о высказываниях, решениях и действиях Путина (20-й, 21-й) и о качествах Лужкова (25-й, 26-й) составлены попарно: сначала спрашивают о понравившихся событиях, затем — о не понравившихся; и аналогично, сначала — о тех качествах, которые нравятся, затем — о тех качествах, которые не нравятся. Такой порядок приводит к увеличению количества однозначных и уменьшению количества развернутых ответов на замыкающие пару вопросы (см. табл. 9). Респондент испытывает существенные затруднения, отвечая на второй вопрос, поскольку он уже затратил достаточно усилий на активизацию положительных ассоциаций. Об этом же говорит увеличение числа уходов от ответа на эти вопросы (см. табл. 8). Иногда респондент (4 случая из 41), отвечая уже на первый вопрос о достоинствах политика, начинает перечислять те качества, которые вызывают отрицательные ассоциации, так как процесс активизации факта в памяти предшествует его оценке. Интервьюер же вынужден останавливать респондента, требуя вернуться к исходному вопросу, что разрушает спонтанность речи и доверительность беседы. Чтобы избежать такого смещения, можно объединить пары, например, следующим образом: "Какие качества Лужкова вам нравятся, а какие не нравятся?"; "Какие действия Путина за прошедшую неделю вам понравились, а какие не понравились?". С. Садмен и Н. Брэдберн подчеркивают ошибочность предположения, что респонденты ждут открытого вопроса, чтобы высказать свою точку зрения; наоборот, многие ответы сопровождаются дополнительными комментариями [68, р. 213], поэтому возникает опасность, что открытые вопросы будут вынуждать респондента повторять уже сказанное ранее.

Большое количество однозначных ответов и уходов от ответа приходится на 49-й вопрос о событиях на Украине (см. табл. 8, 9). Несмотря на то, что вопрос относится к свободному типу и на него возможны любые варианты ответов, респонденты обычно ограничивались короткими репликами: *"Борьба за власть"*, *"На Украине... ну что там? Политический кризис у них. Пытаются власть переделить. Все старо как мир"*. Возможной причиной может быть размещение вопроса в конце анкеты. Респондент и интервьюер уже утомлены и не склонны к пространному обсуждению. Поэтому не рекомендуется задавать открытые вопросы в конце интервью.

* * *

Структурирование ответа тесно связано с оценкой его адекватности вопросу.
Представление о роли интервьюера как абсолютно нейтрального стенографиста ответов

ошибочно, поскольку необходимость в оценке непосредственно задается механизмом восприятия.

Поскольку вопросы о прошлых событиях требуют дополнительных подсказок, активизирующих воспоминания, уместно их составлять в закрытой форме.

Выбор интервьюером нейтральной стратегии в отношении фактологических вопросов приводит к снижению адекватности получаемых на них ответов.

Открытые вопросы должны задаваться в манере, отличающейся от манеры задавания закрытых вопросов. Интервьюер должен способствовать поддержанию разговора на тему вопроса, подчеркивая важность каждой незначительной детали, подмеченной респондентом.

Нельзя включать в анкету открытые вопросы без учета характера последовательности, поскольку это приведет к снижению адекватности получаемых ответов. Использование открытых вопросов в стандартизированном интервью приводит к дополнительному требованию к составлению анкеты — рациональному конструированию расширяющейся или сужающейся последовательности.

Изменение услышанного ответа

Изменение услышанного ответа определяется сопоставлением артикулированного и записанного ответов. По мнению М. Холлидея, в основе любого сопоставления языковых единиц и структур лежит перевод, который представляет собой отношение между несколькими текстами, играющими одинаковую роль в одинаковой ситуации [30]. Запись услышанного ответа есть перевод с бытового языка на анкетный язык. Привычное различие между устной и письменной речью в данном случае недостаточно, поскольку перед исследователем не только разные формы высказываний, но и разные их носители¹³. Опрашиваемый репрезентирует бытовые смыслы, интервьюер — нормы и принципы организации, в которой он работает. Принадлежность к организации и выполнение жестко нормированного задания накладывают существенные ограничения на интервьюера, заполняющего анкету. Что собой представляет результат такого заполнения? Насколько он соответствует высказываниям респондента? Каковы смещения, допущенные интервьюером на конспективном переходе, и чем они обусловлены? В теории перевода предлагаются две ключевые переменные, позволяющие отвечать на поставленные вопросы: эквивалентность и адекватность перевода, или в нашем, более узком смысле — записанного ответа.

Эквивалентность записи. Эквивалентность записанного ответа определяется формальным соответствием ответа и записи. Чем больше изменений вносит интервьюер в запись, тем менее она эквивалентна ответу. С одной стороны, мы можем фиксировать изменения на уровне слов: добавляет, пропускает, заменяет значимые слова или полностью перефразирует ответ; с другой — на уровне синтагм (словосочетаний), различаемых по уровню абстрактности: остаются ли в записи общие суждения или факты, если они присутствовали в ответе.

Интервьюеры записали дословно 77% ответов¹⁴. Если они изменяли формулировку ответа, то в 90% случаев имел место пропуск значимых слов, в 51% — перефразирование, в 44% — добавление значимых слов и лишь в 13% — замена слов¹⁵. В 43% ответов интервьюер допускал лишь одно из четырех изменений, фиксируемых в эксперименте, в 19% — два, в 34% — три и в 4% — четыре. Одно изменение в 104 из 119 случаев, или в 87%,

приходилось на пропуск значимых слов. Если интервьюер вносил большие изменения в ответ, то кроме пропуска это прежде всего касалось перефразирования и добавления слов (табл. 10).

Таблица 10

Изменения ответа

Количество изменений, вносимых в ответ	Пропускает значимые слова		Добавляет значимые слова		Заменяет значимые слова		Перефразирует ответ	
	нет	да	нет	да	нет	да	Нет	да
0	78		78		78		78	
1	15	104	114	8	112	7	116	
2	14	39	37	16	39	14	16	37
3		94	4	90	88	6	2	92
4		10		10		10		10
Итого:	107	247	233	121	317	37	212	142

Если интервьюер перефразирует ответ, то вероятность его адекватного восприятия падает: без перефразирования зафиксирован 81% адекватно воспринятых ответов, с перефразированием — 61% ($\chi^2=12,423$; $p<0,000$). Однозначные и краткие ответы респондентов практически всегда записываются дословно. Если же респондент отвечает чуть дольше, то, пытаясь воспроизвести без изменений хотя бы часть ответа, интервьюер может пропускать настолько значимые слова или словосочетания, что это приводит к перефразированию всего ответа. Он может слегка повысить адекватность восприятия ответа, если при этом добавляет значимые слова: перефразирование без добавления значимых слов дало 58% адекватно воспринятых ответов, с добавлением — 65%. В последнем случае интервьюер в большей степени концентрируется на тематической структуре ответа, а не на дословном его воспроизведении. Большая часть этой задачи решается на перцептивном переходе, когда когнитивная схема интервьюера выступает как фильтр, отсеивающий нерелевантную с его точки зрения информацию. На конспективном переходе он лишь записывает выделенные ранее темы, стараясь выдержать услышанную структуру ответа. Придерживаясь дословной (23%) или выборочной (77%) записи ответа, интервьюер предварительно проводит ряд когнитивных действий, в том числе оценивает его адекватность анкетному вопросу, а уже потом делает запись. Это и приводит к тому, что с увеличением когнитивной сложности ответа существенно уменьшается процент дословных записей: однозначный ответ записан дословно в 35% случаев, короткий — в 20%, развернутый — в 12%, а рассуждения ни разу не записаны дословно ($\chi^2=22,319$; $p<0,000$). Больше всего дословных записей приходится на реактивный и нормативный ответы (соответственно 36% и 30%), — в то время как на экспертный тип и уход от ответа — всего 9% и 11% ($\chi^2=24,642$; $p<0,000$). Экспертный тип ответа излагается в дедуктивной или индуктивной логике. В первом случае респондент приводит факты и комментарии, чтобы обосновать суждение, во втором — пытается сделать общий вывод, исходя из перечисленных фактов. В обоих случаях он так или иначе обосновывает собственную точку зрения. Можно выделить две причины, по которым интервьюер редко записывает экспертный ответ дословно. Во-первых, он обычно пропускает обоснование ответа: если

респонденты обосновывали свою позицию в 28% ответов, то интервьюер зафиксировал это лишь в 3%. Во-вторых, экспертный тип — более сложный и продолжительный, что в любом случае затрудняет дословную запись. Небольшой процент дословных записей ухода от ответа объясняется тем, что интервьюер инструктирован не записывать такой тип, а кодировать как "затрудняюсь ответить". Только в 11% случаев респондент самостоятельно произнес, что он затрудняется ответить. В остальных случаях он либо приводил причины отказа (*"Дело в том, что я сейчас не слушаю. Я переезжаю"*), либо отвечал иначе, что определялось контекстом предыдущих вопросов (*"Нет"*, *"Тоже нет"*, *"Ну я не знаю"*, *"Он мне плохого ничего не сделал (смех)"*). Полевое кодирование ухода от ответов привело к тому, что в 51 случае из 130 запись "затрудняюсь ответить" была внесена вместо содержательного ответа. Это означает, что 39% ответов данной категории не эквивалентны артикулированному ответу (табл. 11).

Таблица 11

Соответствие типов артикулированного и записанного ответов

Тип артикулированного ответа	Тип ответа в записи				Итого
	уход от ответа	нормативный	реактивный	экспертный	
уход от ответа	79	1			80
нормативный	40	96	1		137
реактивный	6	1	51		58
экспертный	5	32	25	17	79
Итого	130	130	77	17	354

Из всех содержательных ответов, записанных интервьюером как "затрудняюсь ответить", 78% приходится на нормативный тип. Половина таких ответов содержит реплики, в которых респонденты утверждают отсутствие признаков (качеств или событий), о которых их спрашивают: *"Нет, наверное, таких качеств... Не знаю"*; *"Нет таких"*; *"Так и не скажешь... (пауза). Наверное, нет."*

Р: Меня сейчас конкретно ничего не привлекло такого.

И: Ничего интересного на прошлой неделе не было.

Р: Все идет как было.

В четверти ответов респонденты так или иначе говорят о неточности формулировки вопроса или о невозможности ответить на него в предложенном формате:

Р: Знаете, я не такой человек государственный, чтобы ему советовать. Я считаю, если уж он взял на себя ответственность...

И: Угу.

Р: ...то должен сам решать.

В оставшейся части ответов респонденты отклоняются от семантического задания вопроса или используют иносказательную форму. Например, на 20-й вопрос о понравившихся высказываниях Путина опрошиваемый ответил: *"Вот, дай бог, он молодой, энергичный, со*

всеми знается. Знаться и культурно себя вести. Он мне очень понравился, дочка, честно. Нельзя же дома сидеть. Мир большой. Культурные ценности..." Возможно, респондент говорил о поездках Путина, но так как интервьюер не задал дополнительных вопросов, об этом остается лишь догадываться. Активно участвуя в коммуникации, интервьюер не может в текущем режиме классифицировать ответы. Определение же несодержательных ответов с последующим кодированием требует проведения такой классификации. Кроме этого, необходимость полевого кодирования противоречит требованию точной записи ответа, которое выделено курсивом после каждого открытого вопроса. Игнорирование физиологических ограничений на восприятие информации и логическое противоречие в инструкциях приводят к дополнительным смещениям, поэтому следует отказаться от полевого кодирования открытых вопросов¹⁶.

Уход от ответа, нормативный и реактивный типы, как правило, сохраняются на конспективном переходе, то есть интервьюер обычно не изменяет тип ответа во время записи. Исключение составляют три случая (см. табл. 10). В первом — интервьюер записал нормативный ответ, хотя респондент затруднялся с его формулировкой. Причиной этого послужил произвольный ответ респондента на данный вопрос уже в конце интервью. Во втором — нормативный тип ответа был преобразован в реактивный. Интервьюер буквально сформировал ответ на 20-й вопрос о понравившихся высказываниях и действиях Путина:

Р: Это социальные улучшения...

И: То есть его...

Р: Его социальной...

И: Предложения...

Р: Социальная политика...

И: А перечислите, пожалуйста...

В анкете сделана следующая запись: "*его предложения по социальной политике*"¹⁷. В третьем случае реактивный тип был преобразован в нормативный. Ответ респондента: "*Я знаю, что у нас родственники на Украине живут, они очень плохо живут. И они все хотели бы объединиться опять, чтобы с Россией вместе жить. Так же как и в Молдавии у нас сестра живет (пауза)*"; запись в анкете: "*Очень плохая жизнь, и люди хотят объединения с Россией*". Последние два случая входят в 23% ответов, воспринятых интервьюерами неадекватно. Интересно, что адекватность восприятия ответа нелинейно связана со стажем работы интервьюера: работающие менее года неадекватно восприняли 37% ответов; от полутора до трех лет — 16%, от четырех до пяти — 25% ($\chi^2=11,465$; $p<0,003$). При этом адекватность восприятия ответа не связана ни с анкетными вопросами ($\chi^2=5,512$; $df=8$ $p<0,702$), ни с выделенными ранее стратегиями проведения опроса ($\chi^2=0,904$; $df=3$ $p<0,824$). Учитывая то, что в исследовании принимало участие лишь десять интервьюеров, нельзя делать какие-либо выводы. Однако можно предположить, что подобная ситуация обусловлена привыканием интервьюеров к текущей работе и выработке устойчивых навыков, направленных на сглаживание когнитивного диссонанса, вызванного противоречивыми инструкциями или другими ошибками опросного инструмента. Корректировка спонтанно сформированных навыков, вызывающих смещения, может осуществляться посредством проведения регулярных тренингов и обучающих программ¹⁸. Ж. Билье и Г. Лузвельдт показали, что интервьюеры, прошедшие дополнительное обучение¹⁹, более качественно регистрируют открытые и следующие за ними уточняющие вопросы [7].

Если нормативные и реактивные ответы практически не трансформировались на конспективном переходе, то экспертные ответы записывались интервьюером как

нормативные в 40% случаев и как реактивные в 32% (табл. 10). Основным критерием такого изменения выступает тип вопроса. Преобразование экспертного вопроса в нормативный в 17 из 32 случаев касалось обобщающих вопросов, требующих как раз нормативного типа ответа, и в 11 случаях — смешанных, подразумевающих любые типы ответа. Например, на 25-й вопрос о качествах Лужкова респондент отвечает следующим образом:

Р: Мне кажется, что он такой простой (смех), как Владимир Ильич Ленин. Тоже такой же был.

И: И в кепке.

Р: Да, и в кепке.

И: Простой и еще что? Что вам еще может нравиться?

Р: Деловитость вот эта. Я не знаю. Вроде слух прошел, что все дорожные взносы, ну это просто я слышала где-то, что все дорожные взносы... Что собирается...

И: В казну на дорогу? Или что?

Р: Кто имеет машины.

И: Ну, налоги.

Р: Да, дорожный налог, дорожный налог. И вот раньше вроде говорили, что дороги разбитые какие были, не ремонтировались, а теперь дорожные деньги поступают туда, куда надо, потому что он занялся... потому что он ухватился за эту кольцевую. Вроде как сделал, теперь за улицы Москвы.

Интервьюер записывает в анкете: "Простой, деловитость". Преобразование экспертного ответа в реактивный проведено в 21 из 25 случаев по фактологическим вопросам (в основном 16-й и 17-й вопросы), которые предполагают перечисление фактов или событий. Например, анкетный ответ: "заплатили за Бородина 3,5 млн. долларов" соответствует следующему артикулированному ответу:

Р: Что у нас такое было? А вот что, я вот не знаю, это... заплатили за Бородину 3,5 млн. долларов.

И: Угу.

Р: За жулика. Он бы лучше там сидел.

И: Мы эти бы деньги лучше прогуляли.

Р: Вот о чем и речь. У нас вон дети беспризорные. Детьми торгуем.

И: Угу.

Р: Выстраивают детей, прямо смешно, на аэродромах... в шеренгу стоят. Кто возьмет нашего ребенка. Представляет, что?

Адекватность записанного ответа характеризует качество записи. Если эквивалентность позволяет нам рассуждать о точности воспроизведения ответа и его равнозначности, то адекватность — о достаточности и уместности. Эквивалентность определяется с помощью соотнесения отдельных элементов речи и записи, адекватность — смыслов, приписанных этим элементам²⁰. Кроме адекватности восприятия ответа (см. выше) конструируется вторичная переменная, описывающая качественные различия артикулированного и анкетного ответов, — доля информации, сохраняемой на конспективном переходе. Записанный ответ за редким исключением состоит более чем из трех тем: однозначный ответ — в 67% случаев, краткий — в 90%, развернутый ответ фиксируется лишь в 10% случаев (табл. 12).

Таблица 12

Тематическое членение записанного ответа

Количество тем	Частота	Процент	
1	237	67%	67%
2	57	16%	83%
3	27	8%	90%
4	20	6%	96%
5	7	2%	98%
6	3	1%	99%
7	3	1%	100%
Итого:	354	100%	

Для определения доли сохраняемой на конспективном переходе информации рассчитывается коэффициент устойчивости k_t :

$$k_t = \frac{W_t}{S_t},$$

где:

W_t — количество записанных интервьюером тем,
 S_t — количество тем в артикулированном ответе.

В среднем на стадии конспективного перехода сохраняется 69% ($\sigma = 0,31$) выделенных ранее тем. Если респондент дает экспертный ответ, то коэффициент устойчивости равен 0,45 ($\sigma = 0,24$), реактивный — 0,65 ($\sigma = 0,32$), нормативный — 0,69 ($\sigma = 0,31$). В то же время уход от ответа практически не сопровождается потерей информации ($k_{t \text{ средн.}} = 0,92$; $\sigma = 0,19$). Такая ситуация объясняется тем, что уход от ответа в 85% случаев выражается однозначными репликами, регистрация которых проходит без потери информации²¹ (табл. 13).

Таблица 13

Когнитивная сложность ответа

Когнитивная сложность артикулированного ответа	Когнитивная сложность в записи			Итого
	Однозначный ответ	Краткий ответ	Развернутый ответ	
Однозначный ответ	119			119
Краткий ответ	85	44	1	130
Развернутый ответ	28	33	21	82
Рассуждения	5	7	11	23
Итого:	237	84	33	354

Увеличение когнитивной сложности лишь на переходе от однозначного ответа к краткому приводит к значительной потере информации: коэффициент устойчивости однозначного ответа равен единице, а краткого — 0,6 ($\sigma = 0,26$). Дальнейший рост когнитивной

сложности уже не так заметно сказывается на соотношении тем артикулированного и записанного ответов: коэффициент устойчивости развернутого ответа — 0,47 ($\sigma = 0,26$), рассуждений — 0,34 ($\sigma = 0,2$) (рис. 6). Следовательно, более продолжительные ответы не приводят к обязательному снижению адекватности их регистрации на бумаге. Напротив, сообщение, насыщенное примерами или подтверждающими суждениями, позволяет интервьюеру не только зафиксировать услышанный текст, но и подтвердить его адекватность заданному вопросу.

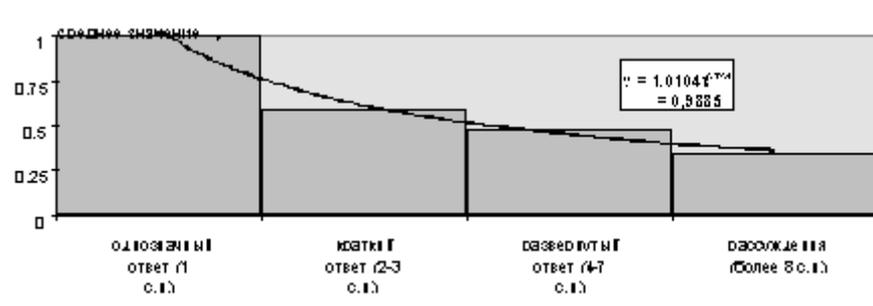


Рис. 6. Средние значения коэффициента устойчивости по отношению к когнитивной сложности ответа

Следует заметить, что с ростом когнитивной сложности величина стандартного отклонения начинает приближаться к среднему значению. Увеличение разброса отдельных значений относительно среднего показывает, что восприятие продолжительных ответов становится более дифференцированным и не может сводиться к простым моделям. С одной стороны, ответ, переходящий в рассуждения, сопровождается более интенсивной коммуникацией, что позволяет интервьюеру проверять адекватность собственного восприятия и отсекаать не относящиеся к вопросу реплики. С другой — такая ситуация предъявляет дополнительные требования к квалификации интервьюера как профессионального собеседника, умеющего поддерживать интерес к разговору на заданную тему и выделять темы, адекватные вопросу.

В коммуникации любого вида, будь то разговор на остановке или выступление перед аудиторией, А. Уолвин и К. Кокли [74], а также Ф. Уолф с соавторами [73] выделяют четыре типа восприятия: фактологический, оценочный, эстетический и эмпатический. Фактологический тип определяется желанием получить какие-либо неизвестные ранее сведения. Структурирование информации — основной элемент такого восприятия. Для этого недостаточна простая фиксация услышанного, поскольку слушатель должен выделить основные идеи. Оценочный тип зачастую задается говорящим, речь которого направлена на то, чтобы повлиять на установки и представления слушающего. Оценка может определяться следующими различиями: хорошо — плохо, правильно — неправильно, адекватно — неадекватно, разумно — неразумно и т. д. Эстетический тип связан с получением удовольствия, эмоциональной компонентой, поэтому с трудом подвергается осмысленной интерпретации и последующему объяснению. Эмпатический осуществляется при сопереживании и включении в текстовый ряд говорящего. Необходимость следовать структуре вопросника и регистрировать ответы принуждает интервьюера придерживаться фактологического типа, а любые отклонения от него приводят к смещениям и потере информации. Однако этот тип восприятия не однороден — в ситуации опроса интервьюеры ведут себя по-разному. Различия в поведении можно зафиксировать с помощью стратегий проведения опроса, наиболее часто применяемых тем или иным интервьюером ($\chi^2 = 135,598$; $p < 0,000$). Если разместить интервьюеров на

плоскости, задающей стратегии проведения опроса, то можно выделить четыре группы, характеризующие определенный стиль²² (рис. 7).



В первую группу попали четыре интервьюера, в основном придерживающиеся нейтральной стратегии, которые чуть менее чем в половине случаев использовали определенные приемы давления. Такой стиль поведения будем называть нейтральным. В последующих группах интервьюеры разбились на пары. Вторая группа характеризуется высоким уровнем поддержки и минимальным использованием приемов давления, поэтому здесь можно говорить об эмпатическом стиле. Третья группа почти в равной степени оказывает давление и поддержку. Отметим лишь небольшое смещение поведения интервьюеров этой группы в сторону поддержки. Их стиль проведения опроса назовем центристским. Четвертую группу представляют интервьюеры, наиболее активно использующие приемы давления при достаточно высоком уровне поддержки. Такой стиль будем называть активным²³. Если рассчитать средние значения коэффициента устойчивости в соответствии со стилями проведения опроса ($F=5,089$; $p<0,002$), то можно увидеть, что на конспективном переходе интервьюеры, придерживающиеся активного стиля, теряли почти половину услышанной информации (табл. 14).

Таблица 14

Зависимость коэффициента устойчивости от стиля проведения опроса

Стили проведения опроса	Частота	Среднее значение k_t	Стандартное отклонение
Нейтральный	154	0,70	0,30
Эмпатический	60	0,78	0,30
Центристский	68	0,68	0,31
Активный	70	0,57	0,33
Всего:	352	0,69	0,31

В то же время стиль проведения опроса, выбранный каждым интервьюером, не влияет на адекватность восприятия ответа ($\chi^2=3,957$; $p<0,266$)²⁴. Следовательно, темы, которые

интервьюеры не включали в анкетный ответ, в основном были нерелевантны поставленному вопросу, на чем и настаивает Г. Иган, пропагандируя активное восприятие в любом виде коммуникации [17]. Эмпатический стиль ведет к наиболее точной записи ответа (см. табл. 14). Во многих исследованиях доказывается, что он также способствует более полному раскрытию собеседника и доставляет ему удовольствие от общения [6, 33, 39, 66].

Хотя связь между вопросами и дословной записью ответов на них существует, ее уровень значимости не слишком высок ($F=2,751$; $p<0,006$). Тем более, что 21-й и 49-й вопросы, по которым среднее значение коэффициента устойчивости выше (табл. 15), как правило, сопровождалось либо короткими ответами, либо отказами отвечать. Это говорит о том, что интервьюеры одинаково подходят к процедуре регистрации всех открытых вопросов.

Таблица 15

Зависимость коэффициента устойчивости от анкетного вопроса

Номер вопроса	Частота	Среднее значение, k_t	Стандартное отклонение
16	41	0,64	0,34
17	41	0,58	0,28
20	41	0,68	0,33
21	40	0,80	0,28
23	41	0,60	0,33
25	41	0,69	0,30
26	40	0,65	0,34
44	26	0,73	0,30
49	41	0,80	0,24
Всего:	352	0,69	0,31

Поскольку точная запись открытых ответов встречается нечасто, аналитику приходится рассматривать их более или менее адекватные интерпретации интервьюерами. Отсутствие дополнительных инструкций и рекомендаций приводит к тому, что интервьюеры самостоятельно решают, соответствует ответ вопросу или нет. Хуже обстоит дело тогда, когда интервьюер подходит к делу формально и считает любые реплики респондента ответом, что приводит к нагромождению бессмысленных, с точки зрения исследовательского вопроса, высказываний. Д. Фрей считает, что пассивный слушатель не может корректно фиксировать высказывания собеседника, поэтому он предлагает интервьюерам активно использовать методы стимулирования или ограничения ответов [24 p. 74]. Незначительная доля содержательных ответов на открытые вопросы, отмечаемая во многих методических экспериментах [15, 24, 62, 63], вызвана не особенностями открытой формы, а недостаточной подготовкой интервьюеров и несовершенством процедуры предъявления и регистрации таких вопросов. Аналитику нет необходимости видеть весь репертуар ответа, полученного в стандартизованном интервью. Ему нужно выделить лишь значимые переменные в открытом вопросе, поэтому надо заранее думать не только над его формулировкой, но и над его закрытием, на чем настаивает и А. Оппенгейм: "Пилотаж открытых вопросов включает не только пилотаж

формулировки, но и вероятного кодификатора" [56, р. 49]. А отсюда следует, что в исследовательскую программу должен быть посвящен не только аналитик, делающий расчеты, но также интервьюер, собирающий первичную информацию.

* * *

Необходимо регулярно проводить тренинги и аттестацию интервьюеров с последующей их дифференциацией по уровню квалификации.

Следует избегать полевого кодирования открытых вопросов, поскольку это приводит к дополнительным ошибкам уже на стадии регистрации ответа.

Требование точного воспроизведения ответа, с точки зрения эквивалентности его записи, приводит к снижению адекватности восприятия, поскольку интервьюер затрачивает усилия не на тематическое восприятие ответа, а на удержание в памяти его отдельных лексических единиц.

Включая открытые вопросы в анкету, надо позаботиться не только об их корректной формулировке, но и о возможном закрытии, не забыв проинформировать об этом интервьюеров.

Количество уходов от ответа и нерелевантных открытому вопросу ответов может быть критерием для определения качества вопроса.

Изменение записанного ответа

Изменение записанного (анкетного) ответа происходит в процессе кодирования, когда ответу присваивается один или несколько кодов из заданного списка. Каждый код формулируется исследователем в словоформах, пригодных для анализа собранных ответов. Поскольку коды представляют собой тексты, нам ничто не мешает провести их тематическое членение. Коды, поставленные в соответствие записанным ответам, содержат от одной до четырех тем: одна тема — *"попытки сместить Кучму"*, *"события вокруг НТВ"* и *"советы Путину в отношении стиля управления"*; две — *"нет ответа, ответ не на тему"*, *"встречи, поездки"*, *"выплаты, цены"*; три — *"навести порядок в органах власти, сформулировать эффективную управленческую команду"*, *"вор, мафиози, бандит"*, *"развлекательные передачи, казусы, погода"*; четыре — *"непорядочный, неискренний, хитрый, лживый"*. С одной стороны, кодификатор составлен из кодов, которые могут включать более одной темы, с другой — одному ответу может соответствовать несколько кодов, поэтому возможны три варианта соотношения количества тем анкетного ответа и кода: (1) $N_a = N_c$, (2) $N_a > N_c$, (3) $N_a < N_c$, где N_a — количество тем анкетного ответа, N_c — количество тем присвоенного ответу кода или кодов. Кроме этого, представленные в коде темы могут полностью или частично соответствовать ответу: (1) $N_c = N_e$ и (2) $N_c > N_e$, где N_e — количество тем в коде или кодах²⁵, соответствующих ответу.

Способы кодирования. Сопоставляя количество тем анкетного вопроса, кода и совпадающих с анкетным вопросом тем, рассмотрим пять возможных способов кодирования (табл. 16).

Таблица 16

Способы кодирования

	$N_a=N_c$	$N_a>N_c$	$N_a<N_c$
$N_c=N_e$	Однозначное кодирование	Простая классификация	Развернутая классификация
$N_c.>N_e$	Замещение ответа		Расширение ответа

В эксперименте представлены практически все способы кодирования. Исключение составляет лишь развернутая классификация (табл. 17). Это обусловлено тем, что кодировщики в большей степени заняты ситуационным кодированием, то есть составляют или изменяют кодификатор (добавляют и уточняют коды) в процессе обработки ответов.

Таблица 17

Распределение способов кодирования

	Всего в эксперименте		Без ответов, закодированных интервьюером "З/О" ²⁶		Без ответов, закодированных "З/О", и ответов на вопрос о доходах	
	частота	процент	частота	процент	частота	процент
Однозначное кодирование	73	21%	73	32%	34	18%
Простая классификация	45	13%	45	20%	45	24%
Замещение ответа	47	13%	47	21%	47	25%
Расширение ответа	189	53%	61	27%	61	33%
Итого:	354	100%	226	100%	187	100%

Однозначное кодирование — количество тем в ответе и коде совпадают, и все темы кода соответствуют темам ответа. Однозначное кодирование возможно только для коротких анкетных ответов (одна или две темы). Возможны два варианта кодирования: (1) ответ и код находятся на одном уровне обобщения, (2) код представляет собой более общее понятие. Первый вариант — это копирование анкетного ответа или его сопоставление с аналогичным высказыванием. Вопрос о доходах кодируется интервьюером, а кодировщику (скорее в этом случае, его надо называть набивщиком ответов) остается лишь перенести ответ из анкеты в массив, поэтому все ответы точно соответствуют записи в анкете. Другим примером служит код "борьба за власть" (вопрос о событиях на Украине), который в двух случаях совпадал с анкетным ответом. Когда совпадающие с кодом ответы закончатся, кодировщик начинает подыскивать аналогичные высказывания. Кодирование в этом случае основано на допущении, что код и выбранный ответ взаимозаменяемы или семантически эквивалентны. Так кодировщик посчитал, что высказывания "дележ власти" и "перedel власти" эквивалентны коду "борьба за власть",

что может показаться вполне очевидным. Если же он выбирает второй вариант кодирования и пытается обобщить ответы, то адекватность выбранных кодов вызывает большие сомнения: анкетные ответы "НТВ", "события, скандал вокруг НТВ", "скандал с НТВ" закодированы как "нападки на СМИ". Ответ, содержащий аббревиатуру НТВ, наделялся кодировщиком совершенно четким смыслом, усвоенным им из средств массовой информации. Поскольку синонимы в речи определяются лишь контекстуально, кодировщик вынужден реконструировать контекст высказывания или, другими словами, выдвигать предположения о том, "что же в действительности имел в виду респондент"²⁷. Поэтому кодирование однозначных и коротких ответов будет всегда приводить к смещениям. Фактически, короткий или однозначный анкетный ответ представляет собой код высказывания респондента, поэтому последующую трансформацию кода просто не корректно называть кодированием. Д. Лейдер утверждает, что кодированием можно называть только процесс классификации ответа в значимые для исследователя категории [45, р. 322]. Второй вариант однозначного кодирования заключается скорее в интерпретации или наделении смыслом увиденного текста.

Простая классификация — все темы кода соответствуют ответу, количество тем в коде меньше количества тем в записанном ответе. К. Бейли дает общее определение классификации как упорядочивания объектов в группы или классы на основании их однородности, статистическим критерием которой выступает минимальная внутригрупповая дисперсия при максимальной межгрупповой [2, р. 1]. А. Коксон понимает ее в более узком смысле, который как раз соответствует простой классификации: "классификация — это размещение определенного числа объектов в меньшее количество групп таким образом, чтобы можно было определить правила этого размещения" [14, р. 1]. Уменьшая на классификационном переходе тематическую размерность ответа, кодировщик вынужден сравнивать темы и принимать решение — однородны они или нет. Если несколько тем признаются однородными и сопоставляются с одной темой кода, то тем самым он ситуационно классифицирует ответ. Например, ответ "повысить зарплату медикам, учителям и остальным рабочим" классифицируется как "увеличить выплаты". По аналогии с устойчивым термином "полевое кодирование" будем называть такую классификацию полевой.

Полевая классификация дает первичное представление о распространенной проблеме интерпретации открытых вопросов — невозможности распознать ответы, стоящие за кодом. Г. Шуман и С. Прессер предупреждают, что следует очень осторожно анализировать категории открытых вопросов, поскольку за ними могут скрываться разные ответы [63, р. 90]. Если из нескольких тем ответа кодируется лишь одна, кодировщик маркирует ее как релевантную заданному коду, а остальные рассматривает как темы, либо определяющие контекст высказывания, либо не соответствующие заданным критериям. Например, ответ "власть делят, почувствовали слабость Кучмы, не знают к кому прислониться — может, к НАТО, промышленность развалили" кодируется как "борьба за власть". Будем называть такую классификацию отложенной²⁸, поскольку в этом случае кодировщик лишь подготавливает поле для дальнейшего анализа²⁹. Не следует смешивать отложенную классификацию с однозначным кодированием. Последнее сразу задает структуру или типологию ответов, а отложенная классификация лишь определяет пространство признаков, поэтому разница между этими типами кодирования особенно заметна в процессе обработки данных. Методику работы с отложенной классификацией П. Лазарфельд разбивает на два этапа: конструирование и редукцию. На первом этапе из всех переменных строится развернутая типология ответа³⁰, на втором — в зависимости от наполнения клеток, расположенных на пересечении нескольких переменных (функциональная редукция) или представлений исследователя (прагматическая редукция), количество типов уменьшается. Кроме этого, возможен третий тип "типологических

операций" — создание вторичных переменных, который Лазарсфельд называет трансформацией [48]. Нетрудно выделить преимущества отложенной классификации: (1) точные и хорошо контролируемые критерии объединения переменных в типы; (2) возможность построения множества типологий и, соответственно, проверки большого числа гипотез; (3) простота кодирования.

Развернутая классификация — количество тем в коде превышает количество тем в ответе, и все темы кода соответствуют ответу. Если выбран только один код и количество тем в нем превышает количество тем ответа, значит, исследователь не смог четко обозначить концепт, который характеризует код, и вынужден задать его с помощью перечня примеров. Во многом это связано с проблемой наименования, и после ее решения код формулируется одной темой. Таким образом, описанный случай представляет собой псевдоразвернутую классификацию, которая в конечном счете сводится к простой. Другое дело, если исследователь кодирует ответ по нескольким критериям. Например, кроме тематического кодирования, которое обычно применяется в исследованиях, может быть применено кодирование контекстуальное, учитывающее наличие обоснований, эмоциональность речи респондента, персонализацию им ответа и т. д. В этом случае возможности интерпретации существенно увеличиваются.

Замещение ответа — количество тем в коде меньше либо равно количеству тем в ответе, но не все темы кода соответствуют ответу. При этом была зафиксирована следующая особенность: в каждом ответе хотя бы одна тема не совпадала с темами кода и в каждом коде хотя бы одна тема не совпадала с темами ответа. Это позволило говорить о замещении ответа, когда несколько тем одного кода не представляют полностью ответ респондента. Вместе они создают новый контекст, который отличается от контекста высказывания. Например, ответ *"исполнительный — говорит и делает"* кодируется как *"ответственный, требовательный"* или *"к народу часто выходит, не скрывается от народа"* — *"хорошо выступает, коммуникабельный"*. Кодировщик как бы не замечает отдельных слов и выбирает из ответа лишь те, которые могут быть соотнесены с одним из представленных кодов. В первом случае *"говорит и делает"* увязывается с ответственностью, во втором *"к народу часто выходит"* — с коммуникабельностью. Выражение, оторванное от контекста, задаваемого совокупностью синтагм, становится семантически неустойчивым и может подвергаться изменениям без видимых потерь смысла³¹. Появление значимых различий обнаруживается лишь при сопоставлении двух высказываний как неделимых фразовых единств. Замещение ответа — это полевая классификация с выборочным конструированием кода. Чем больше тем содержит код, тем легче кодировщику проинтерпретировать хотя бы одну тему таким образом, чтобы она оказалась релевантной ответу, например, ответы *"навести порядок, с коррупцией разобраться и прочее"* и *"разобраться со своим окружением, с организацией государственной власти, навести порядок"* кодируются одинаково как *"навести порядок в стране, обеспечить выполнение законов, совершенствовать законодательство"*. Кодировщик как бы решает за респондента, что он "действительно" хотел сказать или "в чем смысл" его высказываний. Замещая ответ, кодировщик руководствуется лишь собственными представлениями, поэтому на этот способ кодирования приходится наибольшее число ошибок размещения ответа в кодификаторе³²: в 47% случаев зафиксирована ошибка выбора кода при замещении ответа, в 21% — при расширении ответа; однозначное кодирование и простая классификация были выполнены без таких ошибок ($\chi^2=58,434$; $p<0,000$).

Расширение ответа — количество тем в коде больше как количества тем в ответе, так и количества тем, соответствующих ответу. То же касается и замещения: для содержательной интерпретации этого типа потребовалось дополнительное условие — все

темы в ответе соответствуют коду, и хотя бы одна тема в коде не соответствует ответу. Примером расширения ответа служит код, приписываемый анкетной записи "3/0" (затрудняюсь ответить) — "нет ответа, ответ не на тему". Точное сопоставление любого анкетного ответа с кодом не приводит к дополнительным смещениям до тех пор, пока кодировщик ограничивается лишь переименованием этого класса ответов, закодированных интервьюером, и не присваивает данный код другим ответам³³. Другие примеры расширения ответа: "пенсию прибавил людям" и "то, что он передавал насчет пенсии" кодируются как "выплаты, цены" (раздел "экономика, социальная сфера"); "он не обманывает" — "порядочный, честный, справедливый"; "деловитость" — "хороший мэр, хозяйственник, деловой" и т. д. Замещение и расширение ответов построены исходя из одной целевой установки — наиболее полной передачи смыслов, ассоциируемых с высказываниями респондентов. Сталкиваясь с необходимостью объединения ответов в группы, кодировщик выстраивает ряд однородных слов, смешивая собственный словарь синонимов со словарем респондента. Написание кодов на обыденном языке, заимствованном из высказываний тысячи разных людей, приводит к увеличению двусмысленности и неопределенности, без того в избытке представленных во многих анкетных ответах. Поэтому У. Куайн отрицает возможность использования синонимии для понимания обыденных текстов: "Если мы перефразируем предложение, чтобы устранить двусмысленность, мы ищем не синонимичное предложение, но — более информативное посредством сопротивления некоторым альтернативным интерпретациям [80, с. 186]. Единственная возможность уйти от производства дополнительных смыслов — парафраз обыденной речи в систему переменных, точно удерживающих заданные исследователем значения.

Замещение и расширение ответов вызваны ошибочным построением кодификатора. Следует различать ошибочный кодификатор — некорректное написание — и расположение кодов с ошибками, допускаемыми кодировщиками, — некорректный выбор кода или его пропуск. В то же время ошибки кодировщика зачастую обусловлены неправильно составленным кодификатором. Кодировщик ошибочно закодировал 10% ответов и пропустил релевантные коды в 18% ответов. Вторая цифра в большей степени характеризует построение кодификатора, нежели работу кодировщика, поскольку линейное расположение кодов создает иллюзию их альтернативности, хотя в действительности почти каждый из них представляет собой неальтернативную переменную. Наибольшее число пропусков — 30 из 47 ($\chi^2=113,328$; $df=3$ $p<0,000$) — и ошибок в выборе кода — 25 из 47 ($\chi^2=84,003$; $df=3$ $p<0,000$) приходится на замещение ответов. Ошибка выбора кода практически неизбежна, если кодировщик, расширяя или замещая ответ, пытается поставить ему в соответствие код на основе парафразы, а не синонимии или прямого копирования³⁴: 91% таких случаев сопровождается ошибкой ($\chi^2=38,958$; $p<0,000$). Однако при однозначном кодировании и простой классификации таких ошибок не возникает. Д. Лейдер подчеркивает, что количество ошибок кодирования напрямую зависит от сложности кодов [45, р. 328], что и подтверждается результатами эксперимента: замещение или расширение ответа обычно требует развернутого написания кода ($F=122,619$; $p<0,000$) (табл. 18).

Таблица 18

Тематическое членение кода

Способы кодирования	Частота	Среднее количество тем	Стандартное отклонение
Однозначное кодирование	73	1,05	,23
Простая классификация	45	1,11	,38

Замещение ответа	47	2,17	,94
Расширение ответа	61	3,36	1,14
Итого:	226	1,92	1,23

Для качественного кодирования полезно ввести дополнительную переменную: (1) уверен в коде, (2) сомневаюсь, (3) затрудняюсь закодировать. Д. Брунер, Д. Гудноу и Г. Остин подчеркивают, что затруднения при отнесении объекта к какому-либо классу уже представляют собой классификацию [11, р. 12]. Такая переменная позволяет не только тестировать вопросы, но и получать дополнительную информацию для содержательных выводов.

Замещение и расширение ответа невозможно без приписывания ему некоторых смыслов. Кодирование происходит в режиме интерпретации и переинтерпретации прочитанных текстов. М. Берндсен, Г. МакГарти и Д. Плигт экспериментально показали, что попытки переинтерпретации зачастую приводят к ошибочному выбору категорий [5, р. 218-219]. Если кодировщик настроен на выявление смысла записанного ответа, он в первую очередь ищет лексемы, подтверждающие его собственные убеждения. Д. Тернер описывает процесс выделения смыслов в теории личной категоризации, когда приписывание ответу определенных категорий проходит в процессе активной интерпретации [69]. Хотя сами эти действия рациональны, они приводят к смещениям. Особенно это характерно для ситуации, когда кодировщик вынужден работать с неполной информацией [5, р. 218, 230]. В данном случае мы можем зафиксировать нежелательную для исследователя тенденцию, которая неминуемо складывается в процессе замещения или расширения ответа: кодировщик заинтересован рассматривать как можно более короткий ответ, поскольку это вроде бы дает ему возможность однозначно отнести ответ к выбранному коду. В то же время короткий ответ не содержит контекстуальных маркеров, позволяющих корректно его проинтерпретировать. Более того, не всегда оправданно искать смыслы там, где их может и не оказаться.

* * *

Построение кодификатора должно основываться на максиме ограниченного анализа: "показывай не больше логической структуры, чем кажется полезным" [80, с. 187]. Не следует перегружать кодировщика избыточным количеством различий, которые в дальнейшем не будут востребованы исследователем.

Построение кодификатора по ходу кодирования — способ дублирования обыденной речи, неминуемо приводящий к ошибкам и затрудняющий интерпретацию данных. Тестирование открытых вопросов должно быть направлено не только на их формулировки, но и на варианты последующего закрытия.

Линейная структура кодификатора способствует пропуску релевантных кодов. Коды надо формулировать в форме переменных, так чтобы выполнялись два основных условия: (а) ответ не может принимать более чем одно значение в каждой переменной, (б) при выборе варианта кода не должно возникать сомнений.

Следует избегать полевой классификации и построения иерархических классов. Кодировка — лишь инструмент получения переменных, пригодных для построения типологий.

Кроме тематического полезно проводить и контекстуальное кодирование.

Процедуры контроля качества должны быть внедрены непосредственно в работу кодировщика. Одним из элементов такого контроля может выступать дополнительная переменная "затруднения с кодировкой", которая принимает следующие значения: (1) уверен в коде, (2) сомневаюсь, (3) затрудняюсь закодировать.

Результаты исследования

1. Настоящее исследование посвящено имени, экстенционал которого не существует. Открытых вопросов нет. Базовое различие на открытый и закрытый вопрос — лишь неустойчивая опора для проведения методических экспериментов. Когда исследователь говорит о закрытии, он рассматривает не вопросы, а ответы.
2. Спонтанность и непринужденность — качества, определяющие открытую форму. Ожидание респондентом подсказок или уместных вариантов ответа — причины ее разрушения. Закрытость или открытость ответов определяются не формулировкой вопроса, а способом его предъявления.
3. Формирование ответа — не индивидуальный акт. Ответ определяется ситуацией и формируется исследовательской программой, опредмеченной в логике опроса. Логика массовых исследований задается процедурами, позволяющими конструировать социальные факты. В результате ответ проходит через ряд трансформирующих его переходов: перцептивный, конспективный, классификационный и аналитический.
4. Распространенное заблуждение — видеть в открытом ответе реплику, лишенную исследовательской огранки. Если исследователь отказывается задать направление разговора, это будет сделано за него и не обязательно в нужном направлении. Кодировщик, не посвященный в предполагаемую классификацию открытого вопроса, может построить собственную. Однако он склонен избегать этого, поскольку классификация предполагает жесткую структуру, которая может быть неприемлема для исследователя. Оптимальным вариантом для него становится прямой перенос, когда можно найти полное соответствие между кодом и ответом. В этой ситуации для кодировщика наиболее желанным является самый короткий ответ. От интервьюера ждут как можно более точной записи. Полное выполнение этого условия возможно лишь в случае однозначного или короткого ответа. Любые уточнения или прерывания увеличивают когнитивную сложность ответа. Отсюда вывод — при прочих равных условиях интервьюер не расположен воспринимать продолжительный ответ.
5. Для открытого вопроса короткий или однозначный ответ не может быть признан адекватным.
6. Решение о придании ответу осмысленности может откладываться на каждом переходе. Непонятый интервьюером ответ снижает возможности кодировщика, непонятый кодировщиком — заставляет исследователя заниматься конструированием собственных убеждений. Смещения определяются непониманием открытых ответов.
7. Придание осмысленности — не то же самое, что поиск смысла. Осмысленность придается в диалоге, смысл — в поиске собственных объяснений. Интервьюер может задавать уточняющие вопросы, указывать на неточность ответа, просить привести примеры или факты — так он общается с респондентом и придает осмысленность диалогу. Кодировщик может создавать переменные, непротиворечивые и полные, отражающие не только темы, релевантные вопросу, но и контекстуальные компоненты, то есть то, что Л. Витгенштейн называет языковыми играми. Работа кодировщика — также диалог. Его собеседник — текст. Поиск смысла — всегда предположение о том, что в действительности хотел

сказать респондент. При этом человек, ищущий смысла, перестает быть слушателем. Он нацелен на репрезентацию идей, а не фактов.

8. Работа с открытым инструментом начинается с тестирования его вероятных закрытий или, другими словами, системы кодов. Исследователь, игнорирующий данное положение, создает артефакты.
9. Исследователь должен составлять кодификатор (системы переменных) на этапе формулирования открытого вопроса. Хороший ход — написание ряда переменных, кодируемых по всем вопросам, например: (а) соответствие ответа семантическому заданию вопроса, (б) затруднения в кодировании, (в) когнитивная сложность ответа. Кодировщик должен кодировать только то, что представлено в тексте, то есть отказаться от установки на поиск смысла высказывания. Интервьюер, задавая открытые вопросы, обязан переходить в другой режим коммуникации — создавать условия для обсуждения темы, поднятой вопросом.

¹ Таблица адаптирована из работ В. Фодди [19, р. 128] и А. Оппенгейма [56, р. 115].

² Открытые вопросы используются, когда тема сложная, релевантные измерения не найдены и проходит процесс их поиска [64, р. 80].

³ Возможно и более дробное тематическое членение. Так, по предложению О. Холсти, каждая тема должна содержать не более одного из следующих элементов: (1) говорящий, (2) воспринимающий информацию, (3) действие, (4) цель действия [35, р. 136].

Соответственно, приведенный выше пример был бы закодирован следующим образом: "разговорная речь / не очень хорошая / вот Путин / четко / кратко говорит" — 5 тем.

⁴ Например, Вивер определяет восприятие вербальной информации как получение человеческим организмом оральных сигналов [71, р. 5].

⁵ Констатацию активной позиции слушателя В.А. Звезгинцев определяет как тривиальную истину: "...Собеседник представляет собой не пассивное и бесстрастное воспринимающее устройство, а равноправного участника в том колдовском действе, которое именуется языком". Поэтому "на язык надо смотреть с двух сторон: со стороны слушающего, но не просто слушающего, а и понимающего то, что ему говорят" [78, с. 33].

⁶ Вопрос с полевым кодированием в текущем эксперименте — вопрос о доходах; в эксперименте "Обследование стандартизированного интервью" это вопросы о политиках: "Назовите, пожалуйста, несколько политиков, действия и высказывания которых за последнюю неделю вам запомнились и понравились" и "Назовите, пожалуйста, несколько политиков, действия и высказывания которых за последнюю неделю вам запомнились и не понравились". У интервьюера есть список политиков, который он не показывает респонденту.

⁷ С закрытыми вопросами дело обстоит ненамного лучше. Оппенгейм отмечает два недостатка закрытых вопросов о прошлых событиях. Во-первых, они гораздо чаще открытых приводят к временным сдвигам, то есть респондент теряет во временных рамках и может говорить о событиях, которые произошли раньше или позже времени, указываемого в вопросе. Во-вторых, респондент может ошибиться, выбирая те или иные варианты ответа, например, отмечая прочитанные на прошлой неделе газеты и просмотренные телепрограммы. Тем не менее, ответы на закрытые вопросы гораздо больше наполнены и более релевантно отражают прошлые события или факты из жизни

респондента [56, р. 114]. Перечисленные ограничения лишь подчеркивают необходимость более детального их тестирования перед введением в анкету.

⁸ Харжи, Сандерс и Диккенс различают пассивное и активное слушание по наличию ответной реакции на произносимый текст. В первом случае человек слушает собеседника без каких-либо действий, сигнализирующих, что он делает это. Во втором — он может вербально или невербально выражать согласие, внимание, интерес и т. д. [32, р. 196]. Наиболее выразительным примером пассивного восприятия является работа автоответчика или запись собственного разговора на диктофон. Если же в диалоге такое и может произойти, то сама безучастность будет маркироваться как отражение позиции слушающего.

⁹ Вторичная переменная "количество приемов давления" рассчитана посредством арифметического сложения переменных, описывающих восприятие интервьюером ответа: "повторение ответа", "уточнение ответа", "прерывание ответа" и "переспрашивание".

¹⁰ При проведении факторного анализа использовался метод главных компонент. Объясненная дисперсия составила 55%.

¹¹ Отвечая на 21-й вопрос, респонденты в 63% случаев уходили от ответа, что составило 32% от всех уходов; на 20-й вопрос — 41% и 21%, соответственно.

¹² В данном случае хаотическое размещение понимается как отсутствие явно выраженной последовательности при расширении или сужении свободы в изложении ответа, что в методической литературе известно как расширяющаяся и сужающаяся последовательности [37, 68].

¹³ Подобная аргументация достаточно условна, так как последовательное ее развитие приводит к абсолютному атомизму — приписыванию каждому человеку индивидуального языка. В контексте социальных исследований подобный подход не продуктивен, поскольку ведет к отрицанию социальных фактов.

¹⁴ Различение записи на дословную и недословную было сделано лишь по значимым словам. Если интервьюер пропускал фоновую лексику (междометия, повторы, вводные слова), но в точности фиксировал все значимые слова, запись считалась дословной.

¹⁵ Замена слов фиксировалась лишь тогда, когда можно было точно сопоставить слова, которые интервьюер заменял. Например, если ответ респондента "*разобраться с органами государственной власти*" записывался как "*разобраться с организацией государственной власти*" или если интервьюер записывал доход в рублях, хотя он был назван в долларах.

¹⁶ В данном случае полевое кодирование понимается в более широком смысле слова как выбор из совокупного ответа респондента лишь тех реплик, которые адекватны поставленному вопросу. Обычно же под полевым кодированием имеется в виду выбор интервьюером кода, соответствующего ответу: "Вопрос при полевым кодировании похож по формату на открытый вопрос, но в тех местах вопросника, где предусмотрены записи ответа респондента, напечатаны коды. Интервьюер только помечает наиболее близкий к ответу код [68, р. 152].

¹⁷ Пример представляет классическую ситуацию, когда респондент формулирует ответ под влиянием интервьюера (эффект интервьюера) [29]. Считается, что эффект интервьюера обычно имеет место в двух случаях: (1) когда у респондента не

сформировано представление по вопросу, предлагаемому в анкете и (2) когда предмет обсуждения может вызывать опасения (секс, наркотики, правонарушения) [28, 67]. Брэдберн утверждает, что этот эффект обычно встречается гораздо реже других смещений, однако это в меньшей степени относится к личным интервью, в которых поведение интервьюера может существенно влиять на ответы [9, p. 315].

¹⁸ Требование регулярных тренингов с интервьюерами, задающими открытые вопросы, особенно актуально, поскольку открытые вопросы наиболее эффективно используются только опытными интервьюерами, способствующими тому, чтобы респондент наиболее полно ответил на вопрос [55, p. 103].

¹⁹ В качестве экспериментальной группы были выделены интервьюеры, прошедшие 20-часовой тренинг по техникам проведения опроса.

²⁰ Видимо К. Райс и Х. Фермер исходят из подобных различий, когда утверждают, что понятие эквивалентности недостаточно для анализа перевода. Они вводят категорию целевой установки, которая задает адекватность, то есть соответствие полученного текста целям перевода. Данное понятие относится непосредственно к процессу перевода [79, с. 82].

²¹ Однозначные реплики встречались в 22% нормативных ответов и 34% реактивных. Способ определения экспертного ответа (присутствие фактов и общих суждений) делает невозможным его представление с помощью одной фразы. Более того, экспертный тип ответа, гораздо чаще представлен длительными рассуждениями — 21% случаев, нормативный — 4%, реактивный — 2%.

²² Введение дополнительного различия на стили проведения опроса вызвано тем, что интервьюеры не дифференцируются жестко по стратегиям.

²³ Бейлз утверждает, что более продуктивно анализировать поведение участников коммуникации в целом, не привязываясь к стратегиям каждого из них. В этом случае анализ направлен на процесс коммуникации, а не на ее содержание [3]. Я. Ким с соавторами предлагают три критерия, позволяющие различать стили поведения. Во-первых, выделение собеседника, более активно участвующего в коммуникации, то есть предлагающего партнеру реплики с большей когнитивной сложностью. Во-вторых, определение ведущего коммуникацию, то есть предлагающего темы для дальнейшего обсуждения, более часто прерывающего собеседника и т. д. В-третьих, фиксация степени внимания и адекватного восприятия высказываний партнера [42, p. 6]. Предложенные различия вряд ли будут иметь эвристическую ценность при анализе стандартизированного интервью, поскольку роли его участников жестко определены опросным инструментом. Однако они могут с успехом применяться в когнитивном анализе глубинных интервью и фокус-групп.

²⁴ Если стиль более подготовленных интервьюеров не связан с адекватностью восприятия, то более активное поведение у новичков, видимо, будет приводить к смещениям. Поводом для выдвижения этой гипотезы послужил следующий факт. В эксперименте участвовало два интервьюера со стажем работы менее года: один придерживался эмпатического стиля, другой — центристского. Первый воспринял неадекватно 23% ответов, второй — 54%. У интервьюеров с более продолжительным стажем работы подобной разницы не наблюдалось.

²⁵ Если ответ кодировался двумя кодами, то рассчитывалась общая сумма тем.

²⁶ "Затрудняюсь ответить".

²⁷ К. Каммейер и Д. Рот провели эксперимент с группой студентов, которым задавались открытые и закрытые вопросы на одну и ту же тему. Затем ответы кодировались другими студентами. Результаты эксперимента показали, что понимание кодировщиком и респондентом смысла высказывания обычно не совпадают [38].

²⁸ П. Лазарсфельд называет такую классификацию предварительной: "Предварительная классификация несистематизированного ранее материала — первый шаг к идее полной классификации. До получения первичной классификации данных не может быть сделан никакой анализ зависимостей. Предварительная классификация позволяет подготовить данные для более детального анализа и служит условием для понимания ситуации" [47, р. 249-250].

²⁹ Если бы кодировщик выбрал несколько кодов для этого ответа, например характеризующих упоминание о НАТО или о развале промышленности, то впоследствии можно было бы провести классификацию представлений респондентов о политической борьбе на Украине. Однако это возможно при условии распространенности таких ответов, что не столь очевидно для общей постановки вопроса: "Что сейчас происходит на Украине?".

³⁰ Ссылаясь на П. Лазарсфельда, К. Бейли говорит о формировании полной типологии, то есть в взаимном пересечении всех переменных [2, р. 24]. Однако Лазарсфельд в статье [48], на которую ссылается Бейли, нигде не упоминает о такой необходимости, которая при большом наборе переменных представляется просто абсурдной.

³¹ У. Куайн идет дальше в своих выводах, когда утверждает, что даже простая перестановка, или картографирование совокупности предложений на саму себя может привести к потере эквивалентности между двумя текстами [80, с. 44].

³² Ошибка размещения ответа или ошибка выбора кода — это неправильный выбор кода в кодификаторе. Например, "прислушивается к народу, что-то делает для Москвы" кодируется как "добрый, заботливый, отзывчивый", а "телевидение, встряхнули общий фон" как "развлекательные передачи, казусы, погода".

³³ Только в 3-х случаях из 354 кодировщик присвоил этот код ответам, записанным интервьюером иначе, чем "З/О". Хотя дополнительная формулировка "ответ не на тему" вроде бы должна приводить к кодированию всех ответов, уклоняющихся от семантического задания вопроса, этого не происходит.

³⁴ Данное различие фиксировалось с помощью переменной "тип кодирования", которая могла принимать значения: 1 — прямое, 2 — переносное. В первом случае это могло быть прямое копирование или нахождение синонимов, во втором — парафраз.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Bailey K.D.* Methods of social research. New York: Free Press, 1987.
2. *Bailey K.D.* Typologies and taxonomies: An introduction to classification techniques. London: Sage Publication, 1994.
3. *Bales R.F.* Interaction process analysis. Cambridge: Addison-Wesley, 1950.
4. *Belson W. A., Duncan J.A.* A comparison of the check-list and the open response questioning systems // *Applied Statistics*. 1962. No. 2. P. 120-132.

5. *Berndsen M., McGarty C., Pligt J.* Meaning-seeking in the illusory correlation paradigm: The active role of participants in the categorization process // *British Journal of Social Psychology*. 2001. Vol. 40. P. 209-234.
6. *Bertakis K.D., Roter D., Putnam S.M.* The relationship of physician medical interview style to patient satisfaction // *The Journal of Family Practice*. 1991. Vol. 32. P. 175-181.
7. *Billiet J., Loosveldt G.* Improvement of the quality of responses to factual survey questions by interviewer training // *Public Opinion Quarterly*. 1988. Vol. 52. No. 1. P. 190-211.
8. *Bostrom R.N.* Listening behavior. New York: Guilford Press, 1990.
9. *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.
10. *Bradburn N.M., Mason W.M.* The effect of question order on responses // *Journal of Marketing Research*. 1964. No. 1. P. 57-61.
11. *Bruner J., Goodnow J.J., Austin G.A.* A study of thinking. New York: John Wiley & Sons, 1960.
12. *Campbell A.A.* Two problems in the use of the open question // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1945. Vol. 40. P. 340-343.
13. *Cannel C.F., Oksenberg L.* Observation of behavior in telephone interviews // *Response behavior in the survey interview* / Ed. by W. Dijkstra, H. Van der Zouwen. London: Academic Press, 1982.
14. *Coxon A.P.M.* Sorting data: Collection and analysis. London: Sage Publication, 1999.
15. *Dillman D.A.* Mail and telephone surveys: The total design method. New York: John Wiley & Sons, 1978.
16. *Dohrenwend B.S.* Some effects of open and closed questions on respondents answers // *Human Organization*. 1965. Vol. 24. P. 175-184.
17. *Egan G.* Listening as empathic support // *Bridges not walls* / Ed. by J. Stewart. Massachusetts: Addison-Wesley, 1977. P. 227-238.
18. *England L.R.* Capital punishment and open-end questions // *Public Opinion Quarterly*. 1948. Vol. 12. P. 412-416.
19. *Foddy M.* Role-taking in a communication task // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1978. No. 4. P. 338-391.
20. *Foddy W.* Constructing questions for interviews and questionnaires: Theory and practice in social research. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
21. *Fowler F.J.* Survey research methods / 2nd ed.; Applied social research methods series. Vol. 1. Newbury Park, California: Sage Publications, 1993.
22. *Fowler F.J., Mangione T.* Standardized survey interviewing. Newbury Park: Sage Publication, 1990.
23. *Frankfort-Nachmias C., Nachmias D.* Research methods in the social science / 4th ed. London: Edward Arnold, 1992.
24. *Frey J.H.* Survey research by telephone / 2nd ed. London: Sage Publications, 1989.
25. *Geer J.G.* What do open-ended questions measure? // *Public Opinion Quarterly*. 1988. Vol. 52. No. 2. P. 365-371.
26. *Geer J.G.* Do open-ended questions measure "salient" issues? // *Public Opinion Quarterly*. 1991. Vol. 55. No. 2. P. 360-370.
27. *Grice H.P.* Logic and conversation // *Syntax and semantics*. Vol. 3: Speech acts / Ed. by P. Cole, J. Morgan. New York: Academic Press, 1975.
28. *Groves R.M.* Survey errors and survey costs. New York: John Wiley & Sons, 1989.
29. *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.
30. *Halliday M.A.K.* Spoken and written language. Oxford: Oxford University Press, 1989.
31. *Halliday M.A.K., McIntosh A., Stevens P.* The linguistic sciences and language teaching. London: Longmans, 1964.

32. *Hargie O., Saunders C., Dickson D.* Social skills in interpersonal communication / 3d ed. London: Routledge, 1999.
33. *Henbest R., Fehrson S.* Patient-centeredness: Is it applicable outside the West? Its measurement and effect on outcome // *Family Practice*. 1992. No. 9. P. 311-317.
34. *Hiltin R.* A research note on question wording and stability of response // *Social Science Research*. 1976. No. 5. P. 39-42.
35. *Holsti O.R.* Computer content analysis // *Content analysis: A handbook with applications for study of international crises* / Ed. by R. C. North, O. R. Holsti, M. G. Zaninovich, D. A. Zinnes. Evanston: Northwestern University Press, 1963.
36. *Hund J.M.* Changing role in the interview situation // *Public opinion quarterly*. Vol. 23. No. 2. P. 236-246.
37. *Kahn R., Cannel C.* The dynamics of interviewing. New York: Wiley, 1957.
38. *Kammeyer K.C., Roth J.A.* Coding response to open-ended questions // *Sociological methodology* / Ed. by H. L. Costner. San Francisco: Jossey-Bass, 1971.
39. *Kaplan S. H., Greenfield S., Ware J.E.* Assessing the effects of physician-patient interactions on the outcomes of chronic disease // *Medical Care*. 1989. Vol. 27. No. 3. P. 110-127.
40. *Kerlinger F.N.* Foundations of behavioral research / 3d ed. Orlando: Harcourt Brace College Publishers, 1986.
41. *Kestler J.* Questioning techniques and tactics. Colorado: McGraw-Hill, 1982.
42. *Kim Y.M., Odallo D., Thuo M., Kols A.* Client participation and provider communication in family planning counseling: Transcript analysis in Kenya // *Health Communication*. 1999. Vol. 1. No. 1. P. 1-19.
43. *Krosnick J.A.* Survey research // *Annual Review Psychology*. 1999. Vol. 50. P. 537-567.
44. *Kwasnik B.H.* The role of classification in knowledge representation and discovery // *Library Trends*. 1999. Vol. 48. No. 1. P. 22-47.
45. *Layder D.* New strategies in social research: An introduction and guide. Cambridge: Polity Press, 1995.
46. *Lazarsfeld P.F.* The controversy over detailed interviews: An offer for Negotiation // *Public Opinion Quarterly*. 1944. Vol. 8. No. 1. P. 38-60.
47. *Lazarsfeld P.F.* The use of panels in social research // *The varied sociology of Paul F. Lazarsfeld* / Writing collected and edited by P. L. Kendall. New York: Columbia University Press, 1982. P. 239-285.
48. *Lazarsfeld P.F.* Some remarks on typological procedures in social science // *On social research and its language* / Ed. by R. Boudon. Chicago: The University of Chicago Press, 1993. P. 158-171.
49. *Levelt W.J.M.* Speaking: From intention to articulation. Cambridge: The MIT Press, 1993.
50. *Lindzey G.E., Guest L.* To repeat — check lists can be dangerous // *Public Opinion Quarterly*. 1951. Vol. 15. No. 2. P. 355-358.
51. *Lundsteen S.* Listening: its impact on reading and other language acts. New York: National Council of teachers of English, 1971.
52. *McIntosh A., Halliday M.A.K.* Patterns of language papers in general, descriptive and applied linguistics. London: Longmans, 1966.
53. *McNeill D.* The conceptual basis of language. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1979.
54. *Montgomery A.C., Crittenden K.S.* Improving coding reliability for open-ended questions // *Public Opinion Quarterly*. 1975. Vol. 41. No. 2. P. 235-243.
55. *Newell R.* Questionnaire // *Researching social life* / Ed. by N. Gilbert. London: Sage Publication, 1994. P. 94-115.
56. *Oppenheim A.N.* Questionnaire design, interviewing and attitude measurement / New Edition. London: Pinter Publishers, 1992.

57. *Payne S.L.* Are open-ended questions worth the effort? // *Journal of Marketing Research*. 1965. No. 2. P. 640-647.
58. *Schaeffer N.C., Maynard D.W.* From paradigm to prototype and back again: Interactive aspects of cognitive processing in standardized survey interviews // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996. P. 65-88.
59. *Shapiro M.J.* Discovering interviewer bias in open-ended responses // *Public Opinion Quarterly*. 1970. Vol. 34. No. 3. P. 412-415.
60. *Sheatsley P.B.* Closed questions sometimes more valid than open // *Public Opinion Quarterly*. 1948. Vol. 12. No. 1 P. 127-132.
61. *Schuman H., Ludwig J., Krosnick J.A.* The perceived threat of nuclear war, salience and open questions // *Public Opinion Quarterly*. 1986. Vol. 50. No. 4. P. 519-536.
62. *Schuman H., Presser S.* The open and closed question // *American sociological review*. 1979. Vol. 44. P. 692-712.
63. *Schuman H., Presser S.* Questions and answers in attitude surveys: Experiments on question form, wording and context. London: Sage Publication, 1996.
64. *Stacey M.* Methods of social research. Oxford: Pergamon Press, 1969.
65. *Steil L.* Listening training: The key to success in today's organizations // *Listening in everyday life* / Ed. by D. Borisoff, M. Purdy. Maryland: University of America Press, 1991. P. 202-224.
66. *Stewart M.A.* What is a successful doctor-patient interview? A study of interaction and outcomes // *Social Science & Medicine*. 1984. Vol. 19. P. 167-175.
67. *Sudman S., Bradburn N.M.* Response effects in surveys. Chicago: Aldine, 1974.
68. *Sudman S., Bradburn N.M.* Asking questions: A practical guide to questionnaire design. San Francisco: Jossey Bass Publishers, 1982.
69. *Turner J.C., Hogg M.A., Oakes P.J., et al.* Rediscovering the social group: A self-categorization theory. Oxford: Blackwell, 1987.
70. *Turney C., Owens L., Hatton N., et al.* Sydney micro skills: Series 2 handbool. Sydney: Sydney University Press, 1976.
71. *Weaver C.* Human listening: Processes and behavior. Indiana: Bobbs-Merrill, 1972.
72. *Williams J.A.* Interviewer-respondent interaction: A study of bias in the information interview // *Sociometry*. Vol. 27. P. 338-352.
73. *Wolff F., Marsnik N., Tacey W., et al.* Perceptive listening. New York: Holt Rinehart and Winston, 1983.
74. *Wolvin A., Coakley C.* Listening. Iowa: Wm. C. Brown Dubuque, 1982.
75. *Kunda Z.* The case for motivated reasoning // *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108. P. 480-498.
76. *Андреева Г.М.* Психология социального познания / Изд. второе, перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2000.
77. Введение в языкознание: Хрестоматия / Сост. А. В. Блинов и др. М: Аспект Пресс, 1999.
78. *Звегинцев В.А.* Предложение и его отношение к языку и речи. М.: Эдиториал УРСС, 2001.
79. *Комиссаров В.Н.* Общая теория перевода: Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых. М.: ЧеРо, 2000.
80. *Куайн У.* Слово и объект / Пер. с англ. А.З. Черняк, Т.А. Дмитриев. М.: Логос, 2000.
81. *Милграм С.* Эксперимент в социальной психологии / Пер. с англ. Н.Ю. Вахтиной, С.Н. Левандовского, Н.О. Мальгиной и др. СПб.: Изд-во "Питер", 2000.