

DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-1-144-166

Способы преодоления коммуникативных затруднений в стандартизированном телефонном интервью*

А.А. Ипатова, Д.М. Рогозин

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
Пречистенская наб., 11-1, Москва, Россия, 119034
(e-mail: ipatova_anna@mail.ru; nizgor@gmail.com)

Стандартизированное телефонное интервью не ведется в изолированных условиях, оно встроено в мир повседневных взаимодействий. Отклонения и смещения, сбои при передаче информации от интервьюера респонденту и наоборот — та реальность, в которой регистрируется общественное мнение. Основные сбои в передаче информации интервьюеру связаны с характеристиками (пол, возраст, образование, социальный статус и т.д.) и поведением респондента. Однако поведение интервьюера не менее важно — неслучайно столько внимания в методической литературе уделяется эффекту интервьюера, его действиям и установкам, приводящим к ошибкам измерения или отбора. В речевом взаимодействии интервьюер может по-своему объяснять значение вопроса, давать комментарии, уточнять ответ. Стандартизация может нарушаться и ввиду других обстоятельств: сбои в телефонной связи или недостижимость мест проживания, вмешательство третьих лиц, технические проблемы (сбои программного обеспечения), структура анкеты и особенности предыдущих вопросов и т.д. Соответственно, респондент, интервьюер и контекст — три источника ошибок измерения в стандартизированном интервью. Очевидно, что профессиональный интервьюер будет успешнее решать возникшие трудности, минимизировать их количество, предотвращать и не создавать своим поведением. В статье на примере реальных интервью представлена попытка классифицировать успешные решения, которые находят опытные интервьюеры для ремонта коммуникации. Материалом для анализа послужили три общероссийских телефонных опроса, проведенных в 2017 году Лабораторией методологии социальных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС. Успешные решения рассмотрены в трех плоскостях: обеспечения адекватности ответа, сохранения разговора с респондентом и обеспечения стандартизации. Успешное интервью — это не просто полностью заполненная анкета, но и релевантность ответов, информированное согласие и положительный эмоциональный шлейф у обоих участников разговора.

Ключевые слова: стандартизированное интервью; телефонное интервью; смещение; эффект интервьюера; ремонт вопросов; компьютеризированный телефонный опрос, межличностное взаимодействие

Инструкции и стандарты полевой работы описывают идеальный ход стандартизированного интервью: предварительно изучив анкету, интервьюер задает вопрос так, как он зафиксирован на бумаге, респондент, не уточняя и не сомневаясь, дает ответ, соответствующий формату анкеты (закрытый или открытый); ничто

* © А.А. Ипатова, Д.М. Рогозин, 2019.
Статья поступила в редакцию 17.09.2018 г.

не сбивает, не подвергается сомнению, не фальсифицирует стандартизацию. Такие ситуации не так уж редки, особенно при условии жесткого дисциплинарного контроля: получая кредит в банке, заполняя бланки строгой отчетности или оформляя субсидию, мы почти не отклоняемся от процедуры. Но чем более свободна и комфортна для разговора среда, тем больше отклонений допускают его участники. Стандартизированное интервью не ведется в изолированных условиях, оно встроено в мир повседневных взаимодействий, поэтому отклонения и смещения от линейной схемы передачи информации — обыденность массовых опросов, в которой регистрируется общественное мнение.

Основные сбои в передаче информации от респондента к интервьюеру связаны, прежде всего, с характеристиками и поведением первого [13; 30; 38]. Он может, например, не понять вопрос, не захотеть на него отвечать, выбрать вариант ответа, который не попадает в закрытия, или даже задать ответный вопрос интервьюеру.

Мы, задающие вопросы, предполагаем, что люди знают, о чем мы говорим, что их суждения имеют основания, что они понимают вопросы, что их ответы соответствуют тому, о чем мы спрашиваем. Зачастую наши предположения не сбываются. Однако респонденты могут никогда ранее не слышать об интересующем нас предмете, могут спутать его с чем-либо другим, могут иметь лишь общее представление о нем и не быть способными сформулировать суждение. Даже если они знают предмет, они могут не понять вопрос или дать ответ в неподходящей для нас форме [36. Р. 16]. Поведение интервьюера не менее важно [12; 17; 26; 34; 35].

Стандартизация может нарушаться и другими обстоятельствами: сбои в телефонной связи или недостижимость мест проживания, вмешательство третьих лиц, сбои программного обеспечения и т.д. [18].

Материалом для статьи послужили исследования Лаборатории методологии социальных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС. Это три общероссийских телефонных опроса (САТИ) по случайной систематической стратифицированной двухосновной выборке номеров стационарных и мобильных телефонов (RDD). Соотношение мобильных и стационарных номеров телефонов составляло 65—55% (мобильные) на 34—45% (стационарные). Опрос на тему «Перспективы и барьеры социального развития» проходил в марте 2017 года: было опрошено 3000 респондентов в возрасте от 18 до 91 года (в статье использованы 7 интервью).

Опрос на тему «Мониторинговое обследование демографического, социального и экономического поведения населения РФ» был проведен в апреле 2017 года: опрошено 9604 респондента в возрасте от 18 до 72 лет (4 интервью). Опрос на тему «Пассивное старение и активное долголетие» был проведен в июне 2017 года: опрошено 2003 респондента в возрасте 65 лет и старше (9 интервью). Опросы проводили наши традиционные региональные партнеры: Институт общественного мнения «Квалитас» (Воронеж), Маркетинговый центр «Контекст» (Томск), САТИ & CALL-центр VOICE (Омск), компания «Максима» (Чебоксары). Все интервью записывались на аудионоситель, что позволяет, помимо количественного анализа, проводить качественный анализ взаимодействий, анализировать коммуникативные затруднения и способы выхода из них. В статье приводятся фрагменты этих

интервью: мы пронумеровали и подписали реплики участников (И — интервьюер, Р — респондент), где возможно, указали их пол и возраст, а также расставили риторические паузы и ударения.

Обеспечение адекватности ответа

Получение информации от респондента — наиболее понятая и изученная функция стандартизированного интервью. Задача интервьюера — обеспечить получение адекватного ответа (Рис. 1). Для этого следует задать вопрос так, как он указан в анкете, дать пояснение, не выйдя за рамки стандартизации, уточнить ответ респондента или зафиксировать его отказ от ответа или возникшее затруднение [3; 4; 19; 20]. Альтернативный вариант — убедить респондента ответить на вопрос, т.е. провести ремонт неответа или ухода от ответа [33], если в начале получен отказ или реплика респондента не соответствует формальным требованиям анкеты.

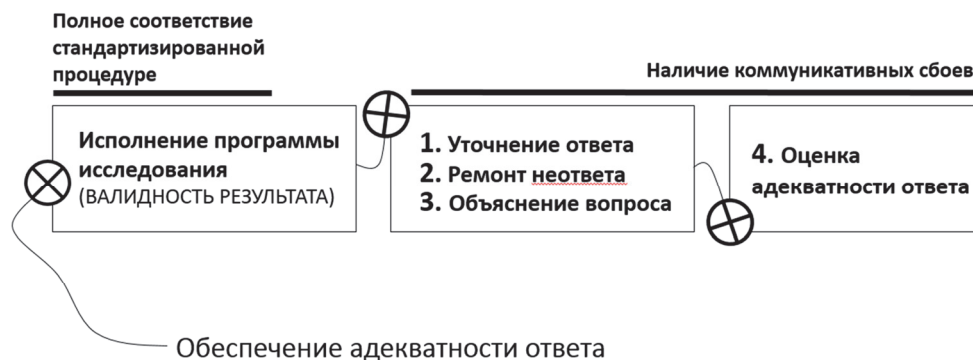


Рис. 1. Техники обеспечения адекватности ответа

Если в ходе интервью не возникают сбои, то реализуется наиболее простая ситуация — исполнения интервьюером роли контролера и посредника в получении данных. Во всех иных случаях от интервьюера требуется расширение ролевого репертуара, актуализация навыков, не требующихся для простой регистрации ответов.

Если анкетные вопросы хорошо сформулированы и соответствуют ожиданиям респондентов, стандартизированное интервью состоит из серий «парадигматических» вопрос-ответных последовательностей [39; 40], в которых интервьюер зачитывает вопросы так, как они написаны, а респондент дает ответы, совпадающие с анкетными кодами. Например, может быть ответ «да» на вопрос, предполагающий согласие или отказ. Интервьюер может подтвердить ответ респондента перед тем, как перейдет к другому вопросу. Однако ответы на анкетные вопросы — это взаимодействие, поэтому часто возникают непарадигматические вопрос-ответные последовательности, включая неуверенность, непонимание респондента [39; 40]. Реагируя на такие ситуации, интервьюеры могут отходить от правил стандартизации, но следовать целям измерения [23. Р. 4].

Уточнение ответа, объяснение вопроса и ремонт неответа — техники получения информации, требующие от интервьюера сочетать контроль за ответами с навыками эмпатического ведения беседы. Разберем на примерах особенности каждой техники.

Уточнение ответа — одна из наиболее распространенных техник получения информации посредством дополнительных вопросов [27]. Такая ситуация чаще всего возникает со сложными вопросами, где ответ может быть дан по другим основаниям и не попадать в закрытия. Например, представлен оценочный вопрос или нужно выбрать ответ «хорошо» или «плохо», а респондент колеблется и не может оценить однозначно. Так, на вопрос об экономических перспективах предприятия респондент дает ответ «неплохие» (реплика 2, фрагмент 1). Этот ответ не попадает под имеющиеся закрытия «хорошие, средние или плохие», поэтому интервьюер неоднократно пытается уточнить ответ. Респондент отвечает, что для него это сложный вопрос, что он не директор предприятия и не может дать однозначную оценку (реплика 4). Три раза интервьюер уточняет ответ — три раза респондент уклоняется от ответа. В результате интервьюер ставит «затрудняюсь ответить», что полностью отражает ситуацию.

Важно, что интервьюер зачитывает предложенные варианты, не пытается самостоятельно переформулировать ответ респондента и склонить его в ту или иную сторону. Таким образом, успешность техники измеряется не выбором точного ответа, когда его нет, а фиксацией позиции респондента, и вариант «затрудняюсь ответить» здесь не воспринимается как неудача.

Фрагмент 1: (мужчина, 46 лет — интервьюер, мужчина, 48 лет — респондент)

1. И: А каковы, на Ваш взгляд, перспективы развития предприятия, организации, в которой Вы работаете, на ближайшие два-три года — хорошие, средние или плохие? Как Вы считаете?
2. Р: Если в целом, то по ходу неплохие, наверное.
3. И: А как мне отметить? Хорошие, средние, плохие? Три оценки.
4. Р: Вот сложный вопрос. Я не директор, я не могу объяснить это.
5. И: Мы спрашиваем про Ваш взгляд, как Вы думаете, как Вы предполагаете.
6. Р: Ну, наверное, неплохие, скорее всего, что неплохие.
7. И: Николай Николаевич, три оценки: хорошие перспективы развития, средние, плохие? Подходит какая-то оценка?
8. Р: Сложно сказать, я не могу так сказать... Ну, наверное, неплохие.
9. И: Неплохие — у нас нет такого варианта, у нас есть средние! Хорошо, идем далее.

Другой частый случай уточнения ответа — его повторение. Интервьюер, прежде чем задать следующий вопрос, проговаривает только что полученный ответ [23. Р. 4], что дает респонденту возможность услышать свой ответ еще раз и поправить интервьюера, если он не так понял его. Хорошо работает эта техника в вопросах с множественным ответом, поскольку бывает, что респондент называет самые очевидные варианты и может забыть про другие, менее актуальные. Иногда интервьюеры пользуются ею при заполнении открытых вопросов, что позволяет им проверить то, что было услышано, не забыть информацию, дать возможность

респонденту проконтролировать фиксируемый ответ. Однако важно не злоупотреблять этой техникой и не выглядеть «попугаем», повторяющим каждый ответ респондента, нарушая разговорный тип коммуникации.

Интересно использует технику уточнения ответа интервьюер во Фрагменте 2: вопрос о возрасте вызвал коммуникативный сбой, респондент поинтересовался, зачем нужна эта информация. Причины его устроили, и он решил дать ответ «шестьдесят» (реплика 2), но сказал это неуверенно. Поскольку в такого рода вопросах респонденты склонны округлять возраст, интервьюер задает уточняющий вопрос (реплика 3) и получает другой возраст — 65 лет (реплика 4). Интервьюер вновь повторяет ответ (реплика 5), в том числе потому, что респондент назвал свой возраст не полностью. В результате получаем уточненный ответ.

Фрагмент 2: (женщина, 63 года — интервьюер, женщина, 65 лет — респондент)

1. И: Скажите, пожалуйста, сколько Вам полных лет? ...
2. Р: ...шестьдесят...
3. И: Шестьдесят ровно?
4. Р: Пять.
5. И: Шестьдесят пять.

Еще один частый вариант — неясный ответ, особенно, если респондент любит ломать структуру анкеты и на каждый вопрос давать собственный ответ. Во Фрагменте 3 вопрос о том, каких событий было больше в жизни — радостных или грустных, предполагает количественную оценку. Однако респондент предлагает еще и качественную оценку событий (реплика 2). Такой ответ не укладывается в закрытия, так как он дан по другому основанию, поэтому интервьюер уточняет вариант ответа (реплика 3).

Фрагмент 3: (женщина, 26 лет — интервьюер, мужчина, 65 лет — респондент)

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

Очень важно, чтобы в таких ситуациях у интервьюера хватало выдержки и терпения на уважительное общение и спокойную фиксацию позиции респондента без попыток навязать ему логику анкеты и выбрать самостоятельно ответ.

Объяснение вопроса — одна из базовых техник стандартизированного интервью, и при этом одна из самых сложных [16]. У респондентов часто возникают затруднения в понимании вопросов, и интервьюер становится их единственным помощником в разрешении сомнений. Согласно требованиям речевой стандартизации [5] интервьюер должен слово в слово повторить приведенную в анкете формулировку, не комментируя, не меняя порядок слов, не опуская и не добавляя слова. В реальности такое происходит редко, поскольку правила эффективной коммуникации требуют: если формулировка вызвала непонимание респондента,

то повторение непонятого в том же виде невежливо (если респондент не услышал или не разобрал слова) и неэффективно (для получения информации). Соответственно, адекватной реакцией интервьюера на запрос информации со стороны респондента будет не игнорирование, а участие, поэтому многие интервьюеры, даже под угрозой штрафных санкций, объясняют вопросы [32. Р. 12], т.е. требование стандартизации не блокирует объясняющие речевые практики.

Чтобы минимизировать риски смещений и интерпретаций вопросов интервьюерами, необходимо проводить инструктажи, писать комментарии к формулировкам вопросов, особенно к сложным, и проводить пилотаж анкеты. Однако никакие действия не гарантируют полного отсутствия нетипичных, отклоняющихся от предписанной стандартизации ситуаций. Во Фрагменте 4 респондент не понимает вопрос, и после паузы спрашивает интервьюера, какой требуется ответ (реплика 2). Интервьюер сокращает вопрос и выделяет интонацией смысловые компоненты: «могли бы или не могли бы» (реплика 3). Респондент реагирует междометием «а», демонстрируя понимание вопроса, и дает ответ «могла» (реплика 4). Это пример сбалансированного формального подхода к проведению стандартизированного интервью. С одной стороны, интервьюер не стала вступать в диалог, не ответив на вопрос респондента, с другой — повторяя вопрос, грамотно адаптировала его формулировку для лучшего понимания.

Фрагмент 4: (женщина — интервьюер, женщина, 75 лет — респондент)

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

Успешность техники объяснения вопросов во многом зависит от того, понимает ли интервьюер вопрос, разбирается ли он в ситуации. Одна из ключевых задач исследователя — обязательная и подробная подготовка интервьюеров к опросу, в ходе которой должен проводиться не только инструктаж по анкете и правилам фиксации ответов, но и по необходимым объяснениям к сложным или неоднозначным вопросам, по целям и задачам исследования, другим методическим рекомендациям [1. С. 43—44].

Техника ремонта неответа требует от интервьюера рефлексивной позиции, установки на получение достоверной информации. Неответ — это отказ или уход от ответа на конкретный вопрос, который в том числе может привести к срыву всего интервью.

Конечно, техники и стратегии убеждения принять участие в опросе и ответить на конкретный вопрос во многом схожи [1. С. 33]. Однако нам представляется логичным разделить их ввиду разных целей интервьюера и разных уровней взаимодействия: в первом случае при отказе от ответа актуализируется задача получения информации, это отношения респондента и анкеты, во втором случае, при

отказе от участия, на первый план выходят взаимоотношения интервьюера и респондента, необходимость построения эмпатических связей. Ремонт неответа возможен при вероятном (как превентивная техника) или уже случившемся сбое в коммуникации. Так, на вопрос о возрасте респондент не ответила, поинтересовавшись, зачем нужна такая информация (реплика 2, фрагмент 5). Вопрос сензитивный, он создает сбой в коммуникации, и интервьюер спокойно и подробно отвечает на вопрос, объясняя правила исследования. Интервьюер намеренно предоставляет больше информации, чем было запрошено, ждет, пока респондент не перебьет его, когда услышанного будет достаточно.

Фрагмент 5: (женщина, 63 года — интервьюер, женщина, 65 лет — респондент)

1. И: Скажите, пожалуйста, сколько Вам полных лет?
2. Р: А зачем Вам это?
3. И: Мы проводим определенных возрастных групп опросы, обобщаем данные по возрастным группам, поэтому спрашиваем возраст. Эта информация ни...
4. Р: ...шестьдесят...

Наиболее частый ремонт неответа — конвертация отказа отвечать на вопрос в согласие или затруднение. Невозможность выбрать из предложенных вариантов и отказ от ответа — это разные ситуации, тем не менее, часто составители анкеты объединяет эти варианты в одно закрытие «затрудняюсь ответить / отказ от ответа» или не оставляют возможности интервьюеру зафиксировать отказ от ответа, вынуждая его выбрать вариант «затрудняюсь», чтобы продолжить опрос. Это необходимо учитывать, например, для тестирования сензитивных вопросов, потому что эта градация поможет увидеть «степень» чувствительности респондента. Например, сензитивный вопрос про смерть и приготовления к смерти вызывает у респондента возмущение: она язвительно спрашивает у интервьюера, не нужно ли ей еще дать и номер своей сберегательной книжки (реплика 2, фрагмент 6). Этот сарказм имеет компенсаторную функцию, это должен понимать интервьюер. При осознании причины раздражения респондента интервьюер, который не может сам выбирать темы для разговора, не будет реагировать на провокацию, преобразуя раздражение и отторжение вопроса в положительную реакцию.

Фрагмент 6 (женщина, 26 лет — интервьюер, женщина, 66 лет — респондент)

1. И: ... Откладываете ли Вы деньги на свои похороны, включая вклады и страховки? Если да, то сколько уже удалось отложить?
2. Р: Еще, может, сберкнижку, номер дать сберкнижки?
3. И: Не желаете здесь отвечать?
4. Р: Конечно, такой вопрос... для каждого будет провоцирующий.

Интервьюер осознает остроту реакции респондента и осторожно выходит на безопасный островок — озвучивает респонденту его право не отвечать, используя подтверждающий вопрос («да?», реплика 3). Маленькое «да» создает у респондента ощущение согласия и понимания, ставит интервьюера на сторону респондента. Она соглашается не отвечать и называет причину — «провоцирующий вопрос» (реплика 4), более того, пытается оправдаться, что это «каждого будет» задевать. Интервьюер сняла напряжение, получив обоснованный отказ от ответа, а не прерванное интервью.

Иногда ремонт неответа производится превентивно, например, перед сензитивными или сложными вопросами. Такие формулировки могут быть внесены в инструментарий, но чаще всего интервьюеры используют их самостоятельно, исходя из своего опыта. Во Фрагменте 7 интервьюер почувствовала негатив, который нарастает у респондента, что связано с блоком однотипных и не самых интересных вопросов (реплика 1). К этому моменту респондент стал сухо и безучастно отвечать, не дает комментарии (реплика 2), видимо, у интервьюера возникло ощущение, что тот может прервать затянувшийся разговор. Интервьюер просит респондента не класть трубку, сообщая, что анкета подходит к концу и осталось совсем немного (реплика 3). Такая игра на опережение позволяет избежать возможного срыва коммуникации, снизить риски того, что интервью будет пройдено не полностью. Фактически любой ремонт неответа — это отход от стандартизации, отклонение от формального разговора. Опытный интервьюер, чувствуя напряжение в коммуникации, отходит от анкеты, привносит в нее дополнительные реплики, что помогает ему отремонтировать возникшие сбои.

Фрагмент 7 (женщина, 40 лет — интервьюер, женщина, 55 лет — респондент)

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

Оценка адекватности ответа — основная сквозная техника получения информации посредством запоминания интервьюером сказанного ранее, считая ответ на вопрос не отдельным независимым событием, а одним из событий, описывающих респондента и его личность. Это включает рефлексивную позицию интервьюера, делает его не просто попугаем, повторяющим написанное в анкете, не машиной по задаванию вопросов, а таким же участником коммуникации, как и респондент. Возвращение к тому, что уже было сказано респондентом, позволяет интервьюеру анализировать разговор в реальном времени, замечать нестыковки, логические противоречия, элементы непоследовательности. Пример такой техники приведен во Фрагменте 8: респондент не очень внимательно слушает вопросы, но спокойно и подробно рассказывает про себя. Из разговора ранее стало понятно, что она живет вдвоем с мужем, находится на пенсии, муж работает. Но на вопрос о том, сколько человек, включая респондента, проживают вместе с ней, она отвечает «один» (реплика 2). Формально ответ получен, вопрос задан так, как написан в анкете, респондент сразу на него ответила, можно переходить к следующему вопросу. Но интервьюер помнит, что говорила респондент ранее, и понимает, что она не до конца поняла вопрос, поэтому проясняет ситуацию (реплика 3). Позже на вопрос о том, есть ли у респондента члены семьи, требующие постоянного ухода (ранее была оговорка, что речь будет идти только о людях, проживающих вместе с респондентом), та назвала внучку (реплика 7). Вновь интервьюер уточняет

ответ, несмотря на то, что он был произнесен уверенным тоном, что позволяет скорректировать допущенную респондентом ошибку.

Фрагмент 8 (женщина, 40 лет — интервьюер, женщина, 55 лет — респондент)

1. И: Сколько человек, включая Вас, проживают вместе с Вами и ведут совместное хозяйство?
2. Р: Один.
3. И: То есть... кроме вас еще один, да?
4. Р: Да, да, да.
5. ...
6. И: Есть ли в Вашей семье кто-то, требующий постоянного ухода, постоянной помощи?
7. Р: Внучка
8. И: Так вы сказали, вы живете вдвоем с мужем...
9. Р: Ну внучка живет у дочери, мы им помогаем
10. И: Но она живет отдельно, а мы рассматриваем только Вашу семью, это Вы и Ваш муж. Есть кто-нибудь, кто требует постоянной помощи?
11. Р: Нет.

Другой респондент в вопросе об источниках существования (Фрагмент 9) забывает указать работу (реплика 2), хотя, судя по разговору ранее, эта ситуация маловероятна. Интервьюер повторяет названные варианты ответа и переспрашивает, работает ли кто-либо (реплика 3). Респондент отвечает, что она работает, чего мы не узнали бы, не задай интервьюер уточняющий вопрос.

Фрагмент 9 (мужчина — интервьюер, женщина, 51 год — респондент)

1. И: Скажите, пожалуйста, какие источники существования имеются в Вашем домохозяйстве — работа, подсобное хозяйство, пенсия, пособия, стипендия, помощь других лиц, алименты или какие-то другие источники?
2. Р: Пенсия, подсобное хозяйство.
3. И: Пенсия, подсобное хозяйство (пауза)... получается, никто не работает?
4. Р: (пауза) Я работаю.

В целом техника адекватного оценивания ответа — то, что делает интервьюера живым участником коммуникации. Неверные, неполные ответы на не до конца услышанные вопросы случаются в стандартизированном интервью, и если они не нарушают внутренней логики анкеты, то единственная возможность заметить отклонения от опросного задания — рефлексивная позиция интервьюера. Она противоречит жесткой речевой стандартизации, легитимирует отход от анкеты, дополнительные вопросы, уточнения. Важно, чтобы интервьюер не злоупотреблял данной техникой, не навел респондента на ответы и не смещал их, поэтому необходима правильная подготовка инструментария и готовность аналитиков-контролеров оценивать работу интервьюера исходя из здравого смысла, а не формальной логики.

Сохранение (неформальности) разговора

Интервью — это диалог, в котором участники не только обмениваются репликами, но и испытывают целую палитру чувств, оценивают друг друга. Крайне важно, чтобы респондент чувствовал себя комфортно, чтобы вмешательство в его

повседневность было этичным и вежливым, чтобы он включился в стандартизированные правила. В свою очередь, от интервьюера требуется отзывчивость и сопричастность [23. Р. 2], которые зависят от того, сможет ли интервьюер по ходу интервью, а обычно это происходит на первых минутах, выстроить с респондентом эмпатические отношения. Успешные интервьюеры реализуют ряд техник (рис. 2), чтобы выполнить эту задачу: сама эмпатия и симпатия к респонденту [11]; совместный смех, имеющий множество функций [8; 24]; речевая синхронизация, приемы отзеркаливания; вежливое завершение интервью, оставляющее положительное впечатление от взаимодействия [2].

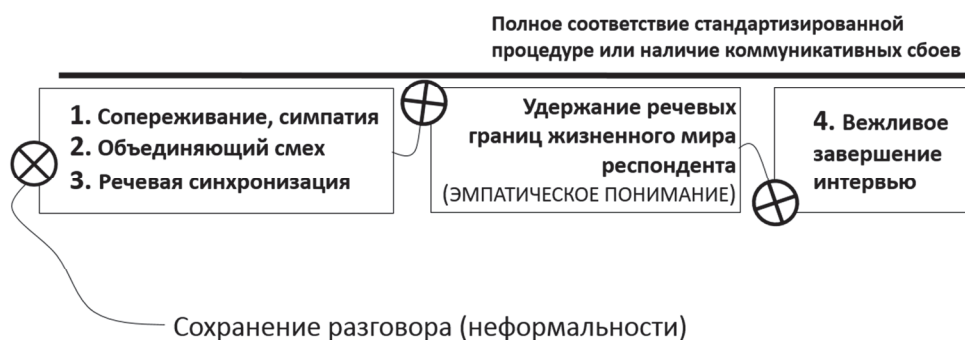


Рис. 2. Техники построения эмпатических отношений

Сопереживание, симпатия, попытка представить себя на месте другого человека — частый прием профессиональных интервьюеров и ключевой элемент успешного взаимодействия в любой коммуникации, направленной на получение информации от незнакомых людей. Встать на позицию другого, разделить его переживания, понять его затруднения, поддержать его словами — все это создает неформальную атмосферу разговора, показывает, что интервьюеру не все равно, ему важно то, что говорит респондент. Например, сензитивный вопрос о качестве интимной жизни (реплика 1, фрагмент 10) ставит респондента в неловкую ситуацию, и она использует формулировки «отличной нельзя назвать», «шибко хорошо», как бы уходя от однозначной оценки, ища одобрения интервьюера, и в итоге находит выход — оценивает свою личную жизнь «хорошо» по совсем другим основаниям — счастью в детях (реплика 2). Наличие детей и счастливое материнство как бы оправдывают личную неудачу, компенсируют ее. Интервьюер тут же подхватывает тему, развивает ее, говоря, что есть внуки и скоро будут и правнуки (реплика 3), настраивая респондента на оптимистичный лад. Респондент соглашается (реплика 4), остается в социально одобряемой позиции, что главное в жизни женщины — не личное счастье, а дети, и интервью продолжается в позитивном ключе (реплика 5).

Фрагмент 10 (женщина, 55 лет — интервьюер, женщина, 65 лет — респондент)

1. И: Оцените, пожалуйста, в целом, как сложилась Ваша интимная жизнь: отлично, хорошо, удовлетворительно или плохо?
2. Р: Ну отличной нельзя назвать, шибко хорошо? Мне бог дал счастья в моих детях. Ну, значит, хорошо!

3. И: Да! И внуки теперь, а там и правнуки скоро!
4. Р: Да.
5. И: Или есть уже правнуки? (смеется)
6. Р: Нет, нет еще.
7. И: Ну-у, скоро будут!

Во Фрагменте 11 аналогичная ситуация возникла при вопросе о занятии спортом (реплика 1). Респондент не отвечает на вопрос и, как становится понятно из дальнейшего диалога, не отвечает потому, что ей не хочется признаваться, что она им не занимается. Женщина неоднократно пытается уйти от ответа, приводя в пример другие виды физической активности, как бы компенсируя ими отсутствие спорта (реплики 2, 4). Интервьюер чувствует это, позволяет респонденту сохранить лицо, мягко и доброжелательно возвращает ее к вопросу (реплика 3), говорит «я вас понимаю», что создает ощущение безопасности и поддержки, снимает страх признания в том, что респондент не заботится о здоровье. Интервьюер объясняет, что «причины» они смогут зафиксировать в другом вопросе, что эти данные тоже важны и потеряны не будут (реплика 5). В итоге интервьюер получает несмещенный ответ на вопрос (реплика 6), выражает респонденту симпатию и уважение, проявляет тактичность и терпение.

Фрагмент 11 (женщина, 46 лет — интервьюер, женщина, 66 лет — респондент)

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

Объединяющий смех — универсальная техника сближения с респондентом. Смех в диалогичном общении используется очень часто и с разными целями, мы имеем в виду взаимный смех, который объединяет респондента и интервьюера, независимо от того, кем он был инициирован. В приведенном ниже примере создается дружественная атмосфера понимания, интервьюер и респондент общаются, как старые знакомые, понимают друг друга и смеются вместе (реплики 7, 8).

Фрагмент 12 (женщина, 62 года — интервьюер, женщина, 55 лет — респондент)

1. И: Какая примерно часть суммарного дохода домохозяйства была потрачена на питание в прошлом месяце — менее трети, от трети до половины, примерно половина, от половины до двух третей или более двух третей?
2. Р: Ой, я даже не знаю... Ну... Как это оценить...
3. ...
4. И: Не можете назвать, не анализировали никогда?
5. Р: Не, я никогда так не анализировала. То одно, то другое.
5. И: По кучкам не раскладывали?
6. Р: Нет, не получается у меня по кучкам раскладывать (смех).
7. И: Поняла вас (смех).

Смех — звуковая вставка в речь, обозначающая состояние респондента, его отношение к сказанному [6. С. 287]. Техника объединяющего смеха в телефонном интервью актуализируется чаще всего как ответ на запрос респондента, когда он начинает смеяться или улыбаться первым, например, пытаясь скомпенсировать напряжение в коммуникации или объяснить, почему не может ответить на вопрос. Крайне важно, чтобы объединяющий смех не уводил ситуацию интервью в панибратское и неофициальное общение, интервьюеру необходимо не забывать о том, зачем он говорит с человеком, каким бы близким, знакомым и понятным он ему не казался.

Речевая синхронизация — прием проявления уважения к респонденту посредством подстраивания под него с точки зрения вербального и невербального общения: интервьюер как бы отзеркаливает поведение респондента. У людей разная степень восприятия устной речи, разный уровень образования, разная осведомленность о вещах, о которых идет речь в интервью. Более того, можно говорить о разных когнитивных особенностях, поскольку метод телефонного интервью позволяет достигать разные исследуемые группы, например, инвалидов, людей «четвертого» возраста и т.д. Самая простая иллюстрация речевой синхронизации — когда интервьюер замедляет речь, громко и отчетливо произносит слова в разговоре с пожилыми людьми. В идеале интервьюер должен обладать разными «регистрами» общения, уметь проводить интервью разной степени интенсивности, грамотно владеть темпом речи, уметь изменять синтагматическое и паузальное членение предложений.

Пример речевой синхронизации — подстройка интервьюера под молодого и очень удобного респондента. Мужчина четко, по делу, с полным пониманием ситуации дает ответы, выбирая из предложенных закрытий, не отвлекаясь, не уводя разговор в другое русло. Очевидно, что ситуация интервью для него понятна, восприятие на слух вопросов анкеты, даже самых сложных и длинных, не составляет труда, он являет собой тип «идеального» респондента. Интервьюер сразу понимает это и подстраивается под такой стиль разговора, не давая респонденту лишней информации, экономя его время и усилия. Она работает в режиме формального прочтения анкеты, делает это грамотно, спокойно и уверенно, говорит доброжелательным и участливым голосом, как бы невербально поддерживая и одобряя респондента. Некоторый отход от формальной беседы случается на однообразном и длинном табличном вопросе, и респондент позволяет себе «вольность», которой не было ранее, — кратко аргументирует свой ответ (реплика 4). Интервьюер это замечает, но не хочет ломать стройность беседы, потому таким же уверенным тоном задает следующий вопрос (реплика 5). На него респондент дает уже размытый ответ, не попадающий в закрытия (реплика 6). Это подтверждает, что даже самый «идеальный» и беспроблемный респондент не может не отклониться от логики анкеты. Интервьюер тут же возвращает респондента в рамки анкеты, перечислив ему закрытия (реплика 7).

Фрагмент 13 (женщина — интервьюер, мужчина, 20 лет — респондент)

1. И: А как Вы оцениваете — хорошо, удовлетворительно или плохо — следующие стороны своей жизни: питание?

2. Р: Ммм, хорошее... (далее следуют пять аналогичных вопросов)
3. И: Экологическая ситуация в том месте, где вы живете?
4. Р: Хорошая, природа.
5. И: Возможность выражать свои политические взгляды?
6. Р: Ну с этим не особо...
7. И: Хорошо, удовлетворительно или плохо?
8. Р: Ну... удовлетворительно.

Речевая синхронизация интервьюера с респондентом — важный навык, в приведенном фрагменте интервьюер грамотно и правильно оценила респондента, то, как наиболее комфортно и функционально провести с ним интервью. Такая ситуация — скорее исключение из правил, идеальный случай формального и стандартизированного телефонного интервью, который редко встречается на практике.

Вежливое завершение интервью — один из важнейших навыков, позволяющих интервьюеру подвести черту, подготовить респондента к прекращению беседы [10]. Эмпатические взаимоотношения позволяют завершить разговор наиболее комфортным и безболезненным способом [25. Р. 161—174].

К сожалению, часто интервьюеры игнорируют важность последних минут, хотя именно они придают разговору законченность [2]. Грамотное и корректное завершение интервью — одна из ведущих техник выстраивания эмпатических отношений между интервьюером и респондентом, один из маркеров профессионализма интервьюера. На момент прощания цель сбора данных уже достигнута, анкета закончена и отправлена в обработку. Интервьюер знает, что интервью уже засчитано для него как результативное, его работа выполнена. То, как будет происходить прощание, показывает человеческие качества интервьюера.

Приведем пример прекрасного завершения стандартизированного интервью, которое заняло около минуты. Респондент, женщина 85 лет, на протяжении разговора была несколько тревожна, поскольку данный формат общения для нее непривычен. Интервьюер с применением техники речевой синхронизации проводила интервью, замедлив свою речь, что увеличило продолжительность разговора, но необходимо осознавать ценность и редкость телефонного интервью со столь пожилым человеком, ведь часто данная возрастная группа выпадает из опроса. Когда анкета подошла к концу, интервьюер объяснила, что задала все необходимые вопросы, поблагодарила респондента за участие, отметила важность происходящего, объяснила, зачем это нужно (реплика 1). Респондент с облегчением обрадовалась (реплика 2), интервьюер еще раз поблагодарила и обозначила ценность мнения респондента (реплика 3). Далее последовало еще три обмена схожими репликами, пока интервьюер не поняла, что респондент готова закончить разговор. Наконец, звучат прощальные слова, оба участника коммуникации остаются крайне довольны друг другом.

Фрагмент 14 (женщина — интервьюер, женщина, 85 лет — респондент)

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

2. Р: Слава богу!
3. И: Ваше мнение очень ценно для нас, спасибо большое!
4. Р: Спасибо большоооооо!
5. И: Хорошего вам дня!
6. Р: Спасибо большое Президенту, я его обожаю и люблю!
7. И: Очень приятно было с вами пообщаться! Спасибо вам большое за ваши ответы! Всего доброго! До свидания!
8. Р: До свидания!

Приведем другой, менее типичный пример корректного и неторопливого завершения интервью: после почти получасового разговора интервьюер корректно попрощалась с мужчиной (реплика 1). Видимо, во время интервью были установлены сильные эмпатические связи, и мужчина захотел продолжить общение (реплика 2). Интервьюер не стала обрывать разговор, а спросила респондента, о чем он хочет поговорить (реплика 3). Оказалось, что респонденту хочется побеседовать про жизнь (реплика 4), и интервьюер вежливо попыталась еще раз завершить разговор, объяснив необходимостью продолжить работу (реплика 5). Тут респондент неожиданно позвал интервьюера к себе в гости (реплика 6). Такое предложение застало интервьюера врасплох, она лишь удивленно произнесла «Да?» (реплика 7). После этого связь оборвалась, и мы не можем достоверно узнать, что произошло. Если поставить точку до обрыва разговора, то поведение интервьюера вопросов не вызывает, и те коммуникативные техники, которые она использовала, говорят о ее человеческом отношении к респонденту.

Фрагмент 15 (женщина — интервьюер, мужчина, 53 года — респондент)

1. И: (27 минута интервью) Это были все вопросы в нашем анкетировании, спасибо большое за участие. Спасибо за уделенное время. Всего Вам доброго, до свидания!
2. Р: (смех) Давайте еще поговорим о чем-нибудь?
3. И: А о чем вы хотите еще поговорить?
4. Р: Ну просто про жизнь...
5. И: К сожалению, наша анкета закончилась. Я вынуждена ... дальше продолжать опрос.
6. Р: (пауза) Приезжайте ко мне в Домодедово!
7. И: Да?

Если же допустить, что интервьюер положила трубку, то оценка ее поведения не столь однозначна. Очевидно, что респондент не простой, интервью с ним длилось намного дольше обычного. Интервьюер устала от постоянного напряжения и необходимости вежливо и участливо отвечать на сложные встречные вопросы, которые порой ломают логику взаимодействия. Потому гипотетический обрыв коммуникации по ее воле после двукратного прощания вполне понятен. Фактически интервьюер сообщила о намерении прервать разговор, дала объяснение этому (реплики 1, 5), но после нестандартной реакции респондента (реплика 6) немного растерялась. Идеальным завершением такого интервью была бы резюмирующая фраза интервьюера.

Не всегда у интервьюеров хватает терпения и уважения, чтобы выполнить свою работу этично и качественно, как это сделали интервьюеры, поведение

которых описано выше. Именно такие интервьюеры, готовые поддерживать, слушающие и оценивающие ответы и аргументацию респондентов, должны входить в постоянный штат опросных организаций, особенно в исследованиях по сензитивной тематике, когда у респондентов возникают страхи и эмоциональные переживания [21. Р. 125]: «короткая „итоговая“ беседа — правильное завершение интервью».

Стандартизация интервью

Третья плоскость взаимодействия во время стандартизированного интервью — опосредованная коммуникация респондента и исследователя. Посредником выступает интервьюер, который как бы берет на себя функцию коммуникативного толкователя, переводчика концептуального языка на разговорный, бытовой. Если абстрагироваться от анкеты, очевидно, что каждое интервью — лишь один из многих случаев, составляющих базу данных, конструирующую некоторую общность. Замысел исследования, то, как будет анализироваться и храниться полученная информация, на что она может повлиять — это то, что респондент имеет право знать [29; 37; 43]. По сути, это его информированное согласие на участие в исследовании, раскрытие информации о себе, «явная или неявная договоренность с респондентом об участии в опросе после его ознакомления с характером и задачами исследования» [44. Р. 7—11]. Исследование должно, насколько это возможно, быть основано на свободном получении информированного согласия от субъектов, которые обеспечены адекватной информацией о том, что будет происходить, об ограничениях и рисках своего участия в исследовании [43. Р. 279]. Понятие, первоначально возникшее и все еще активно и обсуждаемое в медицине [14; 15; 22; 28] — информированное согласие — не менее важно и в социальных исследованиях. Ответственность за правильное его получение лежит на всех участниках опросной процедуры: исследователе, проектировщике выборки, интервьюере.

Конструирование информированного согласия должно происходить на протяжении всего интервью, а не только на вступительной фразе. Во-первых, респондент, даже подписав информированное согласие, не может представить все детали предстоящего интервью, и наличие согласия еще не гарантирует его завершения [43. Р. 287], поэтому от интервьюера требуется возвращаться к объяснению и уточнению первоначально проговоренных условий, правил и последствий беседы. Во-вторых, длительная и перегруженная вступительная фраза может привести к сбою в коммуникации вплоть до отказа от участия. В начале интервью основная задача заключается в том, чтобы наладить диалог с респондентом, а далее в ходе интервью необходимо предоставлять требуемую информацию в ответ на его запрос, что позволит «сохранять коммуникативное равновесие в разговоре — готовность не только спрашивать, но и отвечать» [1. С. 30].

Техники, позволяющие сконструировать информированное согласие (рис. 3), — это объяснение правил и процедуры опроса, предоставление информации об исследовании в широком смысле, ответы на вопросы респондента, обозначение важности и статусности исследования.



Рис. 3. Техники конструирования информированного согласия

Объяснение правил и процедуры телефонного опроса особенно результативно с теми респондентами, которые не понимают формат стандартизированного диалога [42]. Для них интервьюер — чужак, разговаривающий на непонятном языке, пришедший с непонятными целями, требующий внимания и участия в своем непонятном предприятии. Зачастую это люди старшей возрастной группы, готовые помочь, но не понимающие, как это сделать, или же люди, которые не сталкивались со стандартизированным интервью или представляли его иначе. Так, женщина 60 лет настроена на общение, доброжелательна, но ситуация вызывает у нее недоумение: услышав цель исследования, она сетует, что обычно такие опросы по телефону не проводятся (реплика 3), но откуда у нее такие сведения, не сообщает. Интервьюер встает в позицию эксперта и уверенным тоном заявляет, что дело обстоит иначе (реплика 3). Респондент не находит, что возразить, и соглашается, но решает установить свои правила. Она спрашивает, может ли она не отвечать на вопрос, который ее не устроит (реплика 4), на что интервьюер отвечает утвердительно.

Фрагмент 16 (женщина — интервьюер, женщина, 60 лет — респондент)

1. Цель исследования — анализ благосостояния населения в связи с кризисом. Вы согласны?
2. Р: Странно, обычно по телефону такие опросы не проводятся.
3. И: Ну почему же, очень даже проводятся. Очень много проводится опросов по телефону. В том числе и такие (пауза).
4. Р: Ну хорошо, вопрос, который меня совсем не устроит, я могу на него не отвечать?
5. И: Ну конечно (пауза), конечно.

Часто вопросы с большим количеством закрытий вызывают коммуникативные сбои в телефонном интервью, потому что респондент понимает, что большая часть закрытий к нему не относится и перебивает интервьюера, сразу озвучивая ответ. Вопрос про транспорт вызывает именно такую реакцию у респондента: в их семье нет транспорта, поэтому она сразу отвечает «нет!» (реплика 2), не дослушав вопрос до конца. Интервьюер извиняется и вежливо отвечает, что обязана дочитать вопрос (реплика 3). Она объясняет правила телефонного опроса, сообщает, что

есть инструкция, которой она вынуждена придерживаться, но демонстрирует уважение к собеседнику, показывает, что слышит его. Дело в том, что, поторопившись, респондент может дать ошибочный ответ, не поймет вопрос до конца, не услышит закрытий, которые окажутся релевантными. Такое объяснение правил и процедуры опроса занимает немного времени, но создает ощущение диалога, показывает значимость реплик респондента для интервьюера, снимает возможный коммуникативный сбой и взаимное недовольство.

Фрагмент 17 (женщина, 54 года — интервьюер, женщина, 60 лет — респондент)

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

Информация об исследовании — четких требований, какую информацию необходимо предоставить респонденту, нет. В целом принято называть заказчика (спонсора) и опросную организацию, принцип анонимности, способ анализа и использования данных, цель, тематику и длительность разговора, способ отбора респондента. Не всегда респонденты могут сформулировать запрос на эти данные, предпочитая отказаться от участия в опросе.

Интервьюер, владеющий техникой предоставления правильной и релевантной информации об исследовании, распознает такие ситуации и преобразовывает их в согласие. В ситуации ниже респондент испугалась дать ответ на сензитивный вопрос о составе домохозяйства. Женщине 84 года, она отказывается называть тех, кто с ней проживает (реплики 2, 4). Интервьюер пытается помочь респонденту ответить (реплика 3), но женщина хочет прекратить взаимодействие, сетуя, что она — человек не интересный (реплика 6). Интервьюер замечает напряжение в общении, дважды повторяет «очень» и «зря вы так», понимает, что нужно внести в разговор ясность, снять напряжение (реплика 7), предоставить респонденту информацию об исследовании. Респондент не выдерживает и задает вопрос, который, видимо, ее волновал уже некоторое время: есть ли у звонящих ее адрес (реплики 8, 12) и какие могут быть последствия (реплика 10). Интервьюер развернуто объясняет процедуру опроса, анонимность, особенности отбора респондентов и представления результатов (реплики 13, 15, 21, 23, 27). Этот разговор занимает более трех минут, но позволяет интервьюеру развеять сомнения респондента, получить действительно информированное и добровольное согласие.

Фрагмент 18 (женщина — интервьюер, женщина, 84 года — респондент)

1. И: Скажите, пожалуйста, кем они Вам приходятся?
2. Р: (молчит)
3. И: Ну, это племянники, внуки, кто это...?
4. Р: Нет, просто очень хорошие знакомые.

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

Ответ на вопросы респондента. Часто вопросы анкеты вызывают у респондентов встречные вопросы, например, как отвечать, зачем это нужно, кто это придумал. Задача интервьюера — ответить на вопросы, хоть это будет временной сменой ролей. Важно, чтобы интервьюер был морально готов оказаться в роли отвечающего, с чем бывают сложности у неопытных интервьюеров, а также знал, как ответить на вопрос. Для этого составителям анкеты необходимо объяснять не только каждый вопрос, но и замысел исследования.

Вопрос о возрасте респондента в начале интервью (реплика 1) актуализировал информированное согласие, и респондент спрашивает, зачем у него это спрашивают (реплика 2). Интервьюер начинает объяснять, почему в данном исследовании необходимо узнавать возраст (реплика 3), что есть разные возрастные группы. Она продолжает говорить, пока ее не перебивает респондент, получивший достаточно информации.

Фрагмент 19 (женщина, 63 года — интервьюер, женщина, 65 лет — респондент)

1. И: Скажите, пожалуйста, сколько Вам полных лет?
2. Р: А зачем Вам это?
3. И: Мы проводим определенных возрастных групп опросы, обобщаем данные по возрастным группам, поэтому спрашиваем возраст. Эта информация ни...
4. Р: ...шестьдесят...

Иногда вопросы респондентов возникают в момент пауз, например, когда интервьюер вносит в базу ответ на открытый вопрос. Это происходит, чтобы заполнить перерыв в разговоре и прервать неуютную тишину. Так, интервьюер записывала ответ на вопрос о болезнях, которые мешают респонденту, в разговоре повисла пауза и респондент предположил, что интервьюеру с ним неинтересно беседовать (реплика 6). Интервьюер предупредила, что ей нужно записать ответ (реплика 5), но респондент не поняла, почему вдруг темп разговора изменился. Интервьюер тут же реагирует на реплику и объясняет, пусть и не очень гладко и связно (вероятно, она все еще фиксировала ответ), что ей наоборот нравятся люди в возрасте, имеющие жизненный опыт, с которыми интересно поговорить (реплика 9). Во время интервью респондентам необходимо получать обратную связь о том, как они справляются с возложенной на них ролью. Реакция, которую респондент получает на свой ответ, влияет на его дальнейшее поведение [31. Р. 255—256], поэтому важно, чтобы интервьюер мог дать аргументированный ответ.

Фрагмент 20 (женщина, 53 года — интервьюер, женщина, 72 года — респондент)

1. И: А есть ли у Вас болезни, которые мешают, сильно мешают? Если да, то какие?
2. Р: Гипертония, злостная гипертония.
3. И: Только гипертония или еще что-то?
4. Р: Ааа, ишемическая болезнь сосудов головного мозга, ну это все тоже к гипертонии относится. И ишемия сердца, конечно.
5. И: (пауза) Так, сейчас, запишу это (пауза)
6. Р: Даже не интересно со мной беседовать, да?
7. И: Почемууу?
8. Р: Да... такие болячки
9. И: Ну... это все... не скажу интересно... Наоборот, мне очень люди... вот такие... возрастные нравятся, от них можно столько... интересный... собеседник.

Статусность исследования: сообщение, что именно данный респондент нужен для исследования, повышает не только статус опроса, но и статус респондента. Часто техника повышения статуса опроса используется в момент уговора на участие в нем. Ниже респондент не отказывается от участия, но высказывает сомнение и спрашивает о длительности опроса (реплика 4). Эта фраза — сигнал для интервьюера, что категорического отказа нет, что респондент идет на диалог. Интервьюер принимает единственно правильное решение — пытается уговорить пройти опрос. В этой же фразе интервьюер поднимает статус интервью, подчеркивая важность взаимодействия, что все ответы будут учтены и проанализированы в обобщенном виде.

Фрагмент 21 (женщина, 54 года — интервьюер, женщина, 60 лет — респондент)

1. И: Здравствуйте!
2. Р: Здравствуйте!

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

Техники конструирования информированного согласия помогают интервьюерам успешно решать разные задачи: при информированности собеседника вероятность успеха коммуникации повышается; описание особенностей и важности исследования создает контекст для разговора, помогает респонденту более осознанно и ответственно подходить к роли отвечающего; соблюдается этическое требование к раскрытию информации об исследовании.

Долгие годы приемы вопрошания воспринимались как искусство. Среди методистов наибольшей популярностью пользовалась книга С. Пейна «Искусство задавания вопросов» [36], где рассматривались наиболее сложные жизненные ситуации для обсуждения в стандартизированном интервью. Лишь в 2003 году Н. Шеффер и С. Прессер опубликовали большую обзорную статью «Наука задавания вопросов» [41], которую представили как ответ Пэйну по итогам десятилетних наблюдений за опросной коммуникацией. Однако ни эта, ни последующие публикации не смогли изменить трактовку вопрошания как искусства, рационально объяснить приемы которого невозможно.

Когда речь идет о живом взаимодействии с респондентом даже опытного интервьюера, не всегда анкета идет намеченным маршрутом — возникают сбои и недоразумения. Именно в таких ситуациях проявляется мастерство полевого интервьюера, позволяющее осуществлять ремонт коммуникации. Успешность интервью сегодня не измеряется лишь полностью заполненной анкетой, важна и релевантность ответов, и информированное согласие на участие, и положительный эмоциональный шлейф. Для этого интервьюеру не требуются сверхъестественные таланты — достаточно адекватно и дружелюбно, качественно и заинтересованно делать свою работу, по-человечески относиться к собеседникам. Однако при всей простоте максим эффективной коммуникации выполнение их связано с рядом трудностей и требует серьезной подготовки.

Библиографический список / References

- [1] *Ипатова А.А., Рогозин Д.М.* Эффективное стандартизированное интервью // Социологический журнал. 2014. № 1 / Ipatova A.A., Rogozin D.M. *Effektivnoe standartizirovannoe intervyyu* [Communicative success in the structured telephone interview]. *Sotsiologicheskyy Zhurnal*. 2014; 1 (In Russ.).

- [2] *Ипатова А.А.* Как правильно завершить телефонное интервью // Социологический журнал. 2012. № 4 / *Ipatova A.A.* *Kak pravilno zavershit telefonnoe intervyyu* [How to end a telephone interview]. *Sotsiologicheskyy Zhurnal*. 2012; 4 (In Russ.).
- [3] *Ноэль Э.* Массовые опросы: введение в методику демоскопии / Пер с нем. М.И. Зайцевой, Л.Н. Крючковой; общ. ред., вступ. и закл. ст. Н.С. Мансурова. М.: Изд-во «Ава-Экстра», 1993 / *Noelle E.* *Massovyye oprosy: vvedenie v metodiku demoskopii* [Mass Survey: Introduction to the Methods of Demoscopy]. Per. s nem. M.I. Zaitseva, L.N. Kryuchkova; obsch. red., vstupit. i zakl. st. N.S. Mansurova. Moscow: “Ava-Extra”; 1993 (In Russ.).
- [4] *Панина Н.В.* Технология социологического исследования. Киев: Институт социологии НАН Украины, 2001 / *Panina N.V.* *Tekhnologiya sotsiologicheskogo issledovaniya* [Technology of Sociological Research]. Kiev: Institut sotsiologii NAN Ukrainy; 2001 (In Russ.).
- [5] *Рогозин Д.* В тени опросов, или будни полевого интервьюера. М.: Изд-во «Страна ОЗ», 2017 / *Rogozin D.* *V teni oprosov, ili budni polevogo intervyyuera* [In the Shadow of Surveys, or Weekdays of the Field Interviewer]. Moscow: “Strana OZ”; 2017 (In Russ.).
- [6] *Романова Н.Н., Филиппов А.А.* Культура речевого общения: этика, прагматика, психология. М.: Флинта; Наука, 2009 / *Romanova N.N., Filippov A.A.* *Kultura rechevogo obshcheniya: etika, pragmatika, psikhologiya* [Culture of Verbal Communication: Ethics, Pragmatics, Psychology]. Moscow: Flinta; Nauka; 2009 (In Russ.).
- [7] *Садмен С., Брэдберн Н.* Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование опросного инструмента / Пер. с англ. А.В. Виницкой; под ред. Д.М. Рогозина. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002 / *Sudman S., Bradburn N.* *Kak pravilno zadavat voprosy: vvedenie v proektirovanie oprosnogo instrumenta* [Asking Questions: A Practical Guide to Questionnaire Design]. Per. s angl. A.V. Vinitzskoy; pod red. D.M. Rogozina. Moscow: Institut Fonda “Obshchestvennoe mnenie”; 2002 (In Russ.).
- [8] *Турчик А.В.* Конверсационный анализ смеха в речевом взаимодействии: случай конструирования оценок власти // Социологический журнал. 2010. № 1 / *Turchik A.V.* *Konversatsionny analiz smekha v rechevom vzaimodeistvii: sluchai konstruirovaniya otsenok vlasti* [Conversational analysis of laughter in verbal interaction: A case of assessing the authorities]. *Sotsiologicheskyy Zhurnal*. 2010; 1 (In Russ.).
- [9] AAPOR Report: Current knowledge and considerations regarding survey refusals. <https://www.aapor.org/Education-Resources/Reports/Survey-Refusals.aspx>.
- [10] *Bakken D.* Saying goodbye: An observational study of parting rituals. *Man-Environment Systems*. 1977; 7.
- [11] *Bell K., Fahmy E., Gordon D.* Quantitative conversations: The importance of developing rapport in standardized interviewing. *Quality and Quantity*. 1997; 50.
- [12] *Beullens K., Loosveldt G.* Interviewer effects in the European Social Survey. *Survey Research Methods*. 2016; 10 (2).
- [13] *Cheron E., Hayashi H.* The effect of respondents’ nationality and familiarity with a product category on the importance of product attributes in consumer choice: Globalization and the evaluation of domestic and foreign products. *Japanese Psychological Research*. 2001; 43 (4).
- [14] *Chico V., Taylor M.J.* Using and disclosing confidential patient information and the English common law: What are the information requirements of valid consent? *Medical Law Review*. 2018; 26 (1).
- [15] *Chrimes N., Marshall S.D.* The illusion of informed consent. *Anaesthesia*. 2018; 73 (1).
- [16] *Conrad F.G., Schober M.F.* Clarifying question meaning in a household telephone survey. *Public Opinion Quarterly*. 2000; 64.
- [17] *Davis R.E., Couper M.P., Janz N.K. et al.* Interviewer effects in public health surveys. *Health Education Research*. 2010; 25 (1).
- [18] *Dumitrescu D., Martinsson J.* Surveys as a social experience: The lingering effects of survey design choices on respondents’ survey experience and subsequent optimizing behavior. *International Journal of Public Opinion Research*. 2016; 28 (4).

- [19] Fowler F.J. Reducing interviewer-related error through interviewer training, supervision, and other means. *Measurement Error in Surveys*. Ed. by P.P. Biemer, R.M. Groves, L.E. Lyberg, N.A. Mathiowetz, S. Sudman. Hoboken: Wiley; 2004.
- [20] Fowler F.J., Manione T.W. *Standardized Survey Interviewing: Minimizing Interviewer Related Error*. Newbury Park: Sage; 1990.
- [21] Frey H.J., Mertens Oishi S. *How to Conduct Interviews by Telephone*. London: Sage; 1995.
- [22] Frunza A., Sandu A. Values grounding the informed consent in medical practice: Theory and practice. *Sage Open*. 2017; 7 (4).
- [23] Garbarski D., Schaeffer N.C., Dykema J. Interviewing practices, conversational practices, and rapport: Responsiveness and engagement in the survey interview. *Sociological Methodology*. 2016; 46 (1).
- [24] Glenn P. *Laughter in Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press; 2003.
- [25] Hargie O., Saunders C., Dickson D. *Social Skills in Interpersonal Communication*. New York: Routledge; 1994.
- [26] Jaecle A., Lynn P., Sinibaldi J., Tipping S. The effect of interviewer experience, attitudes, personality and skills on respondent co-operation with face-to-face surveys. *Survey Research Methods*. 2013; 7 (1).
- [27] Kadan-Lottick N.S., Friedman D.L., Mertens A.C., Whitton J.A., Yasui Y., Strong L.C., Robison L.L. Self-reported family history of cancer: The utility of probing questions. *Epidemiology*. 2003; 14 (6).
- [28] Manson N.C., O'Neill O. *Rethinking Informed Consent in Bioethics*. Cambridge: Cambridge University Press; 2007.
- [29] Marzano M. Informed consent. *SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft*. Ed. by J.F. Gubrium, J.A. Holstein, A.B. Marvasti, K.D. McKinney. London: Sage; 2012.
- [30] McCollum D.W., Boyle K.J. The effect of respondent experience/knowledge in the elicitation of contingent values: An investigation of convergent validity, procedural invariance and reliability. *Environmental and Resource Economics*. 2005; 30 (1).
- [31] Miller P.V., Cannel C.F. A study of experimental techniques for telephone interviewing. *Public Opinion Quarterly*. 1982; 46 (2).
- [32] Mittereder F., Durow J., West B.T., Kreuter F., Conrad F.G. Interviewer-respondent interactions in conversational and standardized interviewing. *Field Methods*. 2018; 30 (1).
- [33] Moore R.J., Maynard D.W. Achieving understanding in the standardized survey interview: Repair sequences. *Standardization and Tacit Knowledge: Interaction and Practice in the Survey Interview*. Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra, N.C. Schaeffer, J. van der Zouwen. New York: John Wiley; 2002.
- [34] Nedelec J.L. A multi-level analysis of the effect of interviewer characteristics on survey respondents reports of sensitive topics. *Personality and Individual Differences*. 2017; 107.
- [35] Nemeth R., Luksander A. Strong impact of interviewer on respondents' political choice: Evidence from Hungary. *Field Methods*. 2018; 30 (2).
- [36] Payne S. *The Art of Asking Questions*. Princeton: Princeton University Press; 1951.
- [37] Presser S. Informed consent and confidentiality in survey research. *Public Opinion Quarterly*. 1994; 58 (3).
- [38] Sauer C., Auspurg K., Hinz T., Liebig S. The application of factorial surveys in general population samples: The effects of respondent age and education on response times and response consistency. *Survey Research Methods*. 2011; 5 (3).
- [39] Schaeffer N.C., Maynard D.W. From paradigm to prototype and back again: Interactive aspects of cognitive processing in survey interviews. *Answering Questions: Methodology for Determining Cognitive and Communicative Processes in Survey Research*. Ed. by N.E. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass; 1996.
- [40] Schaeffer N.C., Maynard D.W. The contemporary standardized survey interview for social research. *Envisioning the Survey Interview of the Future*. Ed. by F.G. Conrad, M.F. Schober. Hoboken: John Wiley; 2008.

- [41] Schaeffer N.C., Presser S. The science of asking questions. *Annual Review of Sociology*. 2003; 29.
- [42] Schober M.F., Conrad F.G., Firecker S.S. Misunderstanding standardized language in research interview. *Applied Cognitive Psychology*. 2004; 18.
- [43] Sin C.H. Seeking informed consent: Reflections on research practice. *Sociology — Journal of British Sociological Association*. 2005; 39 (2).
- [44] Sudman S., Bradburn N.M. *Asking Questions: A Practical Guide to Questionnaire Design*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers; 1982.

DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-1-144-166

Techniques for communication repair in the standardized telephone interview*

A.A. Ipatova, D.M. Rogozin

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Prechistenskaya Nab., 11-1, Moscow, Russia, 119034
(e-mail: ipatova_anna@mail.ru; nizgor@gmail.com)

Abstract. It is hardly possible to conduct a standardized interview in ideal conditions for it is a part of everyday interactions. Therefore, deviations from standardization, bias and mistakes in communication are the realities of public opinion polls. Key biases in information transfer are mainly determined by the characteristics of the respondent (age, sex, education, social status, etc.) and his behavior. However, the interviewer behavior is also important which explains the attention of methodological works to the interviewer effect, his actions and attitudes that lead to serious mistakes in measurement or recruiting. In verbal interaction, the interviewer can explain survey questions in his own way, comment or clarify responses. Standardization can also be violated by other circumstances such as interruptions in telephone network, intervention of third parties, technical problems (software malfunction), structure of the questionnaire and so on. Thus, there are three main sources of measurement error in the standardized interview: respondent, interviewer, and context. The qualified and experienced interviewer more successfully identify problems and find ways to solve them and repair communication. The article presents examples of such ways from the database of transcripts of three RDD ACATI surveys conducted by the Laboratory for Social Research Methodology of the Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration in 2017 to identify key types of successful interviewer decisions. They are considered in three dimensions: adequate responses, communication and standardization. Thus, successful interview is not just a completed questionnaire but also relevant answers, informed consent and positive emotional attitude.

Key words: standardized interview; telephone interview; bias; interviewer effect; repair; CATI; person-to-person interaction

* © A.A. Ipatova, D.M. Rogozin, 2019.
The article was submitted on 17.09.2018 г.