

*Д.М. РОГОЗИН, А.А. ИПАТОВА*

## **КАК БЫСТРО, ЭФФЕКТНО И БЕЗОПАСНО СФАБРИКОВАТЬ ТЕЛЕФОННЫЙ ОПРОС**

На материалах телефонного опроса, проведённого Центром методологии федеративных исследований РАНХиГС и Всероссийским центром изучения общественного мнения в декабре 2011 года, анализируются коммуникативные стратегии интервьюеров с низкой эффективностью. Особое внимание уделяется следующим особенностям речевого поведения: повторы, речевая избыточность, актуализация и формы вежливости. На основании различных типов взаимодействия интервьюера и респондента выделены и проанализированы основные типы коммуникативных смещений в интервью: нефокусированность, доминирование, формализация.

*Ключевые слова:* актуализация, вежливое поведение, вопрос-ответная коммуникация, доминирование в общении, коммуникативные стратегии, типы коммуникативных смещений, массовый опрос, речевая избыточность, сбой коммуникации, стандартизированное интервью, телефонное интервью, эффект интервьюера.

Зачастую то, как задаются анкетные вопросы и регистрируются ответы, остаётся вне обсуждения в научных публикациях. Исключение составляют немногочисленные методические статьи, в подавляющем большинстве инициируемые и публикуемые в американских изданиях (см., например: [1; 2; 7]). Создаётся впечатление, что трактовка вопросов универсальна, что социолог использует такие слова, которые могут быть более или менее однозначно истолкованы респондентом [11] и тем более интервьюером [5]. Последний все еще воспринимается как механизм, формальное промежуточное звено между исследуемой популяцией и любопытствующим социальным

---

**Рогозин Дмитрий Михайлович** — кандидат социологических наук, директор Центра методологии федеративных исследований Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. **Адрес:** 119571, Москва, пр-т Вернадского, д. 82.

**Телефон:** 8 (926) 847-60-81. **Электронная почта:** d.rogozin@list.ru

**Ипатова Анна Алексеевна** — кандидат культурологии, преподаватель кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и религиоведения МГУ им. М.В. Ломоносова.

**Адрес:** 119192, Москва, Ломоносовский пр-т, д. 31, каб. 1.

**Телефон:** 8 (916) 637-90-37. **Электронная почта:** ipatova\_anna@mail.ru

субъектом. Но так ли это?<sup>1</sup> Насколько совпали те цели, которые последовали составители анкеты, и то, как воспринял вопросы респондент, как проинтерпретировал его восприятие интервьюер? Это важно как для понимания потенциальных систематических смещений, так и для успешной коммуникации между респондентом и интервьюером. Анализ состоявшегося речевого взаимодействия позволяет понять, насколько адекватно целям и задачам исследователя (составителя анкеты) оно проходило.

Язык вариативен, обладает богатым потенциалом. С одной стороны, это создаёт определённую проблему выбора для участников коммуникации, с другой — даёт возможность более точно выразить свою мысль. Г.П. Грайс, говоря о принципе кооперации между участниками диалога, целью которого является установление взаимопонимания с собеседником, выделил четыре категории, формирующие ряд максим, которым должен следовать коммуникант [4]. Категория «количества» (quantity) требует столько информации, сколько необходимо на данный момент (не больше); категория «качества» (quality) запрещает лгать (не говори того, что ты считаешь неправдой, не говори того, для чего у тебя нет достаточного доказательства); категория «отношения» (relation) отсылает к контексту (говори то, что уместно); категория стиля (manner) регулирует точность высказывания (ясно выражай свои мысли, избегай двусмысленности, будь краток, избегай многословия, будь последователен).

Грайс говорит о том, что существуют другие максимы эстетического, социального или морального порядка, к примеру, максима «будь вежлив», но он не придаёт им особого значения. Другие исследователи, например, Дж. Лич, автор прагматической концепции

<sup>1</sup> В рецензии на монографию Г. Шумана, раскрывающей смысловое многообразие вопрос-ответной коммуникации, невозможность редуцировать ее до передачи некоторого набора информации, А. Стинчкомб отмечает, что каждый, кто хочет стать специалистом в составлении анкетных вопросов, должен в обязательном порядке прочитать эту книгу [8]. Увы, но до сих пор авторы многочисленных анкет ограничиваются, в лучшем случае, давно устаревшими и опровергнутыми представлениями о правилах и нормах формулирования вопросов, в худшем — не утруждают себя заботой о таких, с их точки зрения, мелочах. Однако в социолингвистике, разговорном анализе, различных дисциплинах, практикующих «качественные» подходы к анализу данных, уже не нужно доказывать, что респондент не является единственным автором ответа, а интервьюер не выполняет лишь функцию посредника в передаче необходимой информации [3]. Они оба создают ответ, производят здесь-и-сейчас диалог, форматируют уместную для данной ситуации историю.

вежливости, основанной на экономической метафоре выгоды, напротив, поставили принцип вежливости во главу угла (см. подробнее: [6]). На наш взгляд, выбранная стратегия вежливости может переопределять все вышеперечисленные максимы. Установка на вежливость влияет на интерпретацию сообщения, его ясность, связность речи, правдоподобность, уместность и, как будет показано далее, даже на его длительность. В русском языке может возникать конфликт между чрезмерной вежливостью и ясностью высказывания, когда избыток речевых конструкторов (спасибо, пожалуйста, будьте добры и т. д.) снижает информативную насыщенность, приводит к многословию, употреблению лишних слов даже в короткой фразе («вот таким вот этим самым образом» вместо «таким образом»). По мнению Д.Э. Розенталя, «лишние слова в устной и письменной речи свидетельствуют не только о стилистической небрежности, они указывают также на нечёткость, неопределённость представлений автора о предмете речи, нередко снижают информативность, затемняя главную мысль высказывания» [10, с. 47]. Речевая избыточность может иметь разные виды: плеоназм, тавтология, повторение слов, в крайней форме — пустословие, или «ляпалиссиада» («за 25 минут до своей смерти командир был ещё жив»). Не всегда избыточность связана исключительно с безграмотностью речи. Повторы, смысловые наложения, ошибки могут объясняться эмоциональным состоянием говорящего, отражать экспрессивность высказывания. В таком случае эти конструкции употребляются в том числе как стратегии убеждения, заполняют паузы, давая тем самым говорящему время собраться с мыслями, сосредоточиться, или являются следствием нервного переживания.

Часто причина речевой избыточности — в актуализации, или выделении элементов высказывания с помощью языковых средств. Актуализацией называют реализацию потенциальных свойств языковых элементов в речи, приспособление их к требованиям текущей коммуникативной ситуации. Часто это делается с целью подчеркнуть важное, сделать более значимым часть сообщения, что обеспечивает высказыванию большую выразительность и коммуникативную силу. Коммуникация без актуализации едва ли возможна. Тем не менее, избыточность актуализаций, как и их недостаток, подрывают эффективность коммуникации.

Наша задача — проследить наиболее провальные с точки зрения коммуникативной и смысловой адекватности интервью, проанализировать особенности ведения опроса интервьюерами с низкой эффективностью, то есть большим числом отказов. Каковы приемы неправильного ведения интервью? На чем основаны и чем поддержаны речевые ошибки интервьюеров? Что нужно делать, чтобы добиться

минимального понимания и максимального числа ошибок при заполнении анкеты? Нет более эффективного средства установления нормы, нежели детальный разбор отклонений. Так и мы, через последовательный разбор смысловых ошибок и коммуникативных неудач, попытаемся от противного воссоздать методику телефонного опроса.

### **Предмет и объект анализа**

В декабре 2011 года Центром методологии федеративных исследований РАНХиГС и Всероссийским центром изучения общественного мнения проведен телефонный опрос жителей Ивановской и Тверской областей. Исполнителем исследования выступил колл-центр, расположенный в Ярославле. Всего опрошено 800 человек по мобильным и стационарным телефонам. Все интервью записаны и доступны для дальнейшего анализа.

Из всего массива аудиозаписей отобраны несколько интервью по следующим критериям. Во-первых, это полностью состоявшиеся интервью наименее продуктивных интервьюеров (максимальное число отказов). Во-вторых, это интервью со схожими ответами, чтобы сделать акцент на экспрессивных особенностях коммуникации. В-третьих, это записи с высоким качеством и отсутствием каких-либо технических сбоев и помех.

Наше внимание было сосредоточено на коммуникативных стратегиях интервьюеров, на том, как они задают вопросы и реагируют на реплики респондентов. В расшифрованных фрагментах интервью выделено четыре особенности речевого поведения интервьюеров. Во-первых, *повторы ответов, в тексте они отмечались фигурными скобками* (фрагмент 1, 2). Во-вторых, *различные элементы речевой избыточности, характеризующие актуализацию в речи интервьюеров, — выделялись квадратными скобками* (фрагмент 2).

### **Фрагмент 1**

1. И: {Угу}. Одни люди предпочитают новинки в технике, стараются соответствовать новым тенденциям, другие привыкают к купленной или подаренной технике и не любят её часто менять. Вы к какому типу, [первому или второму], Вы себя отнесёте?
2. Р: Наверное, к первому.
3. И: {К первому.} Какой по счёту мобильный телефон, которым Вы сейчас пользуетесь?
4. Р: Второй.
5. И: {Второй.} И какого примерно года выпуска Ваш текущий мобильный телефон?
6. Р: Насчёт этого я не знаю.

7. И: {Не знаете}. Скажите, пожалуйста, Вы всегда один пользуетесь этим мобильным телефоном или им пользуются несколько человек?

#### Фрагмент 2

1. И: Сколько человек проживает вместе с Вами, включая Вас лично и всех детей?
2. Р: Два.
3. И: {Вы вдвоём живёте.} [Вы и ещё кто-то], [да]?
4. Р: Угу.
5. И: [И детей до 15 лет с Вами не проживает], [я так понимаю], [да]?
6. Р: Угу.

В-третьих, выделялись коммуникативные сбои, которые, при продолжающемся некорректном поведении интервьюера, приводили к смысловым смещениям в регистрируемых ответах; они отмечены жирным шрифтом (фрагмент 3). В-четвертых, речевые конструкции, отражающие различные формы вежливости, выделены подчеркиванием (фрагмент 4). Тем самым транскрипты интервью подготовлены для анализа и интерпретации экстралингвистических конструкций: повторов, актуализаций, коммуникативных сбоев и форм вежливости.

#### Фрагмент 3

1. И: А образование у Вас какое?
2. Р: **Ну я получаю два высших сейчас.**
3. И: **Не поняла?**
4. Р: Получаю сейчас два высших.
5. И: Ага. А одно высшее у Вас уже есть?
6. Р: Нет, я одновременно.

#### Фрагмент 4

1. И: Алло, добрый день. Всероссийский центр изучения общественного мнения Вас беспокоит. Мы проводим опрос о (перефен...) телефонной связи в Вашем районе. Вы можете уделить немного времени, ответить на вопросы? Вам удобно сейчас поговорить?
2. Р: Ну попробуйте.

Между участниками интервью могут по-разному распределяться роли. Интервьюер и респондент могут по-разному реализовывать принцип сотрудничества. Л. Оксенберг и Ч. Каннэлл на основании фонетических характеристик речи (громкость, темп, интонация)

установили, что доминантные интервьюеры, оказывающие речевое давление на респондентов, добиваются большей результативности в опросе [7]. На основании отношений главенства и подчинения Е.И. Голанова выделяет три варианта распределения ролей [9]: (1) равноправие респондента и интервьюера (коммуникативно-этикетная дистанция); (2) ситуация, когда интервьюер играет руководящую роль («панибратство»); (3) стратегия извинения, интервьюер как бы подстраивается под респондента (извинения, излишняя вежливость). Упомянутые выше четыре особенности речевого поведения интервьюера (актуализация, повторы, формы вежливости и сбои) позволяют проводить содержательный анализ актуального воспроизводства той или иной ролевой ситуации, формулировать гипотезы об эффективности конкретных речевых практик с точки зрения программы исследования.

Дальнейшее изложение построено на детальном анализе трёх интервью, в которых последовательно выделяются все перечисленные выше элементы вопрос-ответной коммуникации. В первом интервью опрашивался мужчина, 64 года, голос спокойный, темп речи средний. У интервьюера, женщины, темп речи скорее быстрый, голос высокий. Дикция всегда четкая, лишь иногда проглатываются слоги. Во втором интервью опрашивалась женщина, 21 год. Голос спокойный, темп речи средний. Интервьюер — женщина, дикция четкая, речь скорее быстрая. В третьем интервью респондент — юноша, 15 лет, голос спокойный, темп речи средний. Интервьюер — женщина, голос спокойный, дикция четкая, речь медленная (см. табл.).

Таблица

#### Экстралингвистические характеристики анализируемых интервью

№	Интервьюер	Респондент	Длительность интервью, мин:сек	Общее количество в интервью:		
				актуализаций	повторов, связующих слов	коммуникативных сбоев
1	жен.	муж., 64	11:08	48	39	6
2	жен.	жен., 21	10:09	111	54	2
3	жен.	муж., 15	7:06	13	34	3

Мы выбрали наиболее непродуктивных интервьюеров, у которых замечено максимальное число отказов. Однако для понимания особенностей воспроизводимой ими коммуникации решено было остановиться на полностью завершенных интервью. В расширенной, многократно повторенной вопрос-ответной коммуникации наиболее ярко

отражаются особенности ведения телефонного разговора каждым из них. Отобранные для анализа интервью типичны и включают весь набор коммуникативных ошибок, допускаемых каждым интервьюером. Если объектом исследования для нас выступают особенности речевого взаимодействия в завершенных интервью, предметом являются сбои и провалы в коммуникации, которые, как правило, приводят к отказу от интервьюирования. Тот факт, что неуспешные интервьюеры все же продолжают работать и набирают достаточное количество завершенных интервью, указывает на весьма доброжелательное и толерантное отношение к ним собеседников. Ошибки таких интервьюеров играют роль коммуникативного фильтра при общении с любыми рассерженными, обиженными или просто невоздержанными людьми. Насколько оправданно для исследователя такое неконтролируемое квотирование выборки — большой вопрос.

#### **Анализ смещенного речевого взаимодействия**

**Первый тип коммуникативного смещения: нефокусирование речи интервьюера.** Особенностью данного смещения является то, что интервьюер сразу предлагает все варианты ответа респонденту, даже в тех случаях, когда этого не было прописано в анкете; например, вопрос об операторе мобильной связи (фрагмент 5).

#### **Фрагмент 5**

1. *И: Пожалуйста, скажите, каким оператором мобильной связи Вы пользуетесь? Билайн, МТС, Мегафон, Теле2 [каким?]*
2. *Р: МТС.*

Если бы у респондента возникли затруднения с ответом на данный вопрос (например, пауза), тогда было бы логично назвать операторов. Иначе это воспринимается как попытка ускорить коммуникацию, что граничит с формами невежливого поведения. В нескольких случаях респондент «не выдерживал» и перебивал интервьюера готовым ответом, когда та ещё зачитывала варианты. Отсутствие сосредоточенности, рассеянность и невнимательность интервьюера привели к росту коммуникативных сбоев (табл.). Особенно выделяется актуализация респондентом нетипичности долгого для него разговора, в вежливой форме высказанное неудовольствие от складывающегося формата беседы (фрагмент 6).

#### **Фрагмент 6**

1. *И: [Да-да-да.] Идёт не... [Вот Вам-то...] [Вы-то попались] пытались Вас как-то обмануть? [Или нет?]*
2. *Р: Нет, я считаю, я с Вами долго разговариваю, а так я обычно...*

3. *И: [Вы что-то слышали?] [Вот] Вам какие случаи мошенничества по мобильному телефону запомнились?*
4. *Р: Я не, это нет, мимо.*

После нескольких уточнений о том, был ли респондент свидетелем мошенничества по телефону, респондент иронично (что заметно по интонации) замечает, что «*это я с Вами долго разговариваю*» (строка 2), намекая, что обычно он ведёт себя по-другому и с незнакомыми «дотошными» людьми предпочитает не общаться. В итоге, он открыто говорит интервьюеру, что этот вопрос к нему не относится (строка 4).

Остальные сбои происходили из-за невнимательного отношения интервьюера к ответам респондента. Она не улавливала, когда он закончил ответ, а когда собирается продолжать. Рассеянность интервьюера порой граничила с нарушением вежливости, опосредованным шаблонным речевым поведением, которое, так или иначе, чувствовалось респондентом. Попытки установить личный контакт, выйти на более непринуждённое общение, выглядели натянуто, особенно комплимент респонденту о том, что у него молодой голос (фрагмент 7).

#### Фрагмент 7

1. *И: {Так.} И осталась коротень...*
2. *Р: Наши деньги...а?*
3. *И: Я говорю, осталась коротенькая статистика. [Вот] сколько полных лет ... Вам ... исполнилось?*
4. *Р: Мне? 64.*
5. *И: 54?*
6. *Р: Шесть четыре.*
7. *И: {У Вас очень молодой голос, кстати.} Какое у Вас образование?*
8. *Р: Высшее.*
9. *И: {Так.} Если говорить о других членах Вашей семьи, то какой у них самый высокий уровень образования?*
10. *Р: У жены высшее.*
11. *И: {Тоже высшее.} Ваша...*
12. *Р: У детей высшее.*
13. *И: {У всех высшее, понятно.} А Вы работаете [я правильно поняла?]*
14. *Р: Так точно.*

Бросается в глаза и некоторая небрежность интервьюера при зачитывании вопросов анкеты. Во время прослушивания интервью



создается впечатление, что респондент отвечает из вежливости, снисходительно относится к явным «промахам» интервьюера (например, к незнанию города Кимры, хотя опрос был сосредоточен именно на Тверской области; к нежеланию подсчитать год выпуска телефона и др.). Также респондент несколько раз явно иронизирует: «*у меня второй телефон, я Вас не удивил*», «*так точно*» (фрагмент 7), «*не занимаюсь подсчётами*», «*чему сейчас удивляться*», «*это я с Вами долго разговариваю*» (фрагмент 6), «*возраст, я не мальчик*». Получается, что респондент негласно взял на себя роль «терпеливого старшего». Речевое поведение интервьюера рассеянно и небрежно. Она не обращает внимания на комментарии респондента, ироничную интонацию, паузы, более того, часто злоупотребляет немотивированной актуализацией (фрагмент 8).

#### Фрагмент 8

1. И: {Так,} *каким оператором мобильной связи Вы пользуетесь?*
2. Р: Ну Билайн.
3. И: [Тока Билайном], [одним оператором], [да]?

Если необходим уточняющий вопрос, то можно было выбрать один из двух: «только Билайном» или «одним оператором». Кроме того, в речи интервьюера часто присутствует «да», «нет», «да или нет» в конце вопроса. Это определенная коммуникативная стратегия программирования реакции, направленная на то, чтобы респондент давал чёткий и короткий, быстрый ответ, в данном случае модифицируется в «слова-паразиты», более раздражая, нежели мотивируя респондента.

Смещение, связанное с нефокусированием речи, задается привычными для респондента формами коммуникации. Интервьюер разговаривает «как обычно», не отдавая себе отчета, что находится на работе и должен следовать хотя бы минимальным стандартам телефонной коммуникации. У некоторых интервьюеров подобное поведение может не приводить к значительным сбоям из-за высокого уровня общей культуры речи и ранее развитого умения общаться с незнакомыми людьми. Однако полагаться лишь на интуитивно понятные интервьюерам способы общения опасно, поскольку это может привести к существенным проблемам, как в достижимости попадающих в выборку абонентов, так и восприятию ими колл-центра (или заказывающей опрос организации).

**Второй тип коммуникативного смещения: доминирование речи интервьюера.** Интервью изобилует актуализацией, часто интервьюер использует одну актуализацию за другой. Он буквально доминирует

над респондентом, подталкивая к скомканным ответам, редуцируемым до односложных высказываний и междометий (фрагмент 9).

#### Фрагмент 9

1. И: *Сейчас у Вас простой мобильный телефон или смартфон?*
2. Р: *Обычный.*
3. И: *{Простой.} А сколько всего номеров мобильных телефонов, включая текущий, было у Вас [было] в жизни? [То есть сколько симок], [сим-карт?]*
4. Р: *Одна.*
5. И: *{Одна, с пятого}, [прямо вот] [с самого начала], [одна карточка у Вас], [сим-карта], [да]?*
6. Р: *Да.*
7. И: *[Один номер], [не меняли никогда], [да]?*
8. Р: *Угу.*

В обычный уточняющий вопрос интервьюер помещает пять актуализаций (фрагмент 9, строка 5). И даже подтверждение согласия (строка 6) оформляет речевым утроением: один номер, не меняли, никогда (строка 7). И далее, по всему интервью, мы наблюдаем бесконечные повторы и актуализации, которые неминуемо приводят и к содержательным ошибкам (фрагмент 10).

#### Фрагмент 10

1. И: *А в Интернет выходите с телефона?*
2. Р: *Только аська.*
3. И: *Не поняла. [Нет, да?] [Выходите?] [С телефона в Интернет выходите?]*
4. Р: *Так нет, но ICQ если считать, то да.*
5. И: *{То есть давайте будем считать нет.} Как часто Вы меняете мелодии, рингтон, на входящие звонки? Раз в месяц, или несколько раз в год, или реже, чем раз в год, или практически вообще не меняете?*
6. Р: *Несколько раз в месяц. Ой...*
7. И: *(Смех) {Раз в месяц? Раз в год, наверное?}*
8. Р: *Раз в несколько месяцев...*
9. И: *(смех) То есть несколько раз в год получается, [да?]*
10. Р: *Да.*
11. И: *[Да?] [Правильно?] {Вас как зовут?}*
12. Р: *(Смех)*
13. И: *{Как Вас зовут}, скажите, пожалуйста?*

14. Р: Э, Марина.
15. И: [Марина]. [Марин], скажите, загружали [Вы] специально мелодию, рингтон для входящих звонков?
16. Р: Да нет.
17. И: {Нет, не загружали.} А [вот] вспомните, пожалуйста, [Марин], с кем Вы разговаривали в последний раз по мобильному телефону: с кем-то из родственников, друзей, коллег по работе, учёбе? [С кем?]
18. Р: С родственниками (смех).

Когда интервьюер сталкивается с непонятным для себя ответом (строка 2), каскадная актуализация не позволяет ему выяснить причину непонимания. Интервьюер практически демонстрирует реализацию классической процедуры «думать вслух» (строка 3). Не давая респонденту опомниться, он задает несколько спонтанных вопросов, компенсируя свое непонимание, даже не задумываясь о его причинах. Несмотря на то, что респондент предлагает верный в данной ситуации ответ (строка 4), интервьюер уверенно его отвергает и без паузы продолжает опрос (строка 5). Такой напор речевого потока весьма озадачивает респондента. Отрывистые ответы, постоянно обрываемые интервьюером (строки 6–10), обрамляются неожиданным требованием представиться, что приводит девушку в явное замешательство (строка 12). Компенсаторный смех гасится подчеркнуто вежливым повтором (строка 13). Интервьюер добивается своего, но полностью теряет респондента с точки зрения осмысленного подхода к вопросам. Она как бы включает собеседницу в игру «кто быстрее ответит», с успехом выигрывая это соревнование (фрагмент 11).

#### Фрагмент 11

1. И: А.. Каковы Ваши ожидания, прогнозы о будущих двенадцати месяцах. Вот как Вы считаете, [в ближайшине], [вот] [в течение ближайшего года], экономическая ситуация в России улучшится, ухудшится? [Что думаете?] [Скорее улучшится?]
2. Р: Ухудшится.
3. И: {Скорее ухудшится?}
4. Р: Да.
5. И: А материальное положение Вашей семьи скорее улучшится или скорее ухудшится [в течение ближайшего года]?
6. Р: Ой, даже не знаю. Наверное, скорее ухудшится.
7. И: [Так.] А ситуация с работой для Вас лично и членов Вашей семьи? Улучшится, ухудшится?

8. Р: Ну, надеюсь, что улучшится.
9. И: {Хорошо, надеется. Понятно.} А число безработных в нашей стране скорее увеличится или скорее уменьшится? [В ближайшем году?]
10. Р: Наверное, увеличится.

Серия вопросов, разработанных в Мичиганском университете для расчета индекса потребительских ожиданий, — не самая легкая для восприятия в телефонном интервью. Однако дополнительными актуализациями интервьюер создает видимую легкость, стимулирует респондента давать быстрые ответы, отгоняя возникающие по ходу сомнения.

Чрезмерная актуализация, наблюдаемая при доминантном смещении, перегружает речь, делает её менее понятной. И, что важно, это увеличивает время интервью и вероятность каскада дополнительных смещений, поскольку интерпретация вопросов самим интервьюером может отличаться от того, как воспримет эту информацию респондент, а также и от того, какую цель ставили перед собой исследователи. Интервьюер активно эксплуатирует «панибратский», «свойский» стиль общения. Она иногда советуется с респондентом, что ей написать в анкете: «сейчас напишем», «давайте запишем», «вот я Вам написала», «что мне отметить», «сколько скажете, столько напишу». Эта же тенденция проявляется и в употреблении глаголов в форме первого лица множественного числа («мы»): «как оценим», «давайте будем считать», «и в библиотеке даже пользуемся». Обильно представлена поддержка и одобрение интервьюера после реплик респондента: «вы так считаете», «понятно», «я так и поняла», «ничего страшного» и др. Сами по себе все перечисленные элементы не представляют опасности для интервью, но их концентрация создает специфический интервьюероцентричный дискурс, в котором респондент уподобляется большому со сложными речевыми расстройствами. Не способный ни сформулировать, ни обосновать свой ответ, лишь поддакивающий или изредка отрицающий обширные интервьюерские комментарии, респондент становится идеальным собеседником при конструировании интервью, в котором доминирует интервьюер. Налицо воспроизводство привилегированной позиции интервьюера, отказ респонденту в самостоятельности, инициативе и способности к аргументации.

**Третий тип коммуникативного смещения: формализация речи интервьюера.** Точное следование требованиям стандартизированного опроса — отличительная черта смещения по формальному типу. Вопросы зачитываются дословно. Перед записью повторяется ответ, дабы проверить правильность восприятия. В случае встречного

вопроса, вызванного недопониманием или плохой слышимостью, анкетный вопрос повторяется без изменения формулировки. В результате количество актуализаций минимально: 13 против 48 в интервью с нефокусированием и 111 в доминантном интервью (см. табл.). Полностью отсутствуют повторные, каскадные актуализации. Речь интервьюера находится под полным контролем. Она подчинена тексту анкеты и, как представляется, полностью соответствует исследовательскому замыслу (фрагмент 12).

### Фрагмент 12

1. Р: Алло.
2. И: Алло, здравствуйте!
3. Р: Здравствуйте.
4. И: Меня зовут Дарья. Представляю Всероссийский центр изучения общественного мнения. Мы проводим опрос о телефонной связи в Вашем районе. Уделите, пожалуйста, немного времени. Ответьте на вопросы. Ваше мнение очень важно для нас. Хорошо?
5. Р: Хорошо.
6. И: Спасибо за согласие. Я позвонила Вам на стационарный домашний телефон?
7. Р: Да.
8. И: Вы проживаете в Тверской области?
9. Р: Да.
10. И: {Хорошо}. У Вас есть мобильный телефон?
11. Р: Да.
12. И: Скажите, каким оператором мобильной связи Вы пользуетесь?
13. Р: Теле-2.
14. И: {Теле-2.} И как Вы в целом оцениваете качество мобильной связи в Вашем районе: отличное, хорошее, плохое, обратительное.
15. Р: Ну... Отличное.
16. И: {Отличное.} И у какого оператора: Билайн, МТС, Мегафон, Теле-2 самая хорошая связь в Вашем районе?
17. Р: Ну, насчёт этого я не знаю.
18. И: {Не можете оценить.} В каком примерно году у Вас появился первый мобильный телефон?
19. Р: Ммм... В 2007-м.
20. И: {2007 первый телефон.} Вы свой первый телефон сами купили или Вам его подарили?

Следует инструкциям не только интервьюер. У респондента ответы односложны и точно вписываются в закрытия. Нет каких-либо отвлечений от спроектированной вопрос-ответной коммуникации. В результате продолжительность интервью сокращается на треть по сравнению с рассмотренными выше типами: семь минут против десяти и одиннадцати. Таким образом, достигается равноправие в распределении ролей, которое не мешало интервьюеру руководить разговором, направляя его в нужное русло. Например, фраза «и для статистики» (фрагмент 13, строка 7) призвана переключить респондента с только что обсуждаемой тематики на новый предмет разговора во избежание коммуникативного сбоя или пауз.

### Фрагмент 13

1. И: {Угу.} И как Вы думаете, сейчас хорошее или плохое время для покупки товаров длительного пользования: мебели и бытовой техники?
2. Р: Хорошее.
3. И: А почему Вы так думаете?
4. Р: Ну, не знаю.
5. И: Не можете объяснить?
6. Р: Нет.
7. И: {Ну ничего.} [И для статистики,] скажите, пожалуйста, сколько Вам полных лет?
8. Р: 15.
9. И: {15.} И какое у Вас образование?
10. Р: Ну, пока только среднее.
11. И: Школу уже закончили, [да,] 11 классов?
12. Р: Нет.
13. И: [То есть неполное среднее, ещё только учитесь.]
14. Р: Ну да.

Со всей очевидностью перед нами идеальное интервью, как по формату ведения разговора, так и по точности и полноте заполнения анкеты. Есть лишь одна деталь, которая обращает на себя внимание. Когда респондент в привычном стиле отвечает, что образование у него «пока только среднее» (строка 10), интервьюер впервые переспрашивает, переформулировав вопрос, отойдя от стандартизации, которой неукоснительно придерживался на протяжении всего интервью (строка 11). Впервые он заинтересовался респондентом, нарушил стандарт и тут же получил ответ, который указывал, что предыдущий, выбранный респондентом вариант закрытия ложный. Телефонное

интервью проводилось с подростком, который продолжал обучение в средней школе, хотя на вопрос об образовании ответил, что уже получил среднее. Подобные же смещения можно ожидать в ответах и на другие вопросы. Речь идет о том, что в односложных ответах и четких вопросах скрыты смещения, которые мы не можем оценить из-за формального соответствия коммуникации предзаданным правилам. Думая, что респондент отвечает искренне, мы всего лишь попадаем в некоторую игровую ситуацию. Вопрос о покупке товаров длительного пользования (строка 1), по всей видимости, нерелевантен для этого респондента. Он уверенно, без запинки отвечает на него, однако уклоняется от обоснования своей позиции (строка 4). Интервьюер принимает ответ, поскольку он вполне вписывается в логику вопроса и общую манеру стандартизированного, подчиненного анкете разговора. Но за этим стоит полное безразличие, нелюбопытство к позиции самого респондента. Последнего как бы нет для интервьюера. Респондент — лишь функция от получаемых односложных ответов. И как только интервьюер отходит от предзаданного поведения, интересуется респондентом (строка 11), так тут же фактически фальсифицирует полученный ранее ответ.

Такого рода интервью могут представляться идеальными по форме, но заложенные в них смещения гораздо более коварны, нежели прямые неответы респондентов, поскольку практически не подлежат раскрытию и корректировке посредством формальных статистических процедур. Именно формализация создает такой исследовательский конструкт, как ложь, и, соответственно, включает поиск и исправление лжи в опросный инструмент (см., например: [12]). Однако это не снимает основной причины смещений — разделяемой участниками коммуникации игры в односложные и непроблематизируемые вопрос-ответные пары.

### **Заключение**

Речевое взаимодействие может быть эффективным и неэффективным, гармонизирующим и манипулятивным, осознанным и неосознанным. Именно анализ состоявшегося разговора раскрывает нам скрытый потенциал этого феномена. Проанализировав речь трёх интервьюеров с невысоким уровнем достижимости респондентов, мы увидели, насколько разными приёмами они пользуются при проведении телефонного интервью по одной анкете. Вместе с тем их стратегии ведения опроса укладываются в три наиболее распространенных типа коммуникативных смещений, регистрируемых в стандартизированных

интервью: нефокусирование, доминирование, формализация речи интервьюера (см. рис.).



**Рис. Типология коммуникативных смещений в стандартизированном интервью**

Смещение, характеризуемое нефокусированностью речи, связано с неосмысленной позицией интервьюера. Он не работает, а общается, перенося в телефонную коммуникацию личные, присущие бытовым разговорам речевые паттерны. Спонтанность и непосредственность может подкупать отдельных респондентов, но большинство потенциальных участников опроса откажутся если не от продолжения разговора, то от дальнейшего сотрудничества с опросной компанией. Необдуманность и неоправданность реплик не только приводит к отклонению от исследовательской программы, но и создает значительные коммуникативные проблемы. Смещение, связанное с доминированием речи интервьюера, определяется его главенствующей позицией. Агрессивная речевая стратегия выражается в заполнении пауз незначимыми репликами, повторами, актуализациями собственного непонимания или растерянности. Интервьюер не слышит собеседника, не пытается подстроиться под его ритмику, особенности речи. Он всецело погружен в мир собственного воображения, подчас кардинально расходящегося с происходящим здесь-и-сейчас разговором.

При нефокусированности речи доминантная позиция носит скрытый, имплицитный характер. Интервьюер занимает более статусную позицию посредством вторжения в личное пространство собеседника и снятия каких-либо ограничений, накладываемых правилами вежливого общения с незнакомым человеком. Доминирование речи интервьюера и



связанное с этим смещение реализуется через явную, эксплицитную позицию, выдвижение собственного я. Интервьюер не просто составляет статусы, но постоянно, через непрерывную словестную агрессию, конституирует свой статус ведущего, полностью контролирующего ситуацию. Однако этот контроль внешний. Интервьюер не способен заметить иронию или распознать отказ участвовать в навязываемых речевых играх. Фактически доминантное смещение приводит к разговору с собой, при котором наличие собеседника — лишь повод для построения собственных речевых конструкций.

Долгое время в методической литературе главенствовала единственная стратегия проведения стандартизированного интервью — полная формализация. Однако за кажущейся стройностью коммуникации без речевых отклонений скрыты реальные смещения, связанные с отсутствием референций между ответами и реалиями жизненного мира респондента. Смещение, связанное с излишней формализацией речи, — это основной предмет критики исследователей, относящих себя к качественной традиции. Ошибочно отождествляя идею стандартизации с формальным следованием некоторому набору шаблонных речевых приемов, они не видят, что последнее не менее опасно для самой идеи стандартизации. Такие смещения, как формализация речи, наиболее чреватые неприятными последствиями из-за своей неочевидности и непрозрачности для методического экспериментирования. Другими словами, нет большего вреда для стандартизированного интервью, чем тотальный дословный перенос письменного языка анкеты в устную коммуникацию интервью.

Исходя из выделенных особенностей трех типов коммуникативных смещений (рис.), можно сформулировать принципы фабрикации опросного инструмента, следование которым быстро и эффективно ломает любой исследовательский замысел:

1. Подчини собеседника стандартизации. Заставь его следовать логике анкеты, а не отвлекаться на собственные мысли.

2. Не обращай внимания на эмоции, не воспринимай иронию и шутки. Эмоциям нет места в интервью.

3. Во всем следуй анкете. Задавай вопросы так, как они написаны. Не уточняй вопросы, не переспрашивай. Если возникает необходимость задать вопрос вновь, задавай его без каких-либо изменений формулировки.

4. Если не получается играть в формализацию коммуникации, расслабься. Говори без умолку, заполняй паузы незначимыми словами, предлагай варианты ответа. Не давай респонденту опомниться. Пусть он понимает, кто контролирует ситуацию и ведет разговор.

Нет более продуктивного способа фальсификации данных, чем интервью, в котором обесмысливается сама идея количественного

исследования. Коммуникативные способы фабрикации эффективней, безопасней и изящней, нежели прямые приписки или подтасовки распределений, в которых так часто подозревают социальных исследователей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Bradburn N.M., Sudman S., Blair E., Stocking C.* Question threat and response bias // *Public Opinion Quarterly*. 1978. Vol. 42. No. 2. P. 221–234.
2. *Durrant G.B., Groves R.M., Staetsky L., Steele F.* Effects of interviewer attitudes and behaviors on refusal in household surveys // *Public Opinion Quarterly*. 2010. Vol. 74. No. 1. P. 1–36.
3. *Fina A. de, Perrina S.* Introduction: Interviews vs “natural” contexts: A false dilemma // *Language in Society*. 2011. Vol. 40. No. 1. P. 1–11.
4. *Grice H.P.* Logic and conversation // *Syntax and semantics*. Vol. 3: Speech acts / Ed. by P. Cole, J.L. Morgan. New York: Academic Press, 1975. P. 41–58.
5. *Krosnick J.A.* Survey research // *Annual Review of Psychology*. 1999. Vol. 50. P. 537–567.
6. *Leech G.* Principles of pragmatics. London: Longman, 1983.
7. *O’Muicheartaigh C., Campanelli P.* A multilevel exploration of the role of interviewers in survey non-response // *Journal of the Royal Statistical Society*. 1999. Vol. 162. No. 3. P. 437–446.
8. *Stinchcombe A.L.* [Rev.] Method and meaning in polls and surveys, by Howard Schuman. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2008 // *Contemporary Sociology*. 2009. Vol. 38. No. 4. P. 372–373.
9. *Голанова Е.И.* Устный публичный диалог: жанр интервью // *Русский язык конца столетия (1985–1995)* / Отв. ред. Е.А. Земская. М.: Языки русской культуры, 2000. С. 427–452.
10. *Голуб И.Б., Розенталь Д.Э.* Книга о хорошей речи. М.: ЮНИТИ, 1997.
11. *Звоновский В.Б.* Исследование вопросов о «материальном положении» // *Социология: методология, методы, математические модели*. 2009. № 28. С. 45–65.
12. *Мяжков А.Ю.* Вопросные методики стимулирования искренних ответов в социологическом опросе // *Социология: методология, методы, математические модели*. 2002. № 15. С. 53–70.