

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Д.М. РОГОЗИН

КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ ОПРОСНОГО ИНСТРУМЕНТА

Генерал: Нет, позвольте! Скажите мне только одно: существует теперь или нет христолюбивое и достославное российское воинство? Да или нет?

Политик: Существует ли русская армия? Очевидно, существует. разве вы слышали, что она упразднена?

Генерал: Ну не притворяйтесь же! Вы отлично понимаете, что я не про это говорю. Я спрашиваю, имею ли я теперь право по-прежнему почитать существующую армию за достославное христолюбивое воинство, или это название уже более не годится и должно быть заменено другим?

Политик: Э... так вот вы о чем беспокоитесь! Ну с этим вопросом вы не туда адресовались: обратитесь лучше в департамент герольдии — там ведь разными титулами заведуют.

Владимир Соловьев. Три разговора.

ЛОГИКА КОГНИТИВНОГО ПОДХОДА

Предметом когнитивного анализа опросного инструмента являются мыслительные процессы, которые активизируются при восприятии вопроса и ответа на него. Задача состоит в том, чтобы установить, что человек думает, отвечая на вопросы интервьюера. Разумеется, ни один методист не предполагает

Рогозин Дмитрий Михайлович — аспирант сектора социологии знания Института социологии РАН. **Адрес:** 117259 Москва, ул. Кржижановского, 24/35, стр. 5. **Телефон:** (095) 120-82-57. **Факс:** (095) 719-07-40. **Электронная почта:** dmitry.rogozin@msses.ru, drogozin@carana-corp.com

Статья написана по результатам исследования, проведенного Фондом «Общественное мнение» летом 2000 года под научным руководством Г.С. Батыгина и патронажем директора по исследованиям фонда Е.С. Петренко. Наибольшая часть исследовательской работы была выполнена благодаря участию в проекте М.В. Рассохиной.

наблюдать мысли, но все равно он не удовлетворяется внешними проявлениями и рассчитывает заглянуть в «черный ящик» сознания. Хотя речь и другие выразительные средства предназначены как для обнаружения, так и для сокрытия мыслей (в том числе от самого говорящего), люди каким-то образом понимают друг друга.

При анализе проблем, связанных с вопросниками, традиционные методы опираются на два основных источника информации: (1) экспертные оценки разработчиков анкеты; (2) экспертные оценки интервьюеров, принимающих участие в тестировании [25], в то время как когнитивные методы направлены непосредственно на процесс интервью. Полем для регистрации когнитивных процессов выступает «внешнее» поведение респондента и интервьюера. Здесь мы должны оставить в стороне вопрос об отграничении «внешнего» поведения от «внутреннего». Традиционные подходы к анализу вопросника для изучения когнитивных процессов нерелевантны, так как исследователю необходимо протестировать не лексическую или логическую правильность вопросов (например, сбалансированность закрытий), а их семантическое соответствие «теме» (опять же приходится считать известным, что такое «тема вопроса»). Если так, то вопросник уже не рассматривается как текст, изложенный по определенным грамматическим и стилистическим нормам. Здесь исследователя интересует не столько язык, сколько речь (по Соссюру), в том числе интерпретация вербального материала говорящим и слушающим. Соответственно и отдельный вопрос представляет собой не только стилистическую конструкцию, но и способы его предъявления и понимания, что требует различения письменного текста вопросника и воспроизведения его отдельных элементов в устной речи и ее экстралингвистических коррелятах.

Цель когнитивных методов — понять мыслительные процессы, управляющие ответами респондента при опросе, и использовать это знание для конструирования эффективного опросного инструмента. Эти методы помогают достаточно точно определить понятность вопросов для респондентов и интервьюеров; темы, которые стоят за вопросами; связанные с ними затруднения [24, р. 178]. Многообразие интерпретаций одного и того же вопроса может определяться как текстом этого вопроса, так и текущей ситуацией, личностью интервьюера и респондента. Таким образом, в когнитивных методах реализуется понимание опросного инструмента как коммуникативной среды, в которой он проговаривается, включающей участников опроса [69, 53].

Ответ респондента можно представить как серию переходов (рис. 1): (1) понимание вопроса; (2) поиск адекватной информации; (3) вынесение суждения; (4) формулирование ответа [24, 27, 28, 60, 65, 66]. На первом шаге респондент интерпретирует вопрос, встраивая его в привычные для себя семантические рамки. На втором — вспоминает соответствующие ответу события, действия или высказывания. При этом респондент может обращаться к эпизодам, связанным с его собственным опытом, или ссылаться на мнения или действия других людей. На третьем шаге осуществляется интеграция вспомнившихся событий, их сопоставление между собой и установление некоторой логической структуры изложения. Как правило, в обыденной жизни респондент не задумывается над вопросами, которые интересуют исследователя, поэтому на третьем шаге он вынужден формировать собст-

венное суждение, исходя из мобилизованных к данному моменту ресурсов. Ф. Конверс считает, что подобная стратегия поведения приводит к фабрикации ответов, далеких от устойчивых установок респондентов [23]. Поэтому люди, для которых предмет опроса не представляет интереса, более склонны к влиянию внешних факторов, воздействующих на ответ. На четвертом шаге при закрытом вопросе респондент выбирает адекватный собственному суждению ответ из предложенных альтернатив, при открытом вопросе — пытается артикулировать самостоятельно выработанное суждение, используя собственный семантический словарь и навыки построения связной речи¹.

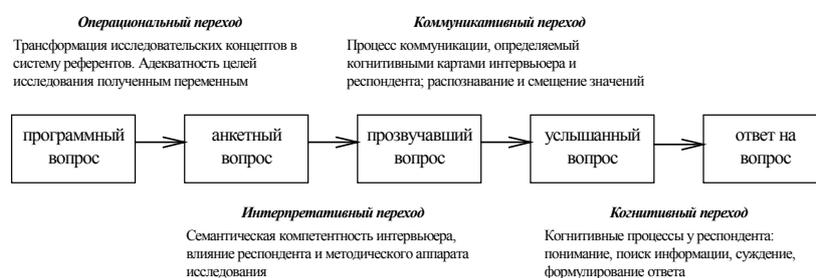


Рис. 1. Транзитивная схема опроса

В рамках четырехшаговой схемы анализ когнитивного перехода вскрывает лингвистические ресурсы (знания и речевые навыки), которые активизирует респондент при ответе на вопрос. Люди по-разному отвечают на прозвучавший вопрос, что определяется их когнитивной компетентностью — способностью привлекать релевантные ресурсы для формулирования ответа.

При исследовании *коммуникативного* перехода основное внимание уделяется различиям в когнитивных картах респондента и интервьюера. Предполагается, что восприятие вопроса респондентом определяется семантической компетентностью респондента — способностью распознавать дискурсивно обусловленные смыслы вопроса и выбирать из них наиболее релевантные. Это приводит к тому, что при одинаковой формулировке вопроса респонденты с различной семантической компетентностью могут фактически отвечать на разные вопросы.

Кроме прямого коммуникативного перехода, представленного на схеме (см. рис. 1), существует обратный, без которого процедура опроса не может считаться завершенной. Если прямой коммуникативный переход описывает

¹ При анализе когнитивного перехода четырехшаговую схему используют Лесслер и Форсит [46] в методе экспертных оценок; Болтон и Бронкорст [19] в семантическом кодировании вербального протокола; Бассили, Флетчер и Скотт [3, 4, 5, 6, 7] в методе временных характеристик. В то же время Каннел и Фойлер [19] в методе поведенческого кодирования, Бикарт и Фелчер [10] в экспертном кодировании вербального протокола вырабатывают другие схемы, отражающие когнитивные процессы.

процесс восприятия респондентом вопроса, то обратный — процесс восприятия интервьюером ответа.

Принято полагать, что ответы формулируются исключительно респондентом. Однако, как утверждают Шеффер и Мэйнард, для понимания значения вопроса респондент должен уяснить по крайней мере два положения: (1) тип информации, которая составляет адекватный ответ и (2) форму, в которой ответ должен быть представлен. Ответ на вопрос является интерактивным процессом, поэтому он не может быть исключительно проблемой респондента [58, р. 66-67]. Анализ коммуникативного перехода позволяет описать процесс понимания вопроса при коммуникации интервьюера и респондента и установить основания эффективности этого процесса. По Шефферу и Мейнарду, такими основаниями являются навыки поддержания социальной и когнитивной координации для получения адекватных вопросов и четкого следования канонам стандартизированного интервью [58, р. 67-68], одним из которых является дословное произнесение анкетного вопроса. Однако дословное произнесение в большинстве случаев представляет собой лишь устойчивый миф, укоренившийся в среде разработчиков анкет. Смещения в форме анкетного вопроса неизбежны не только вследствие существенного различия между письменной и устной речью, но и в результате влияния особенностей коммуникации между респондентом и интервьюером. Воспроизводство фоновой лексики, синонимическая замена, стилистическое преобразование текста под привычный строй речи интервьюера, перифразы и уточнение вопроса в случае возникновения у респондента проблем с его восприятием — все эти смещения рассматриваются в рамках *интерпретативного* перехода.

Операциональный переход — это трансформация концептов, определяющих как цели исследования, так и программные вопросы, в серию операциональных определений, описываемых анкетными вопросами. Операциональный переход основан на принципиальной несводимости абстрактных понятий, лежащих в основании программных вопросов, к вопросам, предъявляемым респонденту. С. Садмен и Н. Брэдберн утверждают, что для выполнения подобного перехода необходимо осуществление двух процедур: первая заключается в анализе концептов, определяющих программные вопросы, вторая — в формулировании связанных вопросов, которые измеряют эти концепты [61, р. 11-12]. С. Новак подчеркивает принципиальное значение связей между анкетными вопросами: «Как правило, мы получаем ответ на проблемы при помощи формулирования множества вопросов, связанных между собой. Получение ответа на один из них является обязательным условием для задавания других. Поэтому и вопросы формулируются в иерархической системе» [53, р. 27]. Основным правилом операционального перехода является понимание того, зачем предлагается респондентам тот или иной вопрос, что определяет близость анкетных вопросов к программным [61, р. 13]. Таким образом, начиная с постановки целей исследования и кончая получением массива ответов респондентов, осуществляется ряд трансформационных переходов: операциональный, интерпретативный, коммуникативный и когнитивный. Претерпевая изменения на каждом из переходов, вопрос задает поле возможных вариантов ответа, лишь ограниченное множество которых являются адекватными.

Систематические смещения в ответах могут быть вызваны нарушением адекватности ответов как первоначальному замыслу опроса, так и вариациям вопроса, возникающим на каждой стадии исследования. Невозможно непосредственно регистрировать нарушение адекватности при прохождении опроса. Однако введение системы переменных, характеризующих смещения и подлежащих кодированию, может способствовать установлению зависимостей вербального поведения участников опроса от лингвистических, экстралингвистических и контекстных факторов.

МЕТОДЫ КОГНИТИВНОГО АНАЛИЗА ОПРОСНОГО ИНСТРУМЕНТА

При когнитивном анализе опросного инструмента обычно используются две группы методов, направленных на уменьшение семантического многообразия слов и выражений, используемых в вопросах (улучшение формулировки вопроса и снятие неоднозначных понятий), и повышение качества коммуникации между интервьюером и респондентом. Первая группа методов построена на классическом приеме: задавать вопросы респонденту и затем анализировать его вербальные реакции. Димайо и Ротгеб называют первую группу методами когнитивного интервью и включают в нее следующие техники: метод парафразы, метод артикулированного (проговоренного) суждения (*thinkaloud interview*), метод оценки уверенности в ответах и метод пробных вопросов [24, p. 178]. Методы когнитивного кодирования представляют собой вторую группу (табл. 1). При их использовании исследователь опирается на косвенные признаки возникающих в процессе интервью проблем, которые могут быть идентифицированы сторонним наблюдателем и размещены в предварительно спроектированном пространстве признаков. Вторая группа состоит из следующих методов: метод когнитивного кодирования [18, 19, 20, 30], метод экспертных оценок [46], семантическое кодирование вербального протокола [13], экспертное кодирование вербального протокола [10] и метод временных характеристик [3, 4, 5, 6, 7].

Болтон и Бронкорст [13] называют первую группу методов качественными², а вторую количественными. Димайо, Ротгеб и Несс [25] также используют подобное деление когнитивных методов на качественные и количественные. Основным аргументом при отнесении первой группы к качественным методам является небольшое количество интервью, поэтому применение статистических моделей в данном случае невозможно. Подобная точка зрения основана на ограниченном представлении о возможностях выбора единиц наблюдения. Исследователь может создать «поле», адекватное для решения этой задачи — выбрать в качестве единиц наблюдения вопросы, воспроизводящиеся в трансформационных переходах, ответы респондентов или отдельные лексические единицы этих ответов. В этом случае даже

² Кроме перечисленных выше методов, Болтон и Бронкорст относят к качественным методам технику моделирования ситуации (*vignettes*), при использовании которой формулируются определенные характеристики респондентов и проверяется, насколько ответы таких людей будут удовлетворять разработчиков. Метод моделирования ситуации описан в работах Мартина, Кампанелли, Фая и Поливки [49, 50].

небольшое количество интервью даст объемный массив единиц наблюдения. Разумеется, проблема репрезентативности будет решаться относительно текстового, а не «человеческого» массива.

Болтон и Бронкорст утверждают, что среди когнитивных методов преобладают те, в которых анализируется вербальная информация, а невербальная отходит на второй план; по их мнению, «качественные» методы преобладают над количественными [13, p. 39]. Если с первым утверждением трудно не согласиться, то второе явно ошибочно. Первая группа методов, описываемая Болтоном и Бронкорстом как качественная³, не является самодостаточной для проведения анализа опросного инструмента. Методы этой группы направлены на мобилизацию вербального поведения респондента с целью дальнейшего его кодирования и анализа полученных данных. Если же исследователь останавливается лишь на первом шаге, то полученная им информация не может быть осмыслена, так как он не будет обладать системой различения, представленной схемами кодирования, используемыми в методах второй группы. Если методы первой группы могут не применяться в когнитивном анализе, то использование систем кодирования, представляющих вторую группу, является обязательным условием для получения обоснованного результата.

Методы когнитивного интервью. Методы когнитивного интервью направлены на вовлечение респондента в процесс тестирования вопросника. Они построены на расширении задач, предлагаемых респонденту. При использовании этих методов от респондента требуется не только адекватно ответить на вопрос, но и отрефлексировать причины своего ответа. Для этого от респондентов требуется артикулировать свои размышления по поводу вопроса и показать интервьюеру, как они понимают конкретный вопрос и формулируют на него ответ [25]. Джоуб, Туранжо и Смит отмечают, что методы когнитивного интервью позволяют получить детальную информацию о когнитивных процессах, мобилизуемых при формировании ответа от самого респондента [41]. Эспосито, Ротгеб, Поливка, Хесс и Кампанелли выделяют пять основных причин использования методов когнитивного интервью: (1) возможность выявить отдельные понятия или фразеологические обороты, которые неоднозначно воспринимаются респондентами; (2) оценка представлений респондентов с точки зрения того, насколько понятия и вопросы расходятся с определениями, представленными в словарях и справочниках; (3) установление вопросов, не отражающих цели исследования или существенно отклоняющихся от них; (4) установление вопросов, дающих лучший результат в измерении определенных установок или действий респондентов; (5) распределение ответов респондентов в зависимости от различных версий вопросов [29, p. 18-19].

³ Ложный характер носит и само различение на качественные и количественные методы, введенное данными авторами. Методы первой группы носят вполне утилитарный характер и не претендуют на достижение «переживательного отношения научного сотрудника к своему объекту» [70. С. 33]. Напротив, использование данной группы методов возможно лишь при условии выполнения основного принципа исследовательской деятельности: отношение к фактам как представителям универсальной категории и отделения знания от конкретной ситуации и личности ученого [70. С. 37].

Метод парафразы заключается в том, что респондента просят изложить услышанный вопрос, попытаться задать его самостоятельно, используя собственные лексические конструкции.

Метод оценки уверенности в ответе позволяет выявить трудности, связанные с формулированием ответа. Респондента просят оценить (например, по пятибалльной шкале) каждый ответ в зависимости от уверенности, с которой он был выбран. Димейо и Ротгеб пишут, что обычно низкая оценка характеризует недостаток необходимой для ответа информации или проблемы с поиском ее в памяти [24, p. 179].

С помощью метода артикулированного суждения можно установить, что говорит респондент о причинах выбора определенного варианта ответа. Для этого его либо просят проговаривать все мысли, которые приходят ему в голову при ответе на вопрос, либо ответить на дополнительные вопросы типа «почему». Например, при проведении пилотажного исследования в 1987 г. Национального предвыборного опроса респондентам были предложены следующие вопросы: «Перед тем как вы скажете о своих представлениях, не могли бы вы проговорить, какие мысли приходят вам в голову, когда вы читаете, что правительство делает все возможное для того, чтобы каждый гражданин имел хороший жизненный уровень? А теперь скажите, что приходит вам в голову, когда вы читаете, что правительство позволяет каждому гражданину реализовать его собственные возможности? Что-нибудь еще?» [68, p. 587]. Когда информации, предоставленной респондентом при размышлении вслух, недостаточно для решения задач исследования, используются пробные вопросы. Протокол ответов, составленный по такого типа вопросам, используется как для совершенствования дизайна отдельных вопросов, так и для описания стратегий ответа, которые выбирает респондент при интервьюировании [10, p. 116]. Однако при проведении экспериментов выявлены значительные затруднения с валидностью подобных вопросов. Исследователи, использующие открытые вопросы типа «почему», обычно исходят из предположения, что респонденты не заинтересованы давать ложные ответы, и запись ответов адекватно отражает их мысли. Но еще в 30-е годы П. Лазарфельд обнаружил, что респонденты указывают причины ответов, наиболее интересные для исследователя [44, p. 32]. Ссылаясь на ряд экспериментов [14, 36, 39, 42, 59] Вилсон, Лафлер и Андерсон замечают, что люди могут и не знать основные причины своих действий, даже если они расположены для искренних и аккуратных ответов. Кроме этого, из артикулируемых причин люди обычно исключают те, которые вызывают затруднения при их вербализации или выпадают из общих представлений человека. Несмотря на значительные проблемы, связанные с интерпретацией вопросов типа «почему», Вилсон, Лафлер и Андерсон считают, что ответы на подобные вопросы могут являться хорошим стартом для изучения причин, влияющих на выбор вербальных ответов [66, p. 94-96].

Метод поведенческого кодирования (или мониторинг прохождения интервью) позволяет формализовать коммуникативный переход и выделить переменные, описывающие его отдельные стадии. При этом кодируется непосредственно процесс опроса и характер коммуникации между респондентом и

интервьюером. По мнению Каннела и Фолера, ни одна другая процедура не может выявить реальное прохождение процесса интервьюирования [19, р. 27]. Впервые метод был использован для мониторинга работы интервьюеров [21], совершенствования процесса интервью в целом и оценки влияния поведения интервьюера на смещение ответов респондента [51, 52, 55]. В настоящее время метод широко используется в практике анализа вопросников. Это связано как с эффективностью формального тестирования вопросов, так и с низкой стоимостью, простотой применения метода в полевых условиях. Приближение тестирования к реальному прохождению интервью отчасти снимает проблемы, связанные с возможными расхождениями между лабораторными и полевыми тестами вопросников.

Эксперты осуществляют кодирование при прослушивании аудиозаписи. Кодирование возможно осуществлять и непосредственно при прохождении интервью. Однако в таком случае увеличивается вероятность ошибки, возрастает зависимость от ситуативных суждений эксперта, исчезает возможность проверки корректности кодирования. Поэтому кодирование при непосредственном прохождении интервью практически не используется.

Рекомендуется проводить кодирование одной и той же записи несколькими экспертами, что увеличивает валидность метода и снижает зависимость от субъективных оценок отдельного человека. Предварительно разработанная схема должна быть настолько простой, чтобы фиксация кодов занимала минимум времени. Поэтому сами коды должны соответствовать ряду требований. Во-первых, количество кодов должно быть достаточно ограниченным. Во-вторых, коды должны содержать простые, стандартно трактуемые суждения. В-третьих, коды должны отражать реальные проблемы, связанные с прохождением интервью. Последнее требование является наиболее весомым, так как обязывает уже на этапе подготовки к тестированию иметь теоретически обоснованную модель коммуникативного перехода. Основным объектом кодирования выступает поведение респондента и интервьюера (табл. 1).

Разработка кодов, описывающих поведение участников интервью, в первую очередь позволяет определить точность вопросов, чистоту стоящих за ними концептов и трудности, связанные с выбором адекватного варианта ответа [19, р. 35]. Поведенческое кодирование позволяет анализировать не только процесс коммуникации между интервьюером и респондентом (коммуникативный переход), но и понимание вопроса и формулирование ответа последним (первый и четвертый шаг когнитивного перехода). Бассили отмечает, что именно эти шаги когнитивного перехода отражают процессы, характеризующие заданный вопрос (форму вопроса, предложенные варианты ответа), в то время как поиск в памяти адекватной информации и формулирование суждений (второй и третий шаг когнитивного процесса) характеризуют ментальные особенности респондента (установки, представленные в памяти, и способы их презентации) [5, р. 330]. Однако Каннелл и Фойлер не проводят столь жесткого деления между функциональной значимостью шагов когнитивного перехода и считают, что кодирование каждого из них способствует решению специфической задачи, которую поставил перед собой исследователь: будь это анализ вопросника или анализ психологических

особенностей индивида. Поэтому поведенческие коды могут охватывать проблемы, связанные как с мотивацией корректного ответа, так и с отношением респондентов к задаваемым вопросам [19, p. 35].

Таблица 1

Пример кодов поведения⁴

Код	Наименование кода	Описание
100	Поведение интервьюера	
110	Отлично	Интервьюер задает вопросы так, как это определено в инструкции и в соответствии с текстом вопроса
120	Небольшие отклонения	Вопросы немного модифицируются, но это не изменяет их значения. Сигнализирует о потенциальных проблемах, связанных с этими вопросами
130	Значимые отклонения	Интервьюер изменяет смысл задаваемого вопроса, не дочитывает вопрос до конца
200	Поведение респондента	
210	Прерывание	Респондент прерывает прочтение вопроса уже готовым ответом
220	Уточнение	Респондент просит повторить вопрос, уточнить его значение
230	Адекватный ответ	Респондент дает ответ, адекватный целям исследования
240	Уточняющий ответ	Ответ соответствует целям исследования, но респондент вносит уточнения или ограничения
250	Неадекватный ответ	Респондент дает ответ, не отвечающий целям исследования
260	«Не знаю»	Выбирается ответ «не знаю» или аналогичный этому
270	Отказы от ответа	Респондент отказывается отвечать

С. Новак подчеркивает, что вербальное поведение обычно связано с реализацией определенных мотивов. Людям свойственно быть наиболее откровенными лишь в некоторых ситуациях. Например, заинтересованное изложение фактов можно наблюдать на приеме у врача [54, p. 90]. А при интервьюировании респонденты зачастую несерьезно относятся к задаваемым им вопросам, отвечают небрежно либо ориентируются лишь на текущую ситуацию [16]. В любом случае методисту важно понимать, на каком основании люди формулируют свой ответ [10, p. 115], какие ситуации воспроизводятся конкретными вопросами, какого рода мотивы преобладают у респондентов при ответах, какова типичная реакция на вопрос. Операционализация подобных вопросов и статистический анализ полученных данных существенно расширяют область различения, воспроизводимую методом поведенческого кодирования и позволяют развернуть объяснительную схему прохождения опроса.

Метод экспертных оценок в классическом варианте не имеет ничего общего с когнитивными подходами. Это стандартная оценка качества написания вопросов, их структуры и общего дизайна вопросника. Стилистические ошибки или логические недочеты аргументируются и распределяются по

⁴ Таблица адаптирована из статьи Кэннелла и Фойлера [19, p. 29].

группам. Иногда привлекают нескольких экспертов, и тогда возможна дискуссия. Из-за низкой формализации метода экспертное обсуждение позволяет выявить лишь очевидные ошибки [19, р. 21].

Таблица 2

Пример системы кодов для экспертных оценок⁵

Код	Наименование кода	Значение
100	Понимание вопроса	
110	тип вопроса	текущие характеристики поведения; характеристики поведения, связанные с прошлым; текущие суждения; прошлые суждения; общие знания
120	фокус	направленность на себя, направленность на свое окружение
130	необходимый для понимания уровень	элементарный, субординаторный, суперординаторный, мультиуровень
140	потенциальные проблемы	ИНСТРУКЦИИ конфликтные, неаккуратные, скрытые, перегруженный синтаксис, непонятные примеры, непонятная схема; ВОПРОСЫ не определены, технические термины, размытые термины, скрытые вопросы, перегруженный синтаксис, встроенные в вопрос суждения, объединение нескольких вопросов в одном, отсутствие поля «затрудняюсь ответить» и т. п.
200	Поиск информации	
210	задачи поиска	вспоминание эпизода, вспоминание нескольких эпизодов, вспоминание общей информации, вспоминание предыдущего ответа, вспоминание суждений
220	содержание процесса вспоминания	общие представления о себе, общие представления об окружающем мире, особенное поведение или попытки такого рода, виды поведения и т. п.
230	потенциальные проблемы	много деталей, мало деталей, не ожидаемые со стороны респондента детали, психологическое смещение периодов времени
300	Суждения	
310	тип процесса суждения	общая оценка, средняя оценка, комплексная оценка и т. п.
320	интеграция информации	арифметика, количественные суждения, качественные суждения
330	потенциальные проблемы	Точность оценки, значимое для респондента поведение, значимые суждения, социально неприемлемые суждения, безопасность выводов, легальность выводов, социальные последствия, поведенческие последствия и т. д.
400	Ответ	
410	форма ответа	тип шкалы, открытый или закрытый и т. п.
420	потенциальные проблемы	не видно инструкций, не видно определений, проблемы с терминологией, проблемы со структурой и т. п.

⁵ Сокращенный вариант системы кодов, предложенной Лесслером и Форситом [46, р. 264-265]

Так как в рамках данного метода никак нельзя обосновать соответствие между пониманием проблемы экспертом и будущим респондентом, валидность метода приближается к нулю. Поэтому методологической разработкой метода экспертных оценок всерьез никто не занимался. Менее затратными методами тестирования вопросника традиционно считаются фокус-группы или рекомендации воспользоваться апробированными вопросами. Альтернативой традиционному представлению о методе экспертных оценок является его интерпретация, предложенная Лесслером и Форситом [46] в рамках когнитивного подхода. Принципиально схема метода не изменяется, лишь формализуются отдельные его элементы.

Основным формализующим признаком выступает система кодирования. Авторы разработали ее на основании четырехшаговой схемы процесса формулирования ответа. Лесслер и Форсит включают в систему кодов как основные проблемы, связанные с процессами мышления, так и коды, отражающие характеристики этих процессов (см. табл. 2). Задача метода в его новой аранжировке заключается в использовании определенных кодов для описания когнитивных процессов, актуализируемых при ответах и выявлении вопросов, которые могут вызвать трудность у респондентов [46, p. 262]. Экспертная оценка уже не может удерживаться на уровне обыденного сознания и здравого смысла, так как появляются основания для ее фальсификации.

Процедура применения метода также формализуется. Эксперты выставляют оценки в соответствии с системой кодов, делают пояснения, совместно обсуждают эти оценки и приходят к соглашению. Затем считается частота появления кодов в вопроснике [46, p. 267]. Статистическая обработка закодированной информации позволяет не только оценить качество отдельных вопросов, но и качество составления вопросника в целом. Если Каннел и Фолер настаивают на том, что система кодирования должна быть по возможности краткой [19, p. 22], то Лесслер и Форсит, напротив, используют комплексную и, как следствие, более громоздкую систему кодов. Подобный подход частично оправдан отсутствием ограничений к месту и времени проведения кодирования — эксперт может выбрать наиболее комфортные для него условия. Однако перегруженность системы кодов увеличивает вероятность ошибки и затраты времени на обработку информации.

Метод кодирования вербального протокола. Вербальный протокол — это запись прохождения интервью. При исследовании проблем, связанных с когнитивными трудностями⁶, возникающими у респондента, обычно анали-

⁶ Определяя место метода в когнитивной традиции, Болтон и Бронкорст пишут: «С помощью метода мониторинга интервью осуществляют экспертизу интерпретаций вербальных интеракций с целью определения некачественных вопросов. Напротив, с помощью автоматизированных методов осуществляется кодирование вербальных ответов респондентов и выявляются когнитивные трудности» [13, p. 39]. Такое противопоставление не вполне корректно, так как в данном случае методу кодирования вербального протокола приписывается общая для когнитивного инструмента целевая функция (выявление проблем, связанных с мыслительными процессами) как демаркирующий признак данного метода. Как при использовании метода вербального протокола, так и мониторинга интервью основным результатом является артикуляция когнитивных затруднений у респондента. И уже на основании этого можно

зируют его высказывания о мотивах или причинах выбранного ответа, используя метод артикулированного суждения [12]. Если Болтон и Бронкорст метод артикулированного суждения определяют как основной компонент в процедуре записи вербального протокола [13, р. 43], то Бикарт и Фелчер — лишь как один из приемов, позволяющих понять, как люди формулируют ответы при участии в интервью [10, р. 115].

Таблица 3

Семантическое кодирование вербального протокола

Код	Наименование кода	Значение
100	Понимание вопроса	
110	вопросы	Вопросы, которые задает респондент
120	повторения	«Повторите, вы говорите о, вы считаете что, это то, что вы сказали, другими словами, я не понял, я не понимаю» и т. д.
130	идентичность	«Одинаковый вопрос, одинаковый ответ, такой же вопрос, звучит одинаково, то же что и я говорю, я уже отвечал на этот вопрос, это повторение» и т. д.
200	Поиск информации	
210	забывчивость	«Забыл, не помню, не могу вспомнить, не могу представить, я стараюсь представить» и т. д.
220	паузы	Паузы в вербальном протоколе могут кодироваться определенными знаками, например двоеточием
230	нет опыта	«Никогда этого не было, никакого опыта» и т. д.
240	малая частота	«Редко, никогда, иногда, время от времени, не так часто» и т. д.
250	большая частота	«Всегда, каждый день, ежедневно, постоянно» и т. д.
300	Суждения	
310	конфиденциальность	«Это зависит, не уверен, что-то в этом роде» и т. д.
320	трудность	«Трудный вопрос, трудно, это не простой вопрос» и т. д.
330	уверенность	«Абсолютно уверен, конечно, безусловно» и т. д.
340	проблемы	«Проблемы, ошибка, ошибки» и т. д.
350	нет проблем	«Нет проблем, это небольшая проблема, ничего страшного, это не ошибка» и т. д.
360	ожидания	«Я ожидаю, можно предсказать, должно быть» и т. д.
400	Ответ	
410	не могу сказать	«Не могу сказать, не могу определить, трудно определить, невозможно измерить, трудно сказать, не легко решить» и т. д.
420	не знаю	«Не знаю, не могу знать, не имею представления» и т. д.

Пытаясь формализовать вербальный протокол, Болтон и Бронкорст отказываются использовать нестандартизированные приемы когнитивного интервью, когда интервьюер ситуационно выбирает необходимые вопросы. Напротив, предлагается задавать одни и те же вопросы всем респондентам [13, р. 43]. Система кодов строится на четырехшаговой схеме. Каждому переходу присваивается определенная группа кодов (см. табл. 3), которые в свою очередь формируются в результате обработки вербального протокола. Кодам соответствуют отдельные

выходить на проблемы, связанные с релевантностью вопросника или поведением интервьюера.

слова, словосочетания или невербальные выражения (паузы, прерывание разговора и т. д.). При автоматизированном методе кодирования можно существенно увеличить объем переменных без снижения качества обработки информации. Однако могут возникнуть ошибки, связанные с неправильной интерпретацией слов, значения которых зависят от контекста. Поэтому лексическое наполнение кодов представляет собой очень трудоемкую задачу, для решения которой необходимо многократное тестирование. Метод экспертного кодирования вербального протокола, предложенный Бикерт и Фелчер, позволяет уйти от проблемы семантического многообразия языка. В систему кодов жестко вписываются те смыслы и значения, которые исследователь планирует анализировать (табл. 4), несколько сужается и область исследования.

Таблица 4

Экспертное кодирование вербального протокола⁷

Код	Наименование кода	Значение
100	Понимание вопроса	Процесс определения того, что значит вопрос (содержание, значение слов, смысл). На этом этапе происходит интерпретация вопроса респондентом.
110	Уточнение	Респондент просит пояснить вопрос («вы спрашиваете о прошедшей неделе или месяце?», «вы хотите знать, как часто мой муж делает это?»)
120	Повторение	Респондент просит повторить вопрос
130	Трудность оценки	Респондент упоминает то, что это трудный вопрос или легкий
140	Думает	После того как прозвучал вопрос, респондент держит паузу или говорит, что он сейчас думает («я пытаюсь подумать об этом»)
150	Изменяет вопрос	Респондент переформулирует вопрос согласно своему представлению или не хочет отвечать на вопрос так, как он сформулирован («я не могу сказать, как часто он ходит в «Макдональдс», «я могу вспомнить лишь сколько раз мы были там вместе»)
200	Подготовка ответа	
210	Вспоминание эпизодов	Респондент вспоминает конкретные эпизоды, связанные лично с ним, другими людьми, или эпизоды общего плана
220	Оценка регулярности эпизодов	Частота, с которой происходили те или иные случаи в прошлом. Позитивная оценка связана с высказываниями «всегда», «часто», «постоянно» и т. д. Негативная — «иногда», «редко» и т. д.
230	Нормативное поведение	Поведение, являющееся обычной практикой человека, то как он ведет себя в повседневности («мы обычно гуляем вместе», «по воскресеньям я привыкла ходить в кино»)
240	Общие знания	Используются для обобщения представлений респондента о себе, своем партнере, ближайшем окружении («мы не очень коммуникабельны с мужем», «объем продаж окорочков и яиц падает в летний период»)
300	Обоснование частотных суждений	
310	Простое суждение	Суждение высказывается автоматически, без подсчета или при отказе определить частоту случаев
320	Суждения, основанные	

⁷ Таблица адаптирована из статьи Б. Бикерт и М. Фелчер [10, р. 124-125].

	на подсчете
330	Суждения, основанные на оценке
400	Проверка ответа
410	Суждение о социальной приемлемости ответа
420	Оправдание ответа

Основное внимание уделяется здесь не всему когнитивному процессу, как в примере с семантическим кодированием, а трем частям поиска и обработки необходимой для ответа информации: (1) стратегии респондента в поиске необходимой информации; (2) последовательности, в которой респондент использует информацию для выработки суждения; (3) содержанию информации, на основании которой респондент формулирует суждение [10, р. 116]. Поэтому Бикарт и Фэлчер отказываются от четырехшаговой схемы кодирования и выстраивают систему кодов не путем разделения когнитивных процессов на этапы, а посредством описания поиска формулирования суждения в традициях причинно-следственного подхода. Формализуется не процесс как таковой, а причины, влияющие на его прохождение. Таким образом, схема экспертного кодирования отличается от семантического не только методом обработки информации, но и основными допущениями, принятыми при разработке кодов. Процедура экспертного кодирования вербального протокола разделяется на три шага. На первом этапе расшифровывается аудиозапись интервью, на втором — каждый ответ делится на сегменты, каждый из которых представляет собой простую мысль или идею. На третьем этапе два кодировщика, работая независимо друг от друга, проставляют коды в соответствии с выделенными сегментами. Как отмечают Бикерт и Фелчер, каждый ответ обычно содержит не менее 10 сегментов, что позволяет описать его несколькими переменными [10, р. 119].

Метод временных характеристик направлен на измерение времени, затрачиваемого на прохождение различных элементов опроса. Выделяются следующие наиболее информативные промежутки времени: произнесение интервьюером вопроса, задержка ответа, сам ответ. Время произнесения интервьюером вопроса непосредственно влияет на дальнейшие затраты времени на ответ уже со стороны респондента. Вопрос, требующий более продолжительного времени на произнесение, способствует мобилизации когнитивных ресурсов респондента еще до завершения артикулирования вопроса. Поэтому данная временная характеристика используется для интерпретации причин задержки ответа и времени, затраченного на представление респондентом ответа. Бассили и Флетчер показали, что более продолжительное время ответа в большинстве случаев связано с трудностями, возникающими при когнитивном переходе. Тестируя вопросы об установках и мнениях людей, они показали, что респонденты, не имеющие устоявшихся мнений по обсуждаемым темам, затрачивают больше времени на ответ [6, р. 344]. Анализ задержки ответа построен на измерении времени с момента окончания артикулирования вопроса интервьюером до начала артикуляции ответа респондентом. Задержка ответа, по мнению Бассили и Скотта, является основ-

ным показателем объема информации, обрабатываемой респондентом для ответа на вопрос [7, р. 391]. Задержка ответа может быть связана с каждым из четырех шагов когнитивного перехода [5, р. 330], поэтому неправомерно проводить прямую зависимость между продолжительностью паузы, выдерживаемой респондентом перед ответом, и затруднениями, связанными с вопросом. Проведя эксперимент по сравнению неудачных и исправленных версий нескольких вопросов, Бассили и Скотт предположили, что для вопросов с усиленной негативной тональностью основное время паузы расходуется респондентом на восприятие вопроса; для вопросов, фактически объединяющих в себе два вопроса, — на восприятие вопроса и вынесение суждения. В обоих случаях задержка ответа интерпретировалась как показатель неудачно составленного вопроса. В то же время по нескольким поведенческим вопросам более удачные версии сопровождалась увеличением паузы перед ответом. Бассили и Скотт объяснили подобный феномен тем, что респонденты вынуждены более внимательно относиться к восстановлению в памяти эпизодов, связанных с вопросами, соответственно основное время задержки ответа было потрачено на поиск релевантной информации [7, р. 395].

Использование переменных, фиксирующих временные характеристики ответа, возможно лишь в комплексе с другими показателями, описывающими вербальное поведение респондента: «...адекватная интерпретация задержки ответа всегда требует использования контекстуальной информации, делающей эту задачу осуществимой» [5, р. 330]. В указанном выше эксперименте в качестве контекстуальной информации Бассили и Скотт привлекают переменные, фиксирующие повторение и уточнение вопроса.

Описание диагностической процедуры

Единственная цель перечисленных выше методов — это поиск описаний реальности, обнаруживающей себя в интервью. Опираясь лишь на внешние признаки опроса, сверхзадача методов построена на вскрытии внутренних или латентных его особенностей. Для этого недостаточно иметь лишь хорошо разработанную теорию и/или качественно сконструированный инструментарий. В первом случае возникает эпистемологическая проблема согласованности теории с описываемыми явлениями. Опасность искусственности и самодостаточности не является особенностью лишь слабых теоретических конструкций. Сам процесс теоретизирования построен на отстранении от мира явлений, разрушении обыденной убежденности в очевидности «естественных» фактов, фальсификации оснований привычного знания. Во втором случае исследователь сталкивается с методологической проблемой искусственности исследуемого мира. Описываемые явления предстают не более чем продуктом разработанных методов. Разнообразие фактов достигается лишь расширением технологической сложности инструментария, изяществом конструктивных решений, выполненных при его разработке. Решение этих проблем лежит в области метафизики. Поэтому исследователь принимает установку на принципиальное решение этих проблем (как если бы это было возможным) путем построения диагностической процедуры.

Единицы исследования. Привычное представление об объекте социологического исследования подталкивает к рассмотрению людей в качестве

единиц. Однако исследователь, как правило, наблюдает не людей, а артефакты их деятельности, в том числе социальные факты, выраженные в текстах. Ф. Соссюр предложил классифицировать науки в зависимости от возможности определять единицы наблюдения: науки, в которых единицы наблюдения даны непосредственно (например, астрономия и химия) и науки, в которых единицы наблюдения не очевидны (история и лингвистика) [76, p. 104]. Видимо, ко второй группе относится и социология, методы которой находятся под влиянием структуралистской традиции.

В когнитивном подходе преобладает рассмотрение человека в качестве единицы исследования [18, 19, 20, 30]. В методе семантического кодирования в качестве единицы исследования берется совокупный текст, воспроизводимый в процессе интервью [13]. Однако оба варианта не вполне пригодны для построения объяснительной модели социологического опроса. Если первый вариант уводит в область индивидуальных различий и психологических установок респондентов, то второй не позволяет обнаружить различия между вопросами, находящимися на разных стадиях интервью, которые определяются характером трансформационных переходов. Подобные возражения нисколько не снижают ценность когнитивного подхода, а лишь приводят исследователя к пониманию основной проблемы диагностической процедуры: так как, строго говоря, не существует явных переменных⁸, не может быть и инструментария для их обнаружения. Исследователь постоянно должен обращаться к кантовской конструкции «как если бы это было возможным», если, конечно, он не собирается изучать знания как чистые формы.

Выбор единицы исследования всегда имеет несколько волюнтаристский характер, и подтверждающие его доводы могут быть найдены лишь апостериорно. При планировании методического эксперимента в качестве единиц исследования нами были взяты артикулированные вопросы, а уже затем накоплен достаточный запас аргументов, подтверждающих правильность сделанного выбора. Во-первых, артикулированный вопрос является основным элементом, связывающим вербальное поведение респондента с целями, положенными в основание проводимого опроса. Степень адекватности получаемого ответа, возникающие уточнения или дополнения со стороны участников опроса и формирование окончательного суждения задаются именно артикулированным вопросом. Бессмысленно корректировать анкетную форму вопроса, если не иметь представления о том, как он будет «озвучен» в процессе интервью, поэтому анкетный вопрос выступает лишь вторичной формой, видоизменение которой реконструируется лишь в модели коммуникативного процесса. Во-вторых, артикулированный вопрос представляет

⁸ «...Само разграничение признаков на явные и латентные условно, так как любая явная переменная оказывается латентной, т. е. обнаруживает себя опосредованно, в своих «видимостях», — пишет Г.С. Батыгин. — Строго говоря, явных переменных как таковых вообще не существует. Например, признаки пола, возраста, образования и иные элементарные показатели, используемые для идентификации «статуса» (латентный признак), сами предполагают поиск неких «явных» свидетельств: записей в метрике, диплома и т. д. Переменные становятся явными лишь при операциональной интерпретации» [69, с. 44].

собой достаточно устойчивую и однозначно фиксируемую по отношению к различным интервью форму. Если в качестве единицы исследования взять ответ респондента, то возникнет проблема определения границ ответа.

Объект исследования. Проект «Когнитивный анализ опросного инструмента» был осуществлен в июне — августе 2000 г. в Фонде «Общественное мнение». Тестировался опросный инструмент, используемый Фондом «Общественное мнение» для изучения политических установок граждан России (вопросник ПЕНТА № 17 за 29.04.2000 и ПЕНТА № 23 за 07.06.2000). Анализировались четыре типа вопросов⁹ (табл. 5). Первый тип — закрытые вопросы с порядковой шкалой (вопросы 23, 24, 29). Второй тип — псевдооткрытые вопросы с номинальной шкалой (вопросы 5, 9). Третий тип — открытые вопросы (вопросы 25, 35). Четвертый тип — альтернативные вопросы с порядковой шкалой (вопросы 49, 50).

Таблица 5

Список тестируемых вопросов

Анкетный вопрос	Номер вопроса	№*
Назовите, пожалуйста, несколько политиков, действия и высказывания которых за последнюю неделю вам запомнились и понравились	5	44
Назовите, пожалуйста, несколько современных российских политиков, к которым вы лично относитесь положительно, с доверием	9	42
Как вы в целом относитесь к В. Путину — хорошо, плохо или безразлично?	23	43
За последнюю неделю ваше отношение к В. Путину улучшилось, ухудшилось или осталось без изменений?	24	42
Перечислите, пожалуйста, несколько высказываний, решений и действий В. Путина за прошедшую неделю, которые вам запомнились и понравились, не вызвали возражений	25	48
Как вы сегодня оцениваете работу В. Путина на посту Президента России — отлично, хорошо, удовлетворительно, плохо или очень плохо?	29	44
Какие события прошедшей недели, о которых рассказывали средства массовой информации, больше всего заинтересовали вас, привлекли ваше внимание?	35	46
Одни считают, что власть намерена ограничить свободу слова. А другие говорят, что власть не намерена ограничивать свободу слова. С каким мнением — первым или вторым — вы согласны?	49	56
Одни считают, что Государственная дума должна поддерживать В. Путина во всех его начинаниях. Другие полагают, что Дума должна принимать решения независимо от мнения Президента. С какой из двух точек зрения — первой или второй — вы согласны?	50	54

⁹ Экспериментальный вопросник представлял собой аналог стандартной формы ПЕНТА, используемой Фондом «Общественное мнение»

* N — количество единиц наблюдения или артикулированных вопросов, представленных в массиве. Различие в количестве артикулированных вопросов определяется тем, что многие вопросы в одном интервью задавались более чем один раз. Так, 49-й вопрос интервьюеры задавали в более чем одной итерации 14 раз. Вопросы 9-й и 14-й всегда — только один раз.

Пространство признаков. Пространство признаков является лексиконным исследованием или системой кодов, открывающей до этого закрытый от наблюдения мир (в данном случае мир «вопрос-ответной» коммуникации). «Из-за невозможности узреть полноту бытия и сделать систему прозрачной для себя самой, возникает сложный комплекс различий, руководящих системным процессом наблюдения...», — пишет Н. Луман [74, с. 217]. Наиболее радикальную гипотезу о природе кодирования сформулировал Б. Уорф [67]. Согласно «гипотезе лингвистической относительности», люди, говорящие на разных языках, по-разному представляют себе объект, обозначаемый словом. Более того, только с помощью языка человек может воспринимать реальность [75, с. 358]. Наименование того или иного предмета делает возможным его познание. Дело, однако, не ограничивается номинацией — новые теоретические описания создают новые объяснительные модели и, следовательно, новые миры. Так же, как система описаний, вводимая сенсорной физиологией, позволяет физиологу открыть мир человеческого восприятия, так и когнитивное кодирование позволяет социологу-методисту открыть мир вопросов и ответов, который кому-то может показаться вполне понятным и без кодирования. Система кодирования представляет собой не более чем уплотнение языка до иерархически выстроенной структуры. Через редукцию смыслов, снятие метафорической нагруженности и целерациональное построение системы кодов становится возможным позитивное научное познание. Иными словами, прежде чем изучать что-либо, надо рационально реконструировать объект. Чем автономнее система рациональных описаний, чем более замкнутым является язык исследования, тем больше шансов преодолеть смысловой «шум», возникающий в нерелевантных признаках, и избавиться от «собственных» смыслов объекта. Источник или природа этих смыслов заключаются в том, что объект исследования имеет собственный язык, который организует прилегающее к этому объекту пространство, содержит собственную прагматику и, соответственно, создает собственные модели объяснения мира. Так, в случае с изучением общественного мнения, остается открытым вопрос, направлены ли проводимые исследования на понимание феномена, каковым является общественное мнение или они лишь воспроизводят это мнение? При втором варианте ответа приходится забыть о научном познании, так как нарушается его прагматика, опирающаяся на принципы непредвзятого и объективного рассмотрения мира явлений. Если же говорить о методологической работе в целом или методическом эксперименте в частности, то открытым остается аналогичный вопрос: исследует ли методология инструментальной науки или лишь воспроизводит смыслы, заложенные в нем?

Воспроизводство смыслов, как и их различение, определяется языком исследования. В концептуальном и инструментальном словаре проекта заложены все возможные варианты последующих выводов и заключений. Таким языком выступает совокупность переменных, организующих пространство

признаков в иерархически выстроенную систему. Исследователь никогда не воспринимает изучаемый объект непосредственно, а лишь создает его референцию, которая и подвергается дальнейшему анализу. Иными словами, система переменных выступает фундаментом для основания аутопойэтической системы познания окружающего мира, которая «производит не только свои структуры, но и свои элементы в сети именно этих элементов» [74, с. 208]. Если же исследователю не удастся выстроить такую систему, вся его работа является не более чем воспроизведением смыслов исследуемого объекта. В данном случае нельзя игнорировать парадокс. С одной стороны, любой объект исследования представляет собой аутопойэтическую систему. С другой стороны, как утверждает Н. Луман, само наблюдение объекта является аутопойэтическим [47, р. 15]. Под наблюдением в данном случае понимается не более чем «различение и обозначение» [74, с. 212]. Как возможна коммуникация между закрытыми и самореферентными системами? Если же возможность такой коммуникации проблематична, что означает понимание объекта исследования? Основным критерием аутопойэтической системы является устойчивость выбранных элементов по отношению к объектам и субъектам исследования, что выражается в двух вопросах: насколько изменится система переменных (1) при переходе от одного объекта к другому и (2) при ее использовании разными группами исследователей.

Объект исследования (вопросник ПЕНТА) размещается в пространстве признаков, включающих в себя следующие группы переменных: содержание вопросов, социально-демографические переменные, вербальное поведение интервьюера, вербальное поведение респондента и время прохождения интервью (рис. 2). Переменные, описывающие вербальное поведение интервьюера и респондента, разрабатывались в соответствии с традицией поведенческого и экспертного кодирования [19, 21, 46, 51, 52, 55], а также кодирования вербального протокола [10, 12, 13]. Группа переменных «Время прохождения интервью» опирается на проделанный анализ временных характеристик опроса [3, 4, 5, 6, 7]. Экспертные переменные для контент-анализа разработаны в рамках семантического кодирования вербального протокола [10, 12, 13]¹⁰.

Характеристики исследования. В лабораторных условиях было проведено 42 стандартизованных интервью. Состав экспериментальной группы был выравнен по полу (50% мужчин, 50% женщин) и образованию (50% респондентов имели высшее образование, 50% не имели высшего образования). В выборку попали люди в возрасте от 23 до 64 лет. Средний возраст респондентов — 39 лет ($\sigma=10,01$). Экспертным методом оценивалась речевая компетентность (грамотное построение предложений, логическая завершенность фраз, корректное использование понятий) каждого респондента: 42,9% респондентов были отнесены к классу с высокой речевой компетентностью, 45,2% — с низкой, в 11,9% случаев речевая компетентность не уста-

¹⁰ Контент-анализ заключался в выделении (1) совокупного текста ответов респондентов на каждый артикулированный вопрос и (2) совокупного текста артикулированного вопроса для каждого анкетного. Затем тексты разбивались на семантически полные слова или словосочетания и относились к одной из трех групп: адекватная, неадекватная и фоновая лексика.

новлена. Респонденты, участвовавшие в исследовании, ранее не опрашивались по анкете ПЕНТА. Опрос проводился в течение 5 дней, с 17 июля по 21 июля 2000 г. включительно. Средняя длительность интервью составила 10 минут ($\sigma = 3,87$). Для регистрации поведения интервьюеров и респондентов использовалось аудио- и видеозаписывающее оборудование.

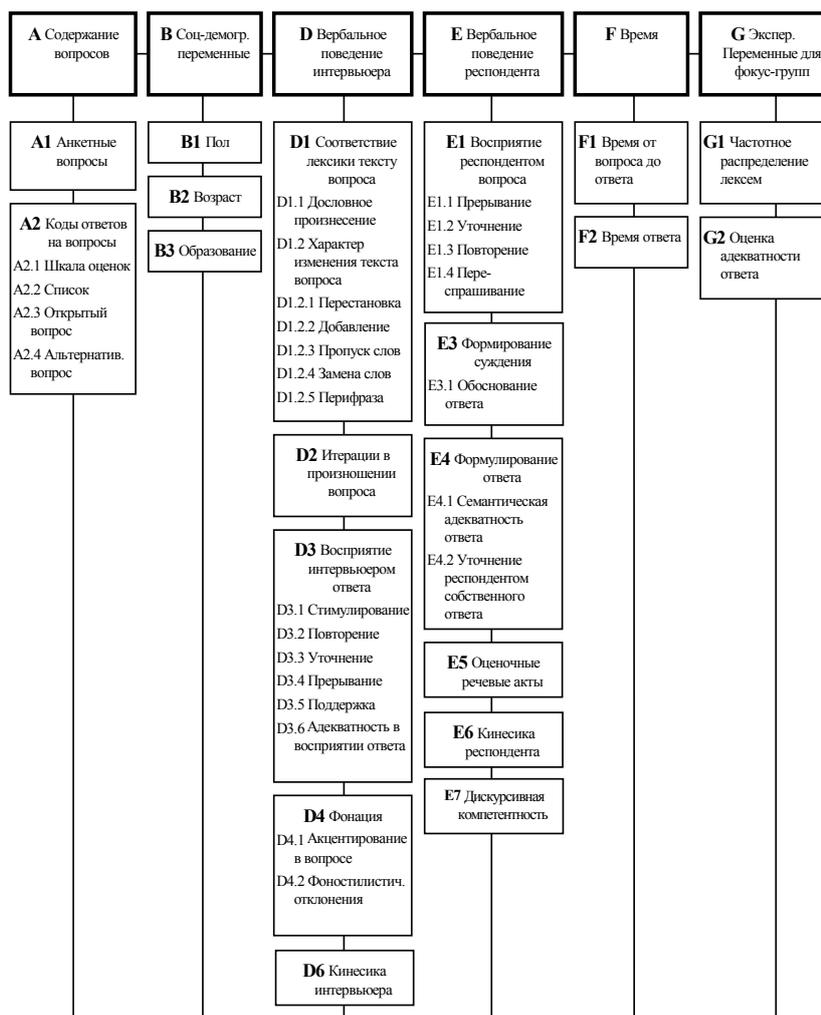
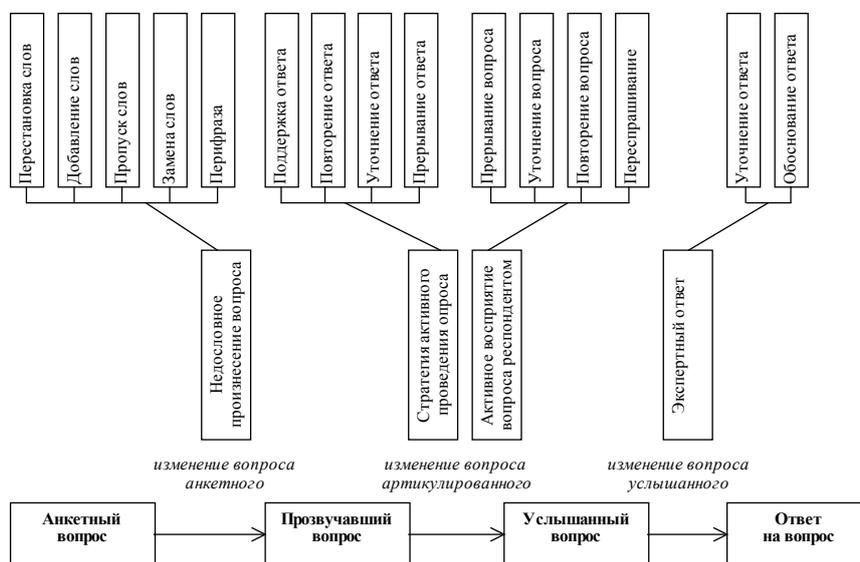


Рис. 2. Система индикаторов

Анализ трансформационных переходов

Основной задачей при когнитивном анализе опросного инструмента является определение характера смещений в формулировке вопроса на каждом

переходе. Эти смещения фиксировались системой переменных (рис. 3). Интерпретативный переход является наиболее простым для операционализации, так как трансформация вопроса здесь легко фиксируется путем сопоставления анкетного и артикулированного (прозвучавшего) вопроса. Таким образом, интерпретативный переход представлен переменными, описывающими соответствие лексики интервьюера тексту вопроса (см. рис.1, 2)¹¹. Сложнее обстоит дело с коммуникативным и когнитивным переходами. Если переменные, описывающие восприятие интервьюером ответа, относятся только к коммуникативному переходу, то вербальное поведение респондента практически невозможно однозначно приписать коммуникативной или когнитивной функции. Само понимание когнитивных процессов возможно лишь при обращении к внешним факторам. Бихевиоризм в методологии поведенческих наук уходит от проблемы разделения когнитивных и коммуникативных процессов, рассматривая коммуникативную функцию как форму поведенческой активности. Хотя и отмечается, что реализация данной функции возможна лишь «в ходе обмена знаниями при взаимной регуляции поведения людей» [73, с. 187], когнитивным процессам приписывается вторичная роль. Если когнитивная функция (наряду с регулятивной) и включается в коммуникативную, то подчеркивается, что тем самым теряется специфика общения как взаимодействия нескольких людей [71, с. 233]. Когнитивная психология, напротив, пытается описывать коммуникацию через сопоставление когнитивных карт ее участников, поэтому группа переменных, фиксирующих восприятие респондентом вопроса, обычно относится к когнитивному переходу [3, 4, 5, 6, 7, 10, 13, 29, 46].



¹¹ Переменная «дословное произнесение вопроса» является базовой для сравнения интерпретативного перехода с коммуникативным и когнитивным (табл. 6).

Рис. 3. Характер изменения вопроса

Соответственно выбор между переменными, описывающими когнитивный и коммуникативный переходы, имеет достаточно условный характер. В случае анализа смещений в форме вопроса наиболее важным является фиксация изменений вопроса на каждом трансформационном переходе. Так как услышанный вопрос является исходной формой для определения смещений когнитивного перехода и финальной для коммуникативного, то факторы, влияющие на восприятие вопроса, отнесены к последнему. Трудность с анализом данных переходов заключается еще и в том, что невозможно зафиксировать услышанный респондентом вопрос. Исследователю остается лишь строить предположения и гипотезы о его форме. Предполагается, что чем больше респондент прерывал вопрос, уточнял или просил его повторить, тем больше вероятность отклонения услышанного вопроса от произнесенного. Коммуникативный переход оказался наиболее наполненным по числу приписанных к нему переменных, которые отражают: (1) стратегию проведения интервьюером опроса и (2) типы восприятия вопроса респондентом (см. рис. 1–3). Для построения базовой переменной по коммуникативному переходу пришлось создать ряд новых переменных. На первом этапе были созданы переменные, описывающие стратегии интервьюирования и типы восприятия вопроса. На втором этапе они были объединены в одну переменную посредством противопоставления нейтрального и активного способов коммуникации (табл. 6). Новая переменная, фиксирующая способ коммуникации, хорошо дифференцирует вопросы на две группы ($\chi^2=31,173$ $p<0,000$).

Таблица 6

Распределение основных характеристик вопросов и ответов

	Частота	Доля, %
Произнесение вопроса		
Дословное произнесение	152	36,3
Недословное произнесение	267	63,7
Способ коммуникации		
Нейтральный способ	68	16,2
Активный способ	351	83,8
Тип ответа		
Профанный ответ	162	38,7
Экспертный ответ	257	61,3
Всего	419	100,0

При нейтральном способе коммуникации ее участники не выходят за рамки рациональной схемы прохождения интервью¹², при активном способе рациональная схема претерпевает изменения, фиксируемые соответствующими переменными (см. рис. 3). Значительная доля активного способа оп-

¹² Под рациональной схемой понимается представление об интервью как идеальной конструкции, которая включает в себя лишь вопрос-ответную коммуникацию, а любые другие «возмущения», исходящие от участников опроса, сведены к нулю.

росной коммуникации (см. табл. 6) позволяет сформулировать гипотезу о доминирующем влиянии коммуникативного перехода на смещения, возникающие в ходе интервью.

Когнитивный переход представлен лишь двумя переменными: обоснование и уточнение респондентом собственного ответа. Обе переменные характеризуют рефлексивное отношение респондента к ответу, что позволяет обозначить подобный тип ответа как экспертный (см. табл. 6). Противоположный тип ответа — профанный ответ, который характеризуется минимальной активизацией когнитивных ресурсов и полностью обусловлен внешними факторами, которые и являются причинами проявления респондентом той или иной реакции. Если в первом случае вопрос представляет собой своего рода «exe-шный файл»¹³, который запускает когнитивные процессы респондента, то во втором вопрос является просто стимулом, а ответ — реакцией на него. Активизация мыслительной функции при экспертном ответе приводит к отклонениям от семантического задания анкетного вопроса. Экспертный вопрос направлен как бы на создание собственного варианта вопроса, который наиболее точно отражает активную позицию отвечающего. Предполагается, что экспертный или профанный тип ответа связан не только с личностными качествами респондента, но и с формулировкой заданного вопроса, хотя в эксперименте значимость связи между типом ответа и анализируемыми вопросами несколько меньше ($\chi^2=17,556$, $p<0,025$), чем для других базовых переменных.



Рис. 4. Семантическая адекватность ответов

По переменной «семантическая адекватность ответа» тестируемые вопросы разбиваются на три группы: вопросы с высокой адекватностью ответа (N=171) — на вопросы данной группы получены адекватные ответы от

¹³ Метафора «exe-файла» как характеристики экспертного вопроса предложена Г.С. Батыгиным на методологическом семинаре сектора социологии знания Института социологии РАН.

71,4% до 90,5% (вопросы № 23, 24, 29, 9); вопросы со средней адекватностью ответа (N=198) — на вопросы данной группы получены адекватные ответы от 43,2% до 51,9% (вопросы 49, 50, 35, 5); вопросы с низкой адекватностью ответа (N=48) — в эту группу попал один вопрос (№ 25), на который получено лишь 20,8% адекватных ответов. Присутствует следующая статистическая значимость различий между группами: между первой и второй группой вопросов $\chi^2=40,161$, $p<0,000$; между второй и третьей - $\chi^2=11,237$, $p<0,001$.

Кроме базовых переменных, описывающих характер изменений в процессе трансформационных переходов, для дальнейшего анализа потребуется еще один признак, отражающий качественную характеристику анализируемых вопросов. Это семантическая адекватность ответов (рис. 4). Данная переменная была создана путем экспертной оценки соответствия смысла ответа респондента вопросу, артикулируемому интервьюером. Для оценки семантической адекватности была разработана порядковая шкала, состоящая из трех пунктов: (1) адекватный ответ (респондент отвечает уверенно, без искажения смысла; использует в ответе лишь предложенную шкалу); (2) сомневается (фиксируются отклонения ответа от конструкции вопроса; респондент сомневается при выборе варианта ответа; предлагает свои варианты, близкие к предложенным); (3) неадекватный ответ (респондент отказывается делать выбор из предложенной шкалы; дает свой ответ; присутствуют значительные искажения смысла вопроса, которые могут быть отражены в фальшответе).

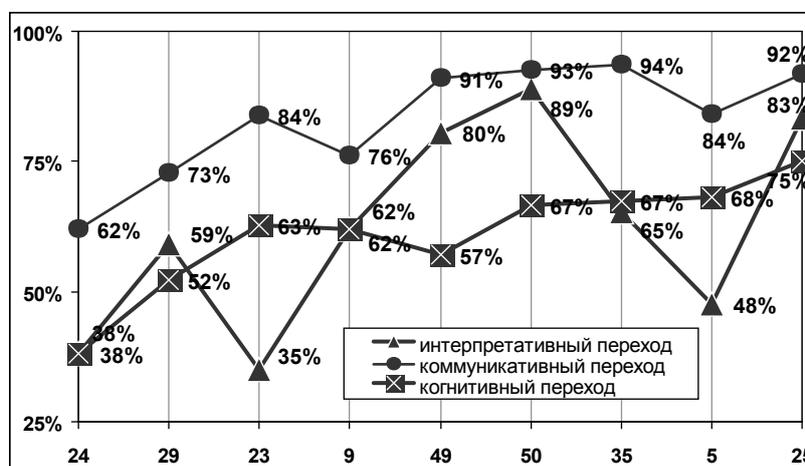


Рис. 5. Изменения семантической адекватности девяти экспериментальных вопросов в интерпретативном, коммуникативном и когнитивном переходах

Анализируемые вопросы расположились в пространстве признаков трех базовых переменных по мере убывания семантической адекватности получаемых на них ответов. Можно зафиксировать следующие особенности,

характеризующие вопрос-ответную коммуникацию (рис. 5): (1) активная позиция респондента в процессе коммуникативного и когнитивного переходов приводит к снижению семантической адекватности ответа на поставленный вопрос; (2) особенности артикуляции вопроса при интерпретативном переходе в меньшей степени влияют на возникающие в процессе ответа смещения, чем последствия активной позиции респондента во время коммуникативного и когнитивного переходов, то есть дословное воспроизведение вопроса не является значимым фактором для получения адекватных заданному вопросу ответов; (3) смещения, возникающие при коммуникативном и когнитивном переходах, имеют однонаправленный характер, то есть активный способ коммуникации с большой вероятностью будет приводить к активному типу ответа на вопрос.

Изменение анкетного вопроса. С помощью факторного анализа была проведена группировка переменных, описывающих изменение текста анкетного вопроса¹⁴. В результате были выделены два фактора, которые объяснили 63,4% разброса признаков (табл. 7). Первая компонента показала сильную взаимосвязь таких переменных, как перестановка слов в вопросе, добавление незначимых слов, пропуск и замена слов. Содержательный смысл этих переменных заключается в следующем. Перестановка слов предполагает, что при артикуляции анкетного вопроса интервьюер менял местами слова или группы слов, например: вместо «запомнились и понравились» произнес «понравились и запомнились». Добавление незначимых слов предполагает включение в формулировку анкетного вопроса слов, которые не меняют смысла самого вопроса: часто эти слова нацелены на установление и поддержание коммуникации (обращение к респонденту по имени и т. п.). Пропуск слов — это выпускание слов из формулировки анкетного вопроса, которое не вело к потере информации, например: вместо «Президента России» в вопросе № 29 часто использовалось только слово «Президента». Наконец, замена слов, как правило, — это использование вместо отдельных слов анкетного вопроса их синонимов, например: вместо «прошедшую неделю» — «прошлую неделю».

Таблица 7

Факторный анализ изменения текста вопроса

Исходные переменные	Компонента	
	1	2
Дословный вопрос	-0,879	-0,104
Перестановка слов в вопросе	0,610	0,289
Добавление незначимых слов	0,738	0,131
Добавление значимых слов	0,182	0,861
Пропуск слов	0,482	0,509
Замена слов	0,691	0,266
Перифразирование вопроса	0,177	0,888

¹⁴ Факторный анализ проводился методом главных компонент. Вращение факторов осуществлялось методом Varimax.

Поскольку каждая из четырех объединенных в фактор переменных описывает такое изменение формулировки анкетного вопроса, при котором смысл вопроса не меняется, этот фактор можно назвать «изменением формулировки вопроса без изменения его смысла», или для краткости «незначительным изменением формулировки вопроса». Вторая компонента показывает сильную взаимосвязь таких переменных, как «добавление значимых слов» и «перифразирование вопроса». Содержательно первая переменная означает, что при артикуляции вопроса в его анкетную формулировку были добавлены слова, которые каким-то образом изменяли смысл вопроса, например, вместо «Дума должна принимать решения независимо от мнения президента» — «Дума должна принимать решения абсолютно независимо от мнения президента». Перифраза вопроса подразумевает, что интервьюер полностью изменил текст его анкетной формулировки. Каждая из этих переменных описывает такое поведение интервьюера, при котором он тем или иным способом изменяет смысл анкетного вопроса, поэтому второй фактор можно назвать «изменением смысла вопроса», или «значительным изменением формулировки вопроса». По результатам факторного анализа из группы переменных, связанных с особенностями артикуляции анкетного вопроса, была создана новая порядковая переменная «характер изменения формулировки вопроса» с градациями: (1) формулировка не изменена; (2) незначительное изменение формулировки вопроса; (3) изменение смысла вопроса (табл. 8). Небольшой процент изменения смысла вопроса объясняется тем, что опрос проводили подготовленные интервьюеры с примерно одинаковым уровнем квалификации: связь между адекватностью получаемых ответов и интервьюером, проводящим опрос, является статистически незначимой ($\chi^2=1,621$ $p<0,445$).

Таблица 8

Характер изменения формулировки вопроса

Степень изменения вопроса	Частота	Доля, %
Формулировка не изменена	152	36,3
Незначительное изменение формулировки вопроса	199	47,5
Изменение смысла вопроса	68	16,2
Всего	419	100,0

Так как при внесении изменений в анкетный вопрос (рис. 6) интервьюеры в основном сохраняли его семантическое задание, связь между изменением формулировки анкетного вопроса и адекватностью получаемого ответа получилась не вполне значимой ($\chi^2=3,698$, $p<0,054$). Изменения анкетного вопроса при его произнесении определялись скорее стилем ведения интервью, чем квалификацией интервьюера, отклонения от анкетного вопроса связаны преимущественно с личностью интервьюера ($\chi^2=45,665$, $p<0,000$). Поэтому утверждение о том, что адекватность ответа зависит от точности воспроизведения анкетного вопроса, представляется сомнительным.

Аналогичные выводы были получены в других методических экспериментах. Н. Брэдберн и С. Садмен показали, что более опытные интервьюеры с большим стажем полевой работы чаще отклоняются от анкетной формы вопроса, что не сказывается на адекватности восприятия ответа [16]. Однако если отклонения

от формулировки анкетного вопроса допускают новички, то это может приводить к значительным смещениям в ответах респондентов [31].

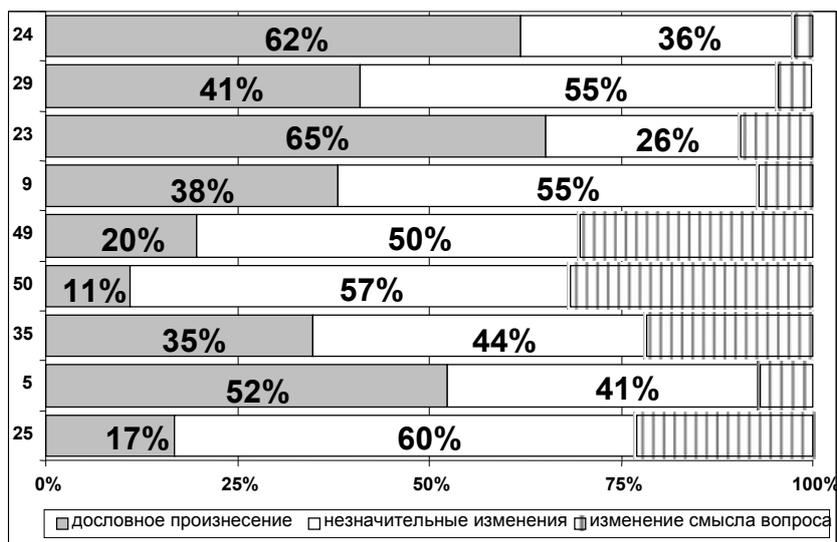


Рис. 6. Зависимость семантической адекватности ответа от изменений в воспроизведении вопроса

Сравнивая стиль интервьюера с опытом его работы, количеством полученных отказов и эффективностью проведения интервью¹⁵, Прессер и Зао пришли к выводу, что «возможно, изменение анкетной формы вопроса не оказывает влияния на процесс формирования ответа, а значит, не приводит к смещениям в ответах респондентов» [56, р. 239]¹⁶.

Изменение текста анкетного вопроса, допускаемое интервьюером, может быть связано (1) с проблемами в формулировке анкетного вопроса и (2)

¹⁵ Стиль интервьюера определялся через индекс допущенных отклонений в анкетном вопросе, который рассчитывался как отношение количества вопросов, в которых интервьюер допустил изменения, к общему числу заданных интервьюером вопросов. Опыт работы определялся как количество месяцев, проработанных интервьюером в поле. Количество полученных отказов нормировалось на общее количество проведенных интервью и тех, по которым интервьюер получил отказы. Эффективность проведения интервью рассчитывалась как отношение времени законченных интервью к общему количеству времени, затраченному интервьюером в исследовании. Время измерялось в часах [56, р. 238].

¹⁶ Осторожность, с которой Прессер и Зао формулируют основной вывод своего исследования, обусловлена не уровнем значимости полученных результатов, а распространенным суждением о потенциальном влиянии на ответы респондента всех возможных факторов, которые можно зафиксировать при проведении интервью [15, р. 316]. Подобные суждения о полной взаимозависимости не подлежат фальсификации и поэтому лишь мешают понять суть дела.

со значительным различием между устной речью интервьюера и письменной формой вопроса¹⁷. Если первую причину изменения формулировки вопроса возможно нивелировать посредством изменения текста анкетного вопроса, то вторая является естественным следствием различия между письменным текстом и устной речью. Поэтому во многих методических исследованиях зафиксированы частые случаи изменения интервьюером текста анкетных вопросов при их устном воспроизведении [17, 21, 48, 56]. Проводя различие между текстом и устной речью, следует отметить, что имеется в виду множество отличающихся друг от друга языков, а не письменная и устная версии одного и того же языка. Ф. Соссюр отметил, что язык является областью артикуляций, в которой идея закрепляется звуком, а звук становится знаком для идеи [76, с. 110]. Соответственно, «естественною для человека является не произносимая речь, а именно способность образовывать язык, то есть систему отдельных знаков, соответствующих отдельным понятиям» [76, с. 16]. Другое дело, что язык, формирующийся в процессе интервью, определяется исключительно традициями устной речи, возникающей в ситуации коммуникативного действия, что и позволяет проводить основное различие между устной речью и письменным текстом. Конечно, сравнивая два иностранных языка, исследователь без труда обнаружит, насколько существенно различия между ними превосходят различия между языком, складывающимся в процессе интервью, и языком анкетных вопросов. В то же время определение совокупного текста, произносимого в процессе интервью лишь как речи, не позволяет исследователю увидеть структурную организацию этих текстов. Ведь речь всегда выступает как индивидуальное, фатическое действие, включающее множество интерпретаций события. При таком подходе невозможно объяснить, каким образом в процессе интервью происходит воспроизводство одних и тех же текстов с примерно одинаковой стилистикой, фонацией и эмотивной функцией. Возможность выделения существенных различий между структурными элементами совокупного текста интервью и анкетного вопроса позволяет рассматривать оба текста «как если бы» они были написаны на разных языках.

Основным приемом адаптации текста к устной речи является добавление семантически незначимых слов или замена вводной конструкции вопроса на синонимичные словосочетания¹⁸. Поэтому наибольшая частота измене-

¹⁷ Н. Брэдберн и С. Садмэн показали, что изменение текста анкетного вопроса во время интервью чаще всего происходит в двух случаях: (1) когда вопрос состоит из большего количества слов и имеет вводную часть, (2) когда в вопросе преобладают понятия «стандартизированного» языка и практически не встречаются распространенные в устной речи обороты [16].

¹⁸ Во многих вопросах интервьюер добавлял фоновые слова «а», «хорошо» и т. д. Или например, в 5-м и 9-м вопросах вместо «Назовите, пожалуйста...» интервьюер использовал следующие обороты: «Не могли бы вы назвать...», «Я хотела бы вас попросить назвать...».

ния текста вопроса наблюдается по переменным «добавление незначимых слов», «замена слов» и «пропуск слов» — 38,2%, 32,9%, 28,6% (табл. 9).

Таблица 9

Характеристики изменения текста анкетного вопроса¹⁹

	Первая группа		Вторая группа		Третья группа		Всего	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Перестановка слов $\chi^2=3,044, p<0,218$	36	21,1	55	27,5	15	31,3	106	25,3
Добавление незначимых слов $\chi^2=11,302, p<0,004$	50	29,2	85	42,5	25	52,1	160	38,2
Добавление значимых слов $\chi^2=21,359, p<0,000$	10	5,8	45	22,5	11	22,9	66	15,8
Пропуск слов $\chi^2=15,808, p<0,000$	31	18,1	73	36,5	16	33,3	120	28,6
Замена слов $\chi^2=52,722, p<0,000$	22	12,9	93	46,5	23	47,9	138	32,9

Показательным является пример со словом «пожалуйста», которое включено в текст вопросов 5, 9 и 25. В письменной речи это слово выступает маркером речевого действия, подчеркивая уважительное отношение к респонденту. В устной же речи слово «пожалуйста» является сугубо функциональным и его фатика может быть определена только в контексте. Оно используется для регулирования дистанции между интервьюером и респондентом или «смягчения своеобразного вторжения на чужую территорию» [72, с. 44], поэтому уместность его употребления связана исключительно с контекстом ситуации опроса, а не с конкретной формой или содержанием вопросов. Если рассмотреть вопросник ПЕНТА в целом, то общее количество слов «пожалуйста» сбалансировано по числу написанных вопросов, однако формальная сбалансированность не может учесть контекст каждого интервью, поэтому слово «пожалуйста» наиболее часто пропускалось или добавлялось при артикуляции вопросов.

Изменение артикулированного вопроса. Внося изменения в конструкцию вопроса, интервьюер преобразует текст в привычную для него речь, что обеспечивает непринужденность в разговоре с респондентом. При этом

¹⁹ Прессер и Зао, кодируя изменения формулировки вопроса при интерпретативном переходе, используют только одну переменную «Изменение вопроса» с трехуровневой порядковой шкалой: (1) нет изменений, (2) незначительные изменения, (3) значительные изменения. В «незначительные изменения» они включали как фразы, предшествующие вопросу («Следующий вопрос будет о...»), так и внесение семантически незначимых конструкций в сам вопрос (56, р. 237). При таком кодировании не учитывается характер производимых изменений. Однако при дефиците ресурсов подобный подход вполне оправдан, о чем свидетельствует близость распределения характеристик изменения вопроса по отношению к трем группам вопросов.

интервьюер произносит вопрос как бы от себя лично, снимая формализм, присутствующий в любом тексте. Это существенно изменяет характер коммуникации между ним и респондентом. Во-первых, изменяется кинесика интервьюера. Свободно излагаемая речь требует и соответствующих жестов: открытое движение рук при дословном произнесении вопроса наблюдается всего в 45% случаев, в то время как при внесении изменений в текст анкетного вопроса — в 70% ($\chi^2=23,908$, $p<0,000$). Во-вторых, изменяется характер восприятия интервьюером ответа респондента. Интервьюер в среднем чаще использует речевые акты, направленные на фиксацию одобрения и поддержки ответа: «угу, хорошо, да, действительно и т. д.». При дословном произнесении вопроса поддержка ответа наблюдалась в 44% случаев, при изменении текста вопроса — в 64% ($\chi^2=15,624$, $p<0,000$). Поддержка ответа определяется речевыми актами одобрения, что выходит за рамки формальной схемы ведения интервью, задаваемой вопросником. Любой речевой акт является индивидуальным действием, поэтому его воспроизведение требует мобилизации дополнительных ресурсов, заложенных в невербальных возможностях коммуникации. Другими словами, речевые акты подтверждаются соответствующими им кинемами. Поддержка интервьюером ответа сопровождается его более раскованным невербальным поведением (табл. 10). Таким образом, форма вопроса не сводится к его лексической структуре. Кинесика, проксемика, эмотивно-фатический компонент речи оказывают значительное влияние на коммуникацию при проведении интервью, определяя стили коммуникации и задавая стратегии, используемые интервьюером.

Таблица 10

Речевая поддержка ответа и кинемы интервьюера

Кинетические и экстралингвистические признаки	Поддержка ответа	
	Есть	Нет
Движение головой	137	66
$\chi^2 = 18,712$, $P < 0,000$		
Закрытое положение рук	33	38
$\chi^2 = 3,636$, $P < 0,056$		
Открытое движение рук	157	97
$\chi^2 = 6,892$, $P < 0,009$		
Прямой взгляд на респондента	224	163
$\chi^2 = 2,972$, $P < 0,085$		
Смех	45	16
$\chi^2 = 8,479$, $P < 0,004$		
Рука у лица	75	30
$\chi^2 = 12,392$, $P < 0,000$		

Доброжелательность, поддержка ответа и свободный стиль в общении обеспечивают возможность продолжения интервью²⁰ и сближают его с обычным разговором. Грайс выделяет следующую отличительную черту

²⁰ Средняя продолжительность ответа при наличии поддержки со стороны интервьюера возрастает почти в два раза: с 24,65 секунды до 44,47 секунды ($t_{(416)} = 4,972$, $p < 0,000$).

«обычного разговора»: люди руководствуются максимумами успешной коммуникации, предписывающими манеру ведения разговора, его продолжительность и качество сообщаемой информации [34]. Согласно рациональной модели успешной коммуникации, собеседники пытаются определенным образом структурировать собственную речь, добиваясь, чтобы она была понятной, релевантной ситуации, правдивой и информативной. Основное отличие интервью от разговора заключается в том, что цели коммуникации заданы извне и не зависят от ее участников. С. Садмен и Н. Брэдберн указывают на следующие различия между интервью и разговором: «Интервью — это, прежде всего, взаимодействие двух людей, связанных особыми нормами поведения: интервьюер не должен высказывать никаких суждений по поводу ответов и обязан обеспечивать их конфиденциальность; респонденты, в свою очередь, должны отвечать на вопросы правдиво и осмысленно. В обычном разговоре мы можем игнорировать неприятные вопросы или давать двусмысленные, не относящиеся к делу ответы, или отвечать вопросом на вопрос. Однако во время интервью сложнее уйти от вопроса подобными способами. Опытный интервьюер либо повторит вопрос, либо попытается подвести респондента к однозначному и уместному ответу» [61, р. 5]. Попытки удержать беседу в рамках целей, заданных анкетными вопросами, могут входить в противоречие со стратегией поддержки и одобрения ответов респондента. С другой стороны, прямой перенос модели «обычного разговора» в практику интервью приводит к снижению адекватности получаемых от респондента ответов. Поэтому интервьюер вынужден балансировать между необходимостью поддержания приятного тона беседы и принуждения респондента отвечать лишь на поставленные вопросы. Кэннел и Оксенберг предлагают решить эту задачу, интерпретируя интервью, как процесс обучения респондента адекватно отвечать на поставленные вопросы [18, р. 108]. В этом случае интервьюер выступает не только человеком, задающим вопросы. Он формирует у респондента стратегию ответа на вопросы и корректирует его вербальное поведение в случае возникновения неадекватных ответов. Тем самым первые вопросы в интервью играют роль буферных, основная задача которых — снятие контекстуальных эффектов и обучение респондента предоставлению релевантных ответов. Помогая респонденту адаптироваться к ситуации опроса, интервьюер использует следующие техники: (1) предварительное инструктирование респондента об интервью; (2) уточнение ответа; (3) вынесение суждений об адекватности ответа.

Использование техники вынесения суждений об адекватности ответа построено на двух видах высказываний: (1) одобрительные реплики («угу, да, хорошо» и т. д.) при адекватном ответе, (2) указание на недостатки ответа при отклонении от поставленного вопроса («наверное, вы ответили слишком быстро на этот вопрос») [18, р. 115]. Таким образом, одобрительные реплики являются маркером адекватного ответа, позволяя респонденту соотнести собственное суждение с оценкой интервьюера. Если же вербальная поддержка ответа осуществляется немотивированно, то подобное поведение приводит к снижению адекватности. В нашем исследовании интервьюеры не были инструктированы о стратегии поддержки ответа, поэтому ее спонтанное проявление связано с относительно низким процентом адекватных ответов:

при поддержке ответов 52,7% из них были адекватны поставленному вопросу, в то время как при отсутствии поддержки количество адекватных ответов возросло до 63,9% ($\chi^2=5,203$, $p<0,023$).

Профессионально подготовленный интервьюер интерактивно решает задачу определения собственного стиля поведения. Оставаясь в рамках прагматики опроса — получение адекватных ответов на сформулированные ранее вопросы — интервьюер вынужден корректировать собственное поведение с целью снятия влияния внешней среды, коммуникативных особенностей респондента и формулировки вопроса. Можно ли решать такую задачу, рационально взвешивая последствия выбранных стратегий? В большинстве случаев ответ будет отрицательным. Хотя рациональные схемы объяснения различных ситуаций широко распространены в социальных науках, неоднократно предпринималась критика ограниченности таких подходов и, тем более, перенесения результатов таких исследований на повседневную практику. М. Вебер отмечал, что, по сравнению с ценностно-рациональным, и тем более, аффективным или традиционным типами действия, рациональные действия встречаются редко. Среднестатистический интервьюер не является виртуозом, способным активно участвовать в личной коммуникации, одновременно отслеживать влияние основных факторов на возможные смещения в адекватности ответов и предпринимать корректирующие действия. Попытка требовать от интервьюера подобного поведения приведет к существенному увеличению стоимости опросного инструмента при довольно сомнительном пропорциональном увеличении адекватных ответов. Однако наблюдение за интервьюером и анализ стратегий, выбираемых им при опросе, позволяют расширить схему объяснения смещений, получаемых при проведении личных интервью.

Вербальное поведение интервьюера при коммуникативном переходе описывается пятью переменными: стимулирование, повторение, уточнение, прерывание и поддержка ответа. Рассматривая эту группу переменных, можно выделить два латентных признака, характеризующих стратегии проведения опроса, которые использует интервьюер: давление на респондента и поддержка респондента (табл. 11).

Таблица 11

Факторы вербального поведения интервьюера, факторные нагрузки получены методом Varimax после вращения, объясняется 52% дисперсии

Исходные переменные	Компонента	
	Давление	Поддержка
Стимулирование ответа	0,697	0,209
Повторение ответа	0,705	-0,181
Уточнение ответа	0,646	0,262
Прерывание ответа	0,200	0,578
Поддержка ответа	-0,004	0,830

Обе стратегии определяются активным поведением интервьюера и непосредственно вытекают из представлений об интервью как процессе обучения [18, p. 108]. В проведенном нами эксперименте первая стратегия операциона-

лизируется с помощью переменной «поддержка ответа», которая определялась как предоставление респонденту эмоционально-лексического ресурса для более адекватного формулирования ответа. При кодировании к поддержке ответа относится как эмотивная составляющая вербального поведения интервьюера (высказывания одобрения и жесты, подтверждающие ответ), так и готовность интервьюера предлагать подсказки при возникновении трудностей у респондента с поиском в памяти релевантной информации («Респондент: Как верхняя палата называется? Интервьюер: Совет федерации»).



Рис. 7. Коммуникативные стратегии интервьюера: давление и поддержка

Вторая стратегия описывается серией переменных: прерывание, стимулирование, уточнение и повторение ответа. Казусом представляется факт, что при проведении факторного анализа переменная «прерывание ответа» не вписывается в стратегию давления (табл 11). До вращения осей факторная нагрузка данной переменной по фактору давления составляет 0,47, что показывает слабую связь данной переменной с фактором давления. Пока подобное распределение факторных нагрузок не вписывается в теоретическую

схему и не имеет правдоподобной интерпретации, целесообразно его игнорировать, оставив для дальнейших исследований.

Если рассматривать двумерное пространство, где по оси x отложены значения латентного признака «давление» в соответствии с их возрастанием от минимальной до максимально возможной величины, а по оси y — значения латентного признака «поддержка», то данное пространство разбивается на четыре квадранта (рис. 7). Первый и четвертый, характеризуемые максимальными значениями по одной из осей и минимальными по другой, отражают описанные стратегии поддержки и давления.

Стратегия нейтрального или отстраненного поведения интервьюера определяется как незначительное проявление или полное отсутствие признаков, отнесенных к первым двум стратегиям. Нейтральная стратегия в точности соответствует требованиям, относящимся к интервьюеру при проведении стандартизированного интервью. Если же интервьюер активно использует как стратегию поддержки, так и давления, то можно говорить о виртуозном исполнении им роли, предписанной в рамках понимания интервью как процесса обучения респондента отвечать на поставленные вопросы.

После того как построено пространство признаков, описывающих стратегии проведения опроса, можно разместить в нем анализируемые вопросы. Если по шкале «давление» граничное значение было определено в 20%, то по шкале «поддержка» — 60% (рис. 8). Это объясняется тем, что переменная «поддержка ответа» являлась наиболее наполненной по частоте присутствия

в каждом вопросе. И возможно, что одной из причин столь частых речевых актов, идентифицируемых как поддержка, являлся лишь стиль интервьюирования. В то же время давление интервьюером на респондента наблюдалось значительно реже, поэтому осмысленно проводить дифференциацию вопросов, смещая границу к минимальным значениям данной переменной. Выбранные границы типов не являются точными, однако взаимное расположение вопросов между собой устанавливается вполне определенно.

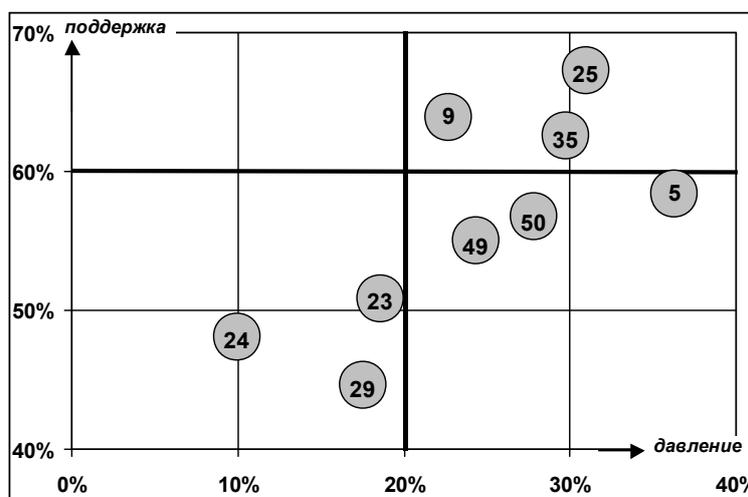


Рис. 8. Распределение экспериментальных вопросов по осям «давление» и «поддержка»

Артикулированный вопрос изменяется не только вследствие активных вариантов стратегий, выбираемых интервьюером. Вторым фактором, определяющим изменения вопроса при коммуникативном переходе, является вербальное поведение респондента, задаваемое типом восприятия вопроса. Переменными, фиксирующими вербальное поведение респондента, являются: прерывание, повторение, уточнение и переспрашивание вопроса.

Прерывание вопроса свидетельствует о том, что респондент еще до завершения вопроса сформулировал суждение, которое может быть ответом, а может представлять собой и уточняющий вопрос. Респондент как бы показывает, что для него вопрос абсолютно понятен и не требует дальнейшего развертывания. При наличии прерывания вопроса сокращается среднее время ответа на него: $M = 25,71$ секунды при прерывании вопроса, $M = 38,41$ секунды при его отсутствии ($t(416) = -2,51$, $p < 0,012$). Исследователю необходимо определить, с чем связано сокращение времени, затрачиваемого на когнитивный переход.

Прерывание вопроса происходит в трех случаях. Во-первых, в случае продолжения уже проговоренной темы, когда смысл вопроса во многом определяется контекстуально, исходя из предыдущего диалога. Контекст создается как при повторении интервьюером вопроса, так и при тематиче-

ской или логической связанности разных вопросов. Первый случай подтверждается статистически значимой связью между итерацией вопроса и прерыванием ($\chi^2=28,265$, $p<0,000$), то есть при каждом новом повторении вопроса вероятность прерывания его со стороны респондента возрастает. Второй случай может быть проиллюстрирован на примере вопросов 5, 9 и 25 (см. табл. 5), направленных на выявление положительных установок. Отвечая на эти вопросы, респонденты вначале вспоминали политиков или действия Путина, а уже затем оценивали, понравились им эти действия или нет. В результате респонденты приводили имена или события как понравившиеся, так и вызвавшие негативное отношение, хотя от них требовалось назвать только то, что понравилось. Вторая часть ответа являлась неадекватной данным вопросам, однако она фактически относилась к следующим за ними вопросам, отражающим негативные представления (вопросы 6, 10, 26²¹). Поэтому во второй группе вопросов наблюдается значительный процент прерываний. Хотя подобное формулирование вопросов (разделение вопросов, выявляющих негативные и позитивные установки) широко распространено [32, 33, 38], представляется более удачным другая техника. Вначале следует спрашивать респондентов о событиях или фактах, активизируя тем самым поиск в памяти информации, потом просить оценить вспомнившиеся события (в когнитивном переходе это соответствует формулированию суждения).

Во-вторых, прерывание возникает в случае поспешного ответа, когда респондент начинает отвечать, не имея полной информации. В данном случае решающую роль играет коммуникативный стиль респондента²², направленный на утверждение собственной статусной позиции. Склонны к прерыванию люди, стремящиеся к доминированию, когда молчание воспринимается как символический маркер более низкого, чем у коммуникатора, статуса [72, с. 50]. Подобное поведение также определяет и недостаток речевой компетенции: прерывание вопроса наблюдалось чаще у респондентов с более низкой речевой компетентностью ($\chi^2=4,848$, $p<0,089$), хотя статистическая значимость этой связи невысока.

В-третьих, прерывание происходит в случае ошибок в форме вопроса: неадекватной обсуждаемой теме «длины» вопроса, повторов, загромождения фоновыми оборотами, использования неоднозначных понятий и т. д. В эксперименте наибольшее число прерываний было зафиксировано по альтернативным вопросам: 49-му и 50-му (см. табл. 5): В 42% случаев эти вопросы

²¹ Вопрос 6: «А теперь назовите несколько политиков, действия и высказывания которых за последнюю неделю Вам запомнились и не понравились?»; вопрос 10: «А теперь назовите несколько современных российских политиков, к которым Вы лично относитесь отрицательно, с недоверием?»; вопрос 26: «Перечислите, пожалуйста, несколько высказываний, решений и действий В. Путина за прошедшую неделю, которые Вам запомнились и не понравились, вызвали возражения».

²² Присутствует статистически значимая связь между переменной, определяющей коммуникативный стиль респондента, и прерыванием вопроса ($\chi^2=91,731$ $p<0,000$).

были прерваны и число прерываний, приходящихся всего на два вопроса из девяти, составляет 55%. Основными причинами столь частых прерываний альтернативных вопросов является их формулировка и контекст, в котором они произносятся. Прерывания альтернативных вопросов разбивались на две группы: (1) респонденты начинали отвечать, прослушав лишь первую часть вопроса — «Одни считают, что власть намерена ограничить свободу слова. А...» для вопроса 49, «Одни считают, что Государственная дума должна поддерживать В. Путина во всех его начинаниях...» для вопроса 50; (2) респонденты прерывали концовку вопроса — «с каким мнением...» или «с какой точкой зрения...». Первая группа прерываний определяется тем, что респондент, воспринимая законченную мысль, полагает, что смысл вопроса исчерпывается услышанной фразой. Вторая группа прерываний частично вызвана аналогичной причиной, но основным фактором в данном случае является контекст. Большинство прерываний, относящихся ко второй группе, происходили либо при повторном произнесении вопроса, либо при переходе к последующему вопросу с аналогичной структурой. Влиянием контекста вызвано и значительное превышение прерываний, допущенных в 50-м вопросе по сравнению с 49-м (55% против 29%): 50-й вопрос задавался сразу после 49-го. Кроме того, респонденты более склонны прерывать вопросы, задаваемые в конце интервью, нежели в начале ($\chi^2 = 61,047$, $df = 8$, $p < 0,000$). Большое количество прерываний пришлось на вопросы с порядковой шкалой (23, 24, 29 вопросы) — 27% (см. табл. 5). В этом случае респонденты, не дослушав всех вариантов ответа, выбирали первый из них. Полезным является эксперимент по изменению порядка предлагаемой респонденту шкалы для оценки «эффекта расположения» на ответ респондента.

Айидиа и Макклendon выделяют три основные причины, усиливающие эффект ответа в личном интервью по сравнению с почтовым опросом: (1) время, отпущенное на обдумывание ответа, (2) уровень образования респондентов и (3) заинтересованность в вопросах [1, р. 230]. Во-первых, при личном интервью респонденты не расположены долго задумываться над ответом. Хипплер и Шварц также считают, что при личном интервью респонденты скорее говорят то, что непосредственно вспоминается («top-of-the-head» response), чем действительно обдумывают заданный вопрос [37, р. 104]. Прерывание вопроса подчеркивает эту особенность. Во-вторых, в личных интервью участвует больший процент людей с низким уровнем образования, чем в письменных опросах; в письменном опросе от респондента требуется внимательно читать и письменно оформлять собственные ответы, что приводит к отсеву необразованных людей [26, р. 53; 3, р. 149-159]. В-третьих, при личном интервью доля респондентов, для которых задаваемые вопросы не представляют никакого интереса, существенно выше, чем в почтовом опросе [26, 3]. Прерывание вопроса может быть также следствием как адекватного, так и неадекватного восприятия респондентом вопроса; как полного, так и частичного прохождения им четырех шагов когнитивного процесса [58]. А значит, и адекватность ответа не связана с этой переменной ($\chi^2 = 0,565$, $p < 0,754$).

Повторение и уточнение вопроса. Респондент никогда не повторяет вопрос полностью. То, что он артикулирует — это лишь отдельные фразы,

которые составляют вопрос. Так, в 5-м вопросе («Назовите, пожалуйста, несколько политиков, действия и высказывания которых за последнюю неделю вам запомнились и понравились»), при ответе на который допущено наибольшее количество повторений (34% от общего количества ответов на данный вопрос), респонденты ограничивались следующими фразами: «...запомнились и понравились...», «за последнюю неделю...», «высказывания политиков...». Подобное повторение вопроса маркирует лексические элементы, на которых сконцентрировано внимание респондента. 5-й вопрос является достаточно трудным для понимания. В нем присутствуют, по крайней мере, четыре области, требующие мобилизации когнитивных ресурсов: (1) имена политиков, (2) их действия и высказывания, (3) действия и высказывания за прошедшую неделю, (4) запомнившиеся и понравившиеся действия и высказывания. Сталкиваясь с трудностями мобилизации собственных когнитивных ресурсов, респондент пытается снизить семантическую сложность вопроса, выделяя наиболее значимые с его точки зрения смысловые единицы. Повторение данного вопроса как раз и выступает вербальным проявлением эффекта, описанного Белсоном: «Если вопрос представляется для респондента слишком трудным, он может модифицировать его таким образом, чтобы ответ был более легким» [8, р. 371]. В этом случае респонденту требуется дополнительное время, затрачиваемое на восприятие и перифраза вопроса [5, р. 331-332]. Об этом свидетельствует увеличение средней продолжительности паузы между завершением вопроса и началом ответа с 2,02 секунды при отсутствии повторения вопроса до 3,05 секунды при наличии повторения ($t(416) = 2,836, p < 0,05$); а также увеличение средней продолжительности самого ответа на вопрос с 31,45 секунды до 62,35 секунды ($t(416) = 5,520, p < 0,000$). Затраты дополнительного времени на восприятие вопроса связаны с сокращением усилий на прохождение оставшихся шагов когнитивного перехода, что может привести к значительным смещениям в ответах респондента.

Вопросы 35, 9 и 25, на которые вместе с 5-м вопросом приходится 77% всех повторений (см. табл. 5), имеют аналогичную 5-му вопросу форму. Так в 35-м вопросе также выделяются четыре области, требующие особого внимания при ответе: (1) события; (2) события прошедшей недели; (3) события, о которых рассказывали средства массовой информации; (4) события, которые больше всего заинтересовали и привлекли внимание. В 9-м вопросе — три области: (1) современные российские политики; (2) политики, к которым относятся положительно; (3) политики, которым доверяют. В 25-м вопросе таких областей уже пять: (1) высказывания, (2) решения и (3) действия Путина; (4) высказывания, решения и действия Путина за последнюю неделю; (5) высказывания, решения и действия, которые запомнились и понравились.

Повторение респондентом отдельных смысловых единиц вопроса позволяет интервьюеру скорректировать вопрос и внести в него необходимые уточнения. Задавая второй или третий раз видоизмененный вопрос интервьюер будет надеяться получить более адекватный ответ. Подобная стратегия неотвратимо приводит к увеличению совокупного текста ответа. Однако любое увеличение артикулированного текста ответа будет приводить к снижению его адекватности семантическому заданию вопроса (рис. 9).

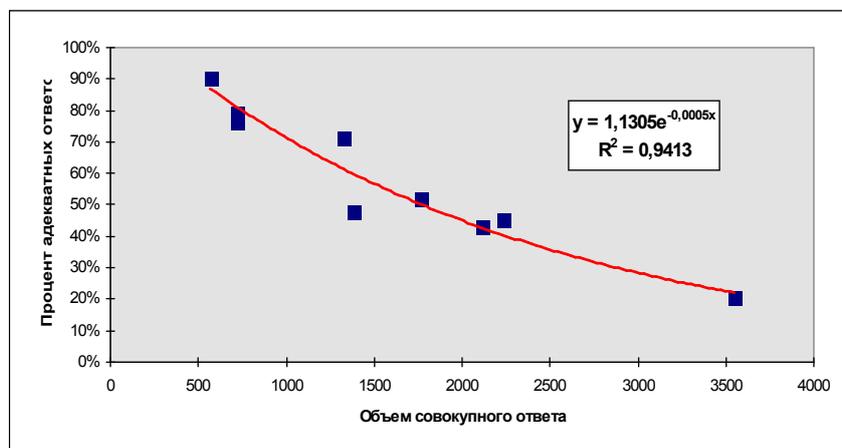


Рис. 9. Регрессионная зависимость адекватности ответа и объема совокупного текста вопроса²³

Повторение респондентом вопроса является отправной точкой для об- суждения самого вопроса, внесения в него необходимых уточнений и, как следствие, отклонения от семантического задания вопроса и производства фальшответа. Так, наибольшая доля повторений встречается в тех случаях, когда респондент испытывает колебания, изменяет ответ или затрудняется выбрать из предложенных альтернатив — 29,2% против 8,3% повторений при адекватном ответе и 13,6% — при неадекватном ответе ($\chi^2=24,529$, $p<0,000$). Повторение отдельных семантических единиц вопроса приводит к созданию другой версии вопроса²⁴. Респондент маркирует отдельную семантическую единицу вопроса, ей придается наибольший вес и весь последующий ответ концентрируется вокруг этого высказывания. На этот же феномен указывает Белсон, утверждая, что респондент не обязательно слышит каждое слово вопроса и воспринимает все определения, вкладываемые исследователем в используемые слова [8, р. 76-86].

²³ Процент адекватных ответов рассчитывался на основе переменной Е4.1 «Семантическая адекватность ответа» по отношению к каждому тестируемому вопросу. Объем совокупного текста по каждому вопросу рассчитан методом контент-анализа как общее число словоформ, полученных в ответах всех респондентов. Затем адекватность ответов и общее число словоформ были сопоставлены по каждому вопросу. Кодирование и обработка данных проведены Г.С. Батыгиным. Использовалась программа «Контент-анализ Про», разработанная А.Н. Чураковым.

²⁴ Повторение вопроса может выступать и вербальным обоснованием паузы, необходимой для обдумывания ответа. Респонденту как бы неудобно молчать, и он вынужден вербально легитимировать необходимость обдумать ответ. Повторение вопроса также может быть привычкой респондента, определяющей его коммуникативный стиль.

При обнаружении низкой адекватности собственного ответа²⁵, респондент может попытаться уточнить вопрос и посредством этого преодолеть первоначальное акцентирование лишь на отдельных семантических единицах вопроса. Так, в 38% случаев, когда наблюдалось повторение вопроса, в процессе ответа следовало его уточнение ($\chi^2=19,784$, $p<0,000$). Однако дополнительное обращение к семантике вопроса в редком случае может привести к предъявлению в дальнейшем адекватного ответа: менее чем в 34% случаев, в которых наблюдалось уточнение вопроса со стороны респондента, был получен адекватный ответ ($\chi^2=20,808$, $p<0,000$). Уточнение вопроса определяется проблемами активизации оперативной памяти и поддержания в ней необходимого уровня информации при ответе на заданный вопрос. Респондент буквально забывает произнесенный ранее вопрос. Отсюда возникает сомнение в адекватности собственного артикулируемого текста и последующее уточнение вопроса. Поэтому уточнение вопроса встречается чаще, когда респондент не может адекватно ответить на поставленный вопрос ($\chi^2=21,124$, $p<0,000$). Райсмен и Глейзер утверждают, что отклонения от адекватного ответа в меньшей степени связаны с леностью людей или их стремлением найти более легкие способы ответа [57, p. 1948]. Зачастую люди склонны приписывать определенную значимость отдельным лексическим единицам вопроса, тем самым решая воображаемую задачу того, что является наиболее важным для интервьюера. Ссылаясь на Бергера и Брейдака [9], В.И. Карасик называет подобную ситуацию преодолением когнитивной неопределенности — «когнитивная неопределенность (уровень знания) понимается как неопределенность в отношении представлений и установок партнера по коммуникации и / или самого говорящего...» [72, с. 27]. При проведении эксперимента, в 60% случаев после окончания интервью респонденты спрашивали интервьюера о том, насколько приемлемы были ответы и способствовали они или нет целям исследования. Более того, одна дама, не сумев адекватно ответить на большинство вопросов, связанных с политикой, отказывалась принимать вознаграждение за участие в интервью. Подобная ситуация становится возможной вследствие того, что в самих вопросах заложено предположение о необходимости ответов. И если респонденту не удастся ответить хотя бы на несколько вопросов (респондент выбирает вариант «затрудняюсь ответить» или «не знаю»), он чувствует себя дискомфортно [61, p. 38].

Переменная «уточнение вопроса» не имеет статистически значимой связи с образованием ($\chi^2=2,102$, $p<0,552$) и речевой компетентностью респондентов ($\chi^2=0,26$, $p<0,987$). Это позволяет предположить, что основной причиной уточнения вопроса являются затруднения с его формулировкой и способом представления.

Переспрашивание вопроса свидетельствует о том, что респондент не смог преодолеть первый шаг когнитивного перехода. Он не стал создавать фальшвопрос, а решил обратиться за поддержкой к интервьюеру. Это может потребовать от интервьюера либо повторения вопроса, либо его уточнения.

²⁵ Опознание уровня адекватности собственного ответа может быть связано либо с активизацией респондентом рефлексивной функции, либо с интерпретацией поведения интервьюера (прерывание ответа, уточнение ответа и т. д.).

Обе стратегии поведения интервьюера направлены на то, чтобы попытаться подвести респондента к однозначному и уместному ответу [61, р. 5]. Однако уточнение интервьюером вопроса, следовавшее после того, как респондент переспросил вопрос, лишь в 37,2% случаев ($\chi^2=9,889$, $p<0,002$) приводило к адекватному ответу. Если при возникновении вопроса у респондента интервьюер начинает уточнять анкетный вопрос, пытается прокомментировать отдельные понятия, он невольно преобразует стандартизированное интервью в беседу, которая отличается от обычного разговора лишь заданным извне фокусом. Подобное поведение приводит к многократному расширению обсуждаемой темы и уводит от смысла прозвучавшего ранее вопроса. Этим объясняется столь низкий процент адекватных ответов при таком поведении интервьюера. Переспрашивание вопроса не зависит от того, дословно или нет артикулировал интервьюер вопрос ($\chi^2=0,01$, $p<0,919$) и допускал ли он при этом фоностиллистические отклонения ($\chi^2=0,149$, $p<0,699$). При этом переспрашивание вопроса характеризуется выраженной статистически значимой связью с вопросами, сгруппированными по адекватности полученных на них ответов.

Типы восприятия вопроса. За явными переменными, описывающими восприятие вопроса респондентом, стоят два латентных признака, характеризующих рефлексивное и агрессивное восприятие вопроса (табл. 12). Расположение вопросов в пространстве двух латентных признаков позволяет выделить четыре типа восприятия вопроса (рис. 10). Агрессивный тип характеризуется нежеланием респондента дослушивать вопрос до конца, ощущением непонятности прозвучавшего текста. При агрессивном типе восприятия вопроса респондент не склонен обсуждать вопрос, давать дополнительные комментарии, обосновывая ($\chi^2=0,069$, $p<0,793$) или уточняя ($\chi^2=0,754$, $p<0,385$) прозвучавший ответ.

Таблица 12

Факторы восприятия вопроса респондентом,

метод главных компонент, объясняемая дисперсия 64%, факторные нагрузки рассчитаны до вращения осей

Переменные	Факторы восприятия вопроса	
	Рефлексивное восприятие	Агрессивное восприятие
Прерывание вопроса	-0,04	0,97
Уточнение вопроса	0,72	0,15
Повторение вопроса	0,67	-0,22
Переспрашивание	0,76	0,11

Если рассматривать схему когнитивного перехода, то все его шаги, начиная с восприятия вопроса и заканчивая формулированием суждения, сокращаются до минимума. Следовательно, рассмотрение когнитивных процессов для анализа восприятия вопроса респондентом вряд ли даст какие-либо значимые результаты. В данном случае целесообразно оперировать схемой «стимул-реакция», когда респондент (как если бы) не размышлял, а лишь реагировал на вопрос

Рефлексивный тип, напротив, определяется сомнением респондента в адекватности восприятия вопроса и желанием понять его смысл. Придерживаясь данного типа, респондент более



Рис. 10. Типы восприятия вопроса респондентом

расположен рассуждать, дополнять, обосновывать собственный ответ, нежели давать четкие и односложные ответы. Выбирая подобный тип поведения, респондент становится восприимчив к логическим аргументам и может изменить собственную точку зрения, если вдруг обнаружит ее нелогичность. Если интервьюер будет поддерживать респондента при таком поведении, то когнитивный переход может потребовать большое количество времени как за счет рефлексии по поводу вопроса, так и формулирования суждения. При таком типе вос-

приятия увеличиваются вероятность отклонения от семантического задания вопроса и создание собственной темы разговора.

Как агрессивный, так и рефлексивный тип поведения респондента приводят к разрушению стандартизированного интервью. Если же проявление этих признаков в поведении респондента незначительно, то можно говорить о нейтральном типе восприятия вопроса. В этом случае респондент спокойно выслушивает вопрос и зачастую отвечает, используя лишь предложенные альтернативы. Нейтральный тип восприятия вопроса описывает идеальную модель респондента, на которую и ориентируется большинство составителей вопросников, как если бы респондент представлял собой рациональный механизм, полностью удовлетворяющий всем требованиям стандартного проведения опроса и, как следствие, непосредственно включенный в качестве *wet-ware* в опросный инструмент. Если же оба типа восприятия вопроса одинаково сильно проявлены, то можно говорить о казусе или когнитивном диссонансе, происходящем в сознании респондента. Подобный тип поведения представляется маловероятным. Выбор границ между несколькими типами имеет условный характер, так как невозможно формально установить, какое расстояние в пространстве признаков между анализируемыми объектами является значимым для приписывания им качественных характеристик. При классификации типов восприятия было выбрано значение в 20% по обеим шкалам (рис. 11), в то время как при классификации стратегии проведения опроса, о чем говорилось выше, приняты другие граничные значения признаков.

Закрытые вопросы с порядковой шкалой (вопросы 23, 24, 29) сконцентрировались на границе нейтрального и агрессивного типа, со смещением в сторону первого из них (см. рис. 11). Чем более адекватны ответы на данные вопросы, тем ближе эти вопросы расположены к минимальному значению по оси рефлексивности.

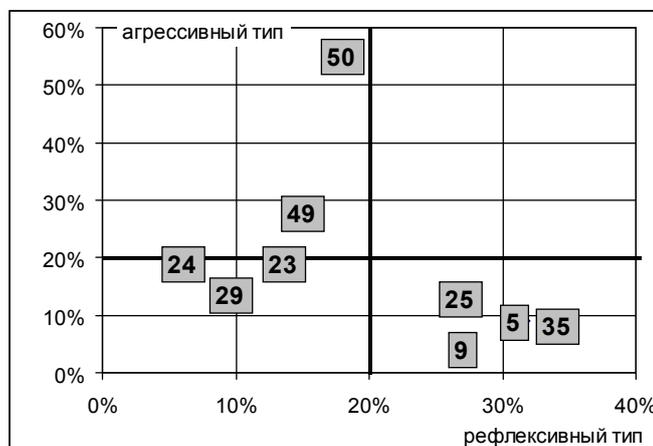


Рис. 11. Распределение экспериментальных вопросов по типу их восприятия респондентом

Подобные вопросы представляют собой тип, для которого любое рассуждение о смысле вопроса, попытка дать более пространный, объясняющий или интерпретирующий ответ приводят к снижению адекватности. В силу присутствующих в вопросах «закрытий», они требуют однозначного ответа, поэтому хорошо составленные профанные вопросы мобилизуют лишь «реактивные» функции человека, не затрагивая его когнитивных процессов. Рассматриваемые в данных вопросах темы должны лежать на поверхности сознания или, используя метафору из программирования, — в его оперативной памяти. Непонятно, можно ли отнести к данному типу все закрытые вопросы и только ли закрытые вопросы относятся к этому типу восприятия. Открытые (25, 35) и псевдооткрытые (5, 9) вопросы, напротив, требуют расширения когнитивного перехода за счет увеличения времени на восприятие вопроса, поиск в памяти адекватной информации и формулирование суждения. Вопросы сформулированы таким образом, что респонденту необходимо иметь навыки логического мышления, уметь сопоставлять и анализировать воспринятую ранее информацию: в 25-м вопросе необходимо различать высказывания, решения и действия Путина; в 35-м — идентифицировать события прошедшей недели; в 5-м — определить действия и высказывания политиков. На эти вопросы невозможно дать адекватный ответ, не анализируя при этом этапов когнитивного перехода или не являясь в некотором смысле экспертом в обсуждаемой области. Если профанные вопросы направлены на зеркальные отражения происходящих событий, которые не фиксируются сознанием, а лишь воспроизводятся как совокупный текст, как принадлежность к определенному информационному ареалу, то экспертные вопросы всегда требуют отстранения от «зеркальных изображений», активизации рефлексивных процессов, направленных на воспроизводство возможности смотреть на происходящие события не в отраженном свете. Отсюда следует не trivialность адекватных ответов на экспертные вопросы²⁶, так как рабо-

²⁶ Применительно к чистому типу экспертного вопроса понятие адекватности несколько размывается. Наиболее удачно сформулированный вопрос этого типа

та с экспертными вопросами — это всегда выход за пределы обыденного или массового сознания, являющегося всего лишь зеркалом каких-то внешних событий. Экспертные вопросы воспроизводят смыслы, а не оперируют информацией, которую кто-то до этого создал. Поэтому ответы на экспертные вопросы — это создание новой реальности, обусловленной когнитивными усилиями респондента. Анализ таких вопросов дает рефлексивное представление о происходящем, а не срез общественного мнения.

Таким образом, выделяется одно из первичных различий — различие экспертных и профанных вопросов. Наиболее адекватным восприятием для профанных вопросов является нейтральное поведение респондента, для экспертных — рефлексивное. Отклонения от данных типов поведения свидетельствуют о проблемах, которые могут быть связаны как с формулировкой вопросов, так и особенностями коммуникации между интервьюером и респондентом²⁷. Примером такой аномалии могут служить вопросы 49 и 50 (см. табл. 5). Формулировка этих вопросов основана на доводах «здравого смысла»: предполагается, что респонденту гораздо легче отнестись к какой-либо точке зрения, чем высказать собственную, тем более если речь идет о вопросах непосредственно не входящих в круг его интересов. Благодаря этой достаточно сильной аргументации сравнительные вопросы широко распространены в исследовательской практике [32, 33, 38]. Если попытаться определить тип сравнительных вопросов, анализируемых в эксперименте, то скорее они относятся к экспертным, чем к профанным: (1) респонденту необходимо осознать обе точки зрения, (2) понять, чем они отличаются друг от друга, что для 50-го вопроса не является тривиальной задачей, (3) вынести собственное суждение и, возможно, обосновать сделанный выбор. В результате подобные вопросы требуют активизации всех шагов когнитивного перехода. Экспериментальные же данные показывают обратную картину: респонденты скорее склонны прерывать вопрос и предоставлять досрочные ответы, нежели пытаться понять смысл вопроса. Адекватность ответов на данные вопросы также достаточно низкая, а ее повышение стало возможным за счет многократного повторения интервьюером данных вопросов. Причем повторные артикуляции вопроса происходили с помощью постоянных перифраз. Респондент отказывался принимать ту или иную точку зрения, ссылаясь на осмысленность обеих, поэтому интервьюер изменял вопрос примерно таким образом:

направлен не на получение ответа, а создание респондентом фальшвопроса, который наилучшим образом воспроизводит логику его размышлений. Экспертные вопросы как бы создают экспертов, качественный ответ которых — всегда отклонение от семантического задания вопроса, модификация его под прессом собственной логики и аргументации.

²⁷ Необходимо заметить, что предлагаемое различие состоит из идеальных типов, выделение которых основано лишь на логических выводах. Использование в аргументации конкретных эмпирических вопросов необходимо лишь в качестве иллюстрации характерных особенностей выделенных типов. Гораздо продуктивней с методической точки зрения сравнение с уже сформировавшейся типологией эмпирических вопросов и выявление возможных отклонений или аномалий, которые и приводят к смещениям в ответах.

«Если бы вы стали участником спора. и вам все-таки необходимо было сделать выбор, то с какой точкой зрения вы бы согласились?».

Изменение услышанного вопроса. Традиционно считается, что закрытые вопросы приводят к односложным ответам, которые уже predeterminedены заранее составленной шкалой. Предполагается, что при ответе на закрытый вопрос респондент лишь выбирает из предложенных альтернатив. Однако совокупный ответ респондента на закрытые вопросы значительно превышает количество адекватных вопросу словоформ²⁸. Так, по вопросам с порядковой шкалой адекватные вопросы словоформы составили от 7% в 23 вопросе до 16% в 24. По альтернативным вопросам — 11% в 49 и 12% в 50 (табл. 12).

Таблица 12

Контент-анализ совокупного ответа на вопросы

вопрос	адекватные вопросу словоформы		фоновая лексика		неадекватные вопросу словоформы		Итого	
	N	%	N	%	N	%	N	%
5	76	4%	1325	63%	714	34%	2116	100%
9	118	9%	720	54%	488	37%	1326	100%
18	39	67%	19	33%	0	0%	58	100%
19	53	63%	29	34%	3	3%	85	100%
23	49	7%	330	46%	345	48%	724	100%
24	91	16%	289	51%	190	33%	570	100%
25	611	17%	2032	57%	903	25%	3546	100%
29	61	8%	421	58%	239	33%	721	100%
35	439	20%	1356	61%	437	20%	2232	100%
49	194	11%	1061	60%	504	29%	1759	100%
50	160	12%	856	62%	366	26%	1382	100%

Отвечая на вопрос, респондент не придерживается рациональной модели [63]. Возникают такие же отклонения как в случае формулирования фальшвопроса (что фиксируется переменными по восприятию респондентом вопроса), так и при адекватном восприятии прозвучавшего вопроса. Ответ начинает заполняться не только фоновой лексикой, поддерживающей строй речи, свойственный респонденту, но и семантическими единицами, обосновывающими или уточняющими сделанный выбор. Переменные «обоснование ответа» и «уточнение собственного ответа» являются наиболее наполненными среди переменных, описывающих вербальное поведение респондента: обоснование ответа наблюдается в 43,2% случаев, а уточнение собственного ответа в 35,3%. Это, в частности, показывает, что приемы когнитивного ин-

²⁸ Исключение составляют лишь вопросы о возрасте и образовании («социально-демографические» вопросы): 67% и 63% адекватных вопросу словоформ. Это показывает, что присутствует группа вопросов, для которых нет необходимости в прохождении всех этапов когнитивного перехода. Ответы на данные вопросы как бы всегда находятся в оперативной памяти человека, поэтому доступ к ним не требует мобилизации дополнительных когнитивных ресурсов. Речевое поведение, связанное с такими вопросами, подчинено институционализированным образцам, в том числе вариантам ответов, отклонения от которых в рамках одной культуры считаются аномалией. В частности, каждый культурный человек знает, как ответить на вопросы о своих «фамилии», «поле», «возрасте», «образовании», «работе» и реже — о «национальности».

тервью, подталкивающие респондента к объяснению причин выбранного ответа, могут являться избыточными. Формулируя ответ, респондент зачастую по собственной инициативе отвечает на дополнительный вопрос — «почему?».

Обоснование респондентом ответа не связано с типом вопроса ($\chi^2=0,778$, $p<0,875$). Метод интервью построен таким образом, что основное внимание респондента направлено не на вопрос, а на вербальное поведение интервьюера или способы представления вопроса и восприятия возможных ответов²⁹. Отвечая на вопрос, респондент в первую очередь пытается согласовать собственный ответ с оценкой его адекватности интервьюером. Он как бы ищет подтверждения выбранному ответу, поэтому обоснование ответа всегда присутствует в случае ухода респондента от поставленного вопроса. На вопросы с просьбой назвать политиков или события прошедшей недели респонденты никогда не отвечают «я не могу назвать эти события». Их ответ фактически представляет собой обоснование отказа: «Последнее время я не смотрю телевизор...», «сейчас такая пора, что политикой я не интересуюсь...», «вы знаете, я ничегошеньки не могу вспомнить — склероз» и т. д. Чем больше респондент начинает осознавать неадекватность собственного ответа, тем больше объяснений он вынужден представить интервьюеру³⁰. В вербальном поведении респондента обоснование ответа выступает элементом, призванным погасить когнитивный диссонанс, возникающий вследствие несоответствия желаемого и фактического положения дел. С одной стороны, респондент пытается выглядеть компетентным человеком, с другой — он может быть «профаном» по отношению к обсуждаемой теме. Согласно Л. Фестингеру, большой когнитивный диссонанс требует мобилизации больших усилий, направленных на его погашение [77, с. 36]. Косвенное измерение усилий, затраченных респондентом на погашение когнитивного диссонанса, можно получить через сопоставление времени, затраченного респондентом на ответ³¹: чем больше времени требуется респонденту для ответа на вопрос, помеченный кодировщиком как неадекватный, тем больший уровень когнитивного диссонанса может присутствовать в сознании респондента.

В отличие от обоснования ответа уточнение собственного ответа связано с типом вопросов ($\chi^2=19,298$, $p<0,000$): при ответе на открытые вопросы

²⁹ Об этом свидетельствует и тот факт, что, уточняя или переспрашивая вопрос, респонденты практически никогда не обращаются с просьбой дословного повторения вопроса, а просят прокомментировать или объяснить прозвучавший ранее вопрос.

³⁰ Невозможно точно установить, осознает респондент адекватность собственного ответа или нет. Обнаружив статистически значимую зависимость между адекватностью ответа и его обоснованием ($\chi^2=9,199$, $p<0,002$), можно лишь предположить, что объяснение причин собственного ответа как раз и вызвано оценкой его адекватности.

³¹ Обоснование ответа существенно увеличивает среднее время ответа респондента: с 25,37 секунды при отсутствии обоснования до 49,65 секунды при его наличии ($t_{(416)} = 6,183$ $p<0,000$).

(N=180) уточнение было зафиксировано в 47,2% случаев, а на закрытые (N=238) — лишь в 26,5%. В то же время при анализе лишь неадекватных ответов и ответов, при выборе которых респондент сомневался или менял первоначальное мнение, связь между уточнением собственного ответа и типом вопросов не обнаруживается ($\chi^2=0,521$, $p<0,47$): доля уточнений по закрытым вопросам (N=77) возрастает до 41,6%, в то время как по открытым (N=100) остается без изменения — 47%. Следовательно, переменную «уточнение собственного вопроса» более уместно использовать для анализа закрытых вопросов. В этом случае ответ уже задан определенными рамками, и его уточнение может сигнализировать о проблемах, связанных с неадекватным восприятием респондентом вопроса. При наличии уточнения по закрытым вопросам респондент дает адекватный ответ в 44,2% случаев, при отсутствии — в 74,1% ($\chi^2=13,108$, $p<0,000$). Следует также учитывать, что наличие уточнений со стороны респондента снижает вероятность адекватного восприятия ответа интервьюером. При уточнении респондентом собственного ответа, интервьюер адекватно воспринимает услышанную речь только в 56,7% случаев, тогда как при отсутствии уточнения — в 73,9% случаев ($\chi^2=13,173$, $p<0,000$). Семантически уточнение ответа может быть представлено не только как расширение предшествующей версии ответа, но и как качественное ее преобразование. В результате интервьюер вынужден либо самостоятельно решать, каким образом интерпретировать дополнительную информацию, полученную от респондента, либо задавать дополнительные вопросы. Какую бы стратегию не выбрал интервьюер, она оказывается достаточно проблематичной для получения адекватного ответа. Вопросы представляют собой такую лингвистическую (и экстралингвистическую) конструкцию, на которую можно получить адекватный ответ лишь с первой попытки. Любое уточнение совокупного текста как вопроса, так и ответа, всегда будет приводить к формулированию нового вопроса. Единственное, что может сделать в этом случае опытный интервьюер, это удержать респондента в рамках обсуждаемой темы.

Исходя из типов восприятия респондентом вопроса были выделены два типа вопросов: профанный и экспертный. Однако та или иная формулировка не гарантирует аналогичный тип ответа на вопрос (рис. 12). Если при восприятии вопроса респондент, в целом, не склонен придерживаться рефлексивной позиции, то при ответе преобладает именно рефлексивный тип. Респондент начинает размышлять о вопросе в процессе ответа на него. Когда он невнимательно выслушал вопрос (а это является естественным, а не аномальным поведением) и в процессе ответа не уточнил собственное понимание, то с большой вероятностью можно предполагать создание респондентом фальшответа.

Если интервьюер использует сложные вопросы, восприятие которых требует активизации когнитивных процессов, то оптимальной стратегией является искусственное акцентирование на сложных пунктах вопроса, что будет активизировать рефлексивный тип восприятия ответа.

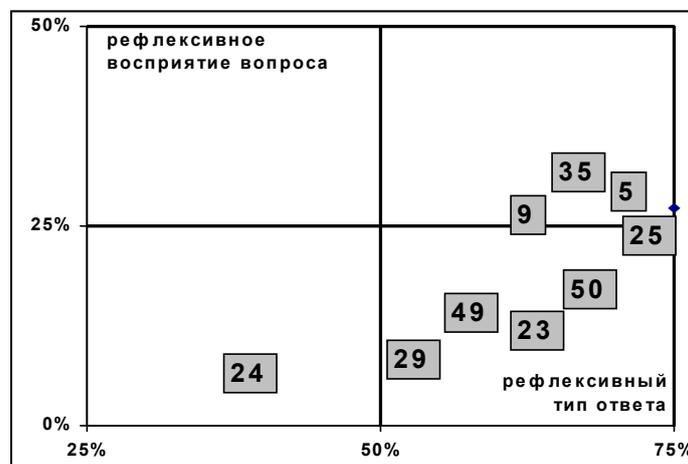


Рис. 12. Распределение экспериментальных вопросов по рефлексивному восприятию и рефлексивному ответу

Интервьюер должен смещать внимание респондента с рефлексии по поводу собственных слов на текст самого вопроса. Тем самым респондент будет вовлекаться в процесс интервью, а не в собственные рассуждения на тему, подсказанную вопросом. Однако данное суждение может относиться только к профанному типу вопроса, когда задачей исследования является не рефлексия по поводу изучаемого явления, а зеркальное его отражение в сознании респондента. В этом смысле изучение общественного мнения как раз и является объектом для профанных вопросов; оно может определяться только как неосмысленное, коллективное действие. Экспертное понимание событий — это всегда противопоставление себя общественному мнению, а значит, и разрушение его основ в собственном представлении.

Маркеры профанности или экспертности тех или иных вопросов задаются не формулировкой вопроса или его восприятием со стороны респондента, а представлениями исследователя и стоящими перед ним задачами. Поэтому экспертным может сделать вопрос и процедура проведения интервью, а не только усилия разработчиков. Анализ и проектирование такой процедуры становятся уместными лишь при отчетливом понимании особенностей операционального перехода, который связан с проектированием опросного инструмента в связи с теми реальными или воображаемыми задачами, которые ставит исследователь. Эта проблема требует особого рассмотрения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ayidiya S. A., McClendon M. J.* Response effects in mail surveys // *Public Opinion Quarterly*. 1990. Vol. 54. No. 2.
2. *Bailey K. D.* *Methods of social research*. New York: Free Press, 1987.
3. *Bassili J. N.* Response latency and the accessibility of voting intentions: What contributes to accessibility and how it affects vote choice // *Personality and social psychology bulletin*. 1995. No. 21.

4. *Bassili J. N.* Response latency versus certainty as indexes of the strength of voting intentions in a CATI survey // *Public Opinion Quarterly*. 1993. Vol. 57. No. 1.
5. *Bassili J. N.* The how and why of response latency measurement in telephone surveys // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
6. *Bassili J. N., Fletcher J.F.* Response time measurement in survey research: A method for CATI and a new look at non-attitudes // *Public Opinion Quarterly*. 1991. Vol. 55. No. 3.
7. *Bassili J. N., Scott S. B.* Response latency as a signal to question problems in survey research // *Public Opinion Quarterly*. 1996. Vol. 60. No. 3. P. 390-399.
8. *Belson W. R.* The design and understanding of survey questions. Aldershot: Gower, 1981.
9. *Berger C. R., Bradac J. J.* Language and social knowledge: Uncertainty in interpersonal relations. London: Arnold, 1982.
10. *Bickart B., Felcher M. E.* Expanding and enhancing the use of verbal protocols in survey research // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
11. *Bolton R. N.* An exploratory investigation of questionnaire pretesting with verbal protocol analysis // *Advances in consumer research*. 1991. No. 18.
12. *Bolton R. N.* Pretesting questionnaire: Content analyses of respondent's concurrent verbal protocols // *Marketing science*. 1993. No. 12.
13. *Bolton R. N., Bronkhorst T. M.* Questionnaire pretesting: Computer-assisted coding of concurrent protocols // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
14. *Bowers K. S., Regehr G., Balthazard C., Parker K.* Intuition in the context of discovery // *Cognitive psychology*. 1990. No. 22.
15. *Bradburn N. M.* What have we learned? // *Context effects in social and psychological research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. New York: Springer-Verlag, 1992.
16. *Bradburn N. M., Sudman S.* Improving interview method and questionnaire design. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1979.
17. *Brenner M.* Response effects of 'role-restricted' characteristics of the interviewer // *Response behavior in the survey interview* / Ed. by W. Dijkstra, H. Van der Zouwen. London: Academic Press, 1982.
18. *Cannel C. F., Oksenberg L.* Observation of behavior in telephone interviews // *Telephone survey methodology* / Ed. by Groves. New York: Wiley, 1988.
19. *Cannel C. F., Fowler F. J.* Using behavioral coding to identify cognitive problems with survey questions // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
20. *Cannel C. F., Kalton G., Oksenberg L.* New strategies for pretesting survey questions // *Journal of official statistics*. 1991. Vol. 7. No. 3.
21. *Cannell C. F., Lawson S. A., Hausser D. L.* A technique for evaluating interviewer performance / Institute for Social Research, University of Michigan. Ann Arbor, 1975.
22. *Cognitive aspects of survey methodology: Building a bridge between disciplines* / Ed. by T. Jabine, M. Straf, J. Tanur, R. Tourangeau. Washington DC: National Academy Press, 1984.
23. *Converse P. E.* The nature of belief systems in mass publics // *Ideology and discontent* / Ed. by D. E. Apter. New York: Free Press, 1964.

24. *DeMaio T. J., Rothgeb J. M.* Cognitive interviewing techniques: In the lab and in the field // Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996. P. 177-196.
25. *DeMaio T. J., Rothgeb J. M., Hess J.* Improving survey quality through pretesting // Working papers in survey methodology: U. S. Bureau of the Census. 1998. No 3.
26. *Dillman D.* Mail and telephone surveys: The total design method. New York: Wiley, 1978.
27. *Ericsson K. A., Simon H. A.* Protocol analyses. Massachusetts: The MIT Press, 1984.
28. *Ericsson K. A., Simon H. A.* Verbal reports as data // Psychological review. 1980. No. 87.
29. *Esposito J. L., Rothgeb J. M., Polivka A. E., Hess J., Campanelli C.* Methodologies for evaluating survey questions: Some lessons from the redesign of the current population survey / Paper presented at the International conference on social science methodology. Trento, 1993.
30. *Fowler F. J.* How unclear terms affect survey data // Public Opinion Quarterly. 1992. Vol. 56. No. 2.
31. *Fowler F. J., Mangione T.* Standardized survey interviewing. Newbury Park: Sage Publication, 1990.
32. *Gallup G. H.* The Gallup Poll: Public Opinion, 1935-1971 / 3 Vols. New York: Random House, 1972.
33. *Gallup G. H.* The Gallup Poll: Public Opinion, 1972-1977 / 2 Vols. Wilmington: Scholarly Resources, 1978.
34. *Grice H. P.* Logic and conversation: The William James lectures. Harvard University, 1967-1968 // Syntax and Semantics, Vol. 3: Speech acts / Ed. by P. Cole, J. Morgan. New York: Academic Press, 1975.
35. *Groves R. M.* How do we know what we think they think is really what they think? // Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996..
36. *Higgins E. T., Bargh J. A.* Unconscious sources of subjectivity and suffering: Is consciousness the solution? // The construction of social judgments / Ed. by L. L. Martin, A. Tesser. Hillsdale: Erlbaum, 1992.
37. *Hippler H., Schwarz N.* Response effects in surveys // Social information processing and survey methodology / Ed. by H. Hippler, N. Schwarz, S. Sudman. New York: Springer-Verlag, 1987.
38. Index to International Public Opinion, 1978-1979 / Ed. by E. H. Hastings, P. K. Hastings. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1980.
39. *Jacoby L. L., Lindsay S. D., Toth J. P.* Unconscious influence revealed: Attention, awareness and control // American psychologist. 1992. No. 47.
40. *Jobe J. B., Mingay D. J.* Cognitive research improves questionnaires // American journal of public health. 1989. No. 79.
41. *Jobe J. B., Tourangeau R., Smith A. F.* Contributions of survey research to the understanding of memory // Applied cognitive psychology. 1993. No. 7.
42. *Kihlstrom J. F.* The cognitive unconscious // Science. 1987. No. 237. P. 1445-1452.
43. *Krosnick J. A.* Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys // Applied cognitive psychology. 1991. No. 5.
44. *Lazarsfeld P. F.* The art of asking why: Three principles underlying the formulation of questionnaires // National marketing review. 1935. No. 1.

45. *Lazarsfeld P. F.* The controversy over detailed interviews: An offer for negotiation // Lazarsfeld P. F. On social research and its language / Ed. and with an introduction by R. Boudon. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1993.
46. *Lessler J. T., Forsyth B. H.* A coding system for appraising questionnaires ? // Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
47. *Luhmann N.* The autopoiesis of social systems // Luhmann N. Essays on self reference. New York: Columbia University Press, 1990.
48. *Marquis K.* Effects of race, residence, and selection of respondent on the conduct of the interview // Working papers on survey research in poverty areas // Ed. by J. Lansing, S. Withey, A. Wolfe / Institute for Social Research, University of Michigan. Ann Arbor, 1971.
49. *Martin E. A., Campanelli P. C., Fay R. E.* An application of Rasch analyses to questionnaire design: Using vignettes to study the meaning of 'work' in the current population survey // Statistician. 1991. Vol. 40.
50. *Martin E. A., Polivka A. E.* Diagnostics for redesigning questionnaires // Public Opinion Quarterly. 1995. Vol. 59. No. 4.
51. *Morton-Williams J.* The use of verbal interaction coding for evaluating a questionnaire // Quantity and quality. 1979. No. 13.
52. *Morton-Williams J., Sykes W.* The use of interaction coding and follow-up interviews to investigate comprehension of survey questions // Journal of the market research society. 1984. No. 26.
53. *Nowak S.* Methodology of sociological research: General problems / Translated from the Polish by M. O. Lepa. Warszawa: PWN — Polish Scientific Publishers; Dordrecht, Boston: D. Reidel Publishing Company, 1977.
54. *Nowak S.* Understanding and prediction: Essays in the methodology of social and behavioral theories. Dordrecht, Boston: D. Reidel Publishing Company, 1976.
55. *Oksenberg L., Cannel C. F., Kalton G.* New strategies for pretesting survey questions // Journal of official statistics. 1991. Vol. 7. No. 3.
56. *Presser S., Zhao S.* Attributes of questions and interviewers as correlates of interviewing performance // Public Opinion Quarterly. 1992. Vol. 56. No. 2.
57. *Riesman D., Glazer N.* The meaning of opinion // Public Opinion Quarterly. 1948. Vol. 12. No. 4. P. 633-648.
58. *Schaeffer N. C., Maynard D. W.* From paradigm to prototype and back again: Interactive aspects of cognitive processing in standardized survey interviews // Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
59. *Smith E. R., Lerner M.* Development of automatism of social judgments // Journal of personality and social psychology. 1986. No. 50.
60. *Strack F., Martin L. L.* Thinking, judging, and communicating: A process account of context effects in attitude surveys // Social information processing and survey methodology / Ed. by H. J. Hippler, N. Schwarz, S. Sudman. New York: Springer, 1987.
61. *Sudman S., Bradburn N. M.* Asking questions: A practical guide to questionnaire design. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1982.
62. *Sudman S., Bradburn N., Schwarz N.* Thinking about answers: The application of cognitive processes to survey methodology. San Francisco, California: Jossey-Bass Inc. Publishers, 1995.

63. *Todorov A.* Another look at reasoning experiments: Rationality, normative models and conversational factors // *Journal for the theory of social behaviour*. 1997. Vol. 27. No. 4.
64. *Tourangeau R., Rasinski K. A.* Cognitive processes underlying contexts in attitude measurement // *Psychological Bulletin*. 1988. Vol. 103.
65. *Tourangeau R.* Cognitive sciences and survey methods // *Cognitive aspects of survey methodology: Building a bridge between disciplines* / Ed. by T. B. Jabine, M. L. Straf, J. M. Tanur, R. Tourangeau. Washington, DC: National Academy of Science Press, 1984.
66. *Wilson T. D., LaFleur S. J., Anderson D. E.* The validity and consequences of verbal reports about attitudes // *Answering questions: Methodology for determining cognitive and communicative processes in survey research* / Ed. by N. Schwarz, S. Sudman. San Francisco: Jossey-Bass Publisher, 1996.
67. *Whorf B. L.* A linguistic consideration of thinking in primitive communities // *Language, thought, and reality* / Ed. by J. B. Carroll. New York: Wiley, 1956.
68. *Zaller J., Feldman S.* A simple theory of the survey response: Answering questions versus revealing preferences // *American journal of political science*. 1992. No. 36.
69. *Батыгин Г. С.* Лекции по методологии социологических исследований / Учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов. М.: Аспект-Пресс, 1995.
70. *Батыгин Г. С., Девятко И. Ф.* Миф о «качественной социологии» // *Социологический журнал*. 1994. № 2.
71. *Дружинин В. Н.* Экспериментальная психология / Изд. второе, дополн. СПб.: Изд-во «Питер», 2000.
72. *Карасик В. И.* Язык социального статуса. М.: Изд-во Института языкознания РАН, 1992.
73. *Ломов Б. Ф.* Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
74. *Луман Н.* Теория общества: Вариант San Foca'89: Фрагмент / Пер. с нем. А. Ф. Филиппова // *Теория общества: Актуальные проблемы* / Под ред. А. Ф. Филиппова. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково Поле, 1999. С. 196-235.
75. *Солсо Р. Л.* Когнитивная психология / Пер. с англ. Н. Ю. Спониор. М.: Тривола, 1996.
76. *Соссюр Ф.* Курс общей лингвистики / Пер. с фр. А. М. Сухотина; Научная ред. пер., предисловие и примечание Н. А. Слюсаревой; Послесл. Р. Энглера. М.: Логос, 1998.
77. *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса / Пер. с англ. А. Анистратенко, И. Знаешева. СПб.: Ювента, 1999.