

МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ АНАЛИЗА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

ГЕВОРК ПОГОСЯН

Уровень, достигнутый к настоящему времени в социологической науке, делает возможным и необходимым повышение качества социологической информации путем широкого методического экспериментирования.

Общепринятым является допущение о том, что ответы, полученные в результате анкетного опроса или интервью, представляют собой мнения респондентов и даже отражают в какой-то степени их реальное поведение. Однако неоднократно уже отмечалось, что вербальное поведение респондентов во время опроса не только отличается от их вербального поведения в естественных условиях, но и не полностью отражает реальное поведение¹. Общепринятое мнение обусловлено, во-первых, рассмотрением респондента лишь в качестве пассивного объекта исследования и, во-вторых, неучетом воздействия элементов ситуации опроса на мнения респондентов. Ситуация опроса—это неестественная, искусственно созданная ситуация, условия которой, как и следует ожидать, накладывают свои ограничения на обобщение результатов исследования. В силу известной специфики в социологии поведение «объекта» наблюдения оказывается небезразличным к экспериментальной исследовательской ситуации во всех ее подробностях.

Интервью или анкетный опрос при помощи анкетера представляет собой специфический вид межличностного взаимодействия. Мнения, зафиксированные в виде ответов на вопросы анкеты, несут на себе следы этого взаимодействия. В определенном смысле эти мнения можно рассматривать как систему взглядов, образовавшуюся в ходе исследовательского общения анкетера и респондента. Анализируя социологическую информацию, социолог фактически имеет дело с такой системой. Задача выявления характера и силы воздействия анкетеров на мнения респондентов кажется весьма интересной и актуальной.

С этой целью нами был поставлен методический эксперимент в рамках социологического исследования «Ценностные ориентации и трудовое поведение—78», охватившего 4000 работников одиннадцати предприятий г. Еревана. Исследование проводилось лабораторией прикладных социологических исследований Института философии и права

¹ З. Гостковский. О повышении достоверности опроса в социологических исследованиях («Социологические исследования», 1978, № 4, с. 160—165).

АН Арм. ССР. К проведению исследования были привлечены 30 студентов 3-его и 5-ого курсов отделения философии ЕрГУ.

Методический эксперимент включал три процедуры: а) предварительное тестирование установок и ценностных ориентаций анкетеров относительно предмета и объекта исследования; б) фиксация анкетерами реакций респондентов непосредственно во время опроса; в) учет фактора времени и длительности опроса.

В статье проводится анализ результатов преимущественно второй процедуры эксперимента. Из всего многообразия вербальных и невербальных реакций респондентов мы отобрали лишь три интересующие нас характеристики: искренность и самостоятельность ответов респондентов и интерес к вопросам анкеты.

Указанные характеристики были увязаны с конкретными вопросами анкеты. Искренность фиксировалась после 12 анкетных вопросов, на которые более всего можно было ожидать уклончивые или неточные ответы. Вопросы эти требовали оценки каких-либо личных качеств респондента, оценки состояния микроклимата, условий и организации труда, системы материального и морального поощрения на предприятии и т. д.

Интерес фиксировался после 13 анкетных вопросов, касающихся различных сторон жизнедеятельности респондентов: производства, семьи, быта, образования, социальных ожиданий и пр.

Самостоятельность фиксировалась по ответам на 5 анкетных вопросов, имеющих решающее значение для оценки отношения респондентов к таким сторонам производственной сферы, как дисциплина труда, участие рабочих в управлении производством, текучесть кадров и трудовая и социальная активность.

Методика фиксации была следующей: после интересующих вопросов в анкете были помещены одна или две трехбалльные шкалы следующих типов:

а) шкала искренности ответа

1. ответ искренний

2. анкетер затрудняется оценить

3. ответ неискренний

б) шкала интереса к вопросу

1. явный интерес к вопросу

2. анкетер затрудняется оценить

3. явное безразличие к вопросу

в) шкала самостоятельности ответа

1. полностью самостоятельный ответ

2. ответ с подсказкой (в случае закрытого вопроса это означало, что респондент ознакомился с веером ответов)

3. респондент затрудняется ответить и после подсказки.

В инструкции для анкетера был внесен пункт, требовавший осторожной, незаметной фиксации оценок, чтобы не вызывать чувства недоверия у респондентов.

Уровни искренности и самостоятельности рассчитывались по формуле

$$U = \frac{1 \cdot n_1 + 0 \cdot n_2 + (-1) \cdot n_3}{\sum_1^3 n_i},$$

где U — уровень искренности или интереса,

n_1 — число фиксаций первой градации соответствующей шкалы,

n_2 — число фиксаций второй градации шкалы,

n_3 — число фиксаций третьей градации шкалы,

$\sum_1^3 n_i$ — общее число фиксаций всех трех градаций шкалы.

Уровень самостоятельности в силу категоричности самой оценки рассчитывался по несколько измененной формуле:

$$U_c = \frac{1 \cdot n_1 + (-1) \cdot (n_2 + n_3)}{\sum_1^3 n_i}.$$

В обоих случаях U принимает значения в интервале

$$[-1; +1], \quad (-1 \leq U \leq +1).$$

Анализ результатов показал, что как уровень искренности (U_n), так и уровень интереса (U_n) оказались по мнению анкетеров в целом очень высокими: $U_n = 0,687$, $U_n = 0,652$. Уровень самостоятельности оказался сравнительно ниже — $U_c = 0,231$.

Это значит, у анкетеров сложилось такое впечатление, что в основном респонденты давали искренние ответы, хотя и не всегда самостоятельно, причем интерес к исследованию в целом был высоким.

Совершенно четко вырисовывается группа факторов, оказавших воздействие на оценки анкетеров. Это, во-первых, форма и содержание ответов, которые в свою очередь зависели от характеров вопросов анкеты; во-вторых, социальные и социально-демографические характеристики как респондентов, так и анкетеров; в третьих, продолжительность опроса, и, наконец, личностные характеристики анкетеров.

Эти же факторы влияли и на характер ответов респондентов, однако нас в данном случае интересует их воздействие на оценки анкетеров.

Рассмотрим, к примеру, оценку искренности ответов на вопрос анкеты о выполнении производственного задания. Уровень искренности здесь оказался самым низким — $U_n = 0,427$. Отвечая на этот вопрос, респондент должен был указать выполнение своего производственного задания в процентах. В случае, если он затруднялся давать проценты

выполнения, то мог просто ответить, производственное задание выполнил (не выполнил, перевыполнил). Как выяснилось, уровень искренности оказался выше среди тех ответов, которые были даны в процентах, а не в словесной форме. Интересно также, что несмотря на это самый высокий ранг искренности получил словесный ответ «производственное задание не выполнил» ($U_n = 0,850$). Правда, число ответивших таким образом было невелико—2,5% опрошенных (около 100 человек). Это еще раз подтверждает факт повышенного доверия к числовым ответам. Субъективное ощущение большей искренности у анкетеров вызывали также ответы, которые по содержанию своему не представляли респондентов в лучшем свете.

Как показал анализ, наименьший уровень самостоятельности фиксировался после вопросов, требовавших определенной информированности или наличия у респондентов четко установившихся мнений по тому или иному поводу. Так, ответы на вопрос о желании респондентов принять участие в различных формах управления производством получили в оценках анкетеров наименьший «балл» самостоятельности ($U_c = 0,133$).

Другая группа объективных факторов, оказавших воздействие на оценки анкетеров,— это социально-демографические характеристики респондентов и анкетеров. Как выяснилось, большее доверие у анкетеров вызывали ответы респондентов старшего возраста (50—60 лет).

Обнаруживается прямая связь между возрастом и показателями трудового стажа респондентов и оценками искренности, интереса и самостоятельности их ответов. Так, уровень интереса по отношению ко всем вопросам оказался самым низким у респондентов в возрасте до 18 лет. Исключение составил лишь один анкетный вопрос, касающийся желания и мотивов продолжения учебы. Интерес к этому вопросу оказался высоким у этой возрастной группы. По-видимому, молодежь, вновь поступившая на предприятие, ориентирована на продолжение учебы. Вывод этот, сам по себе не новый, знаменателен тем, что подкреплён результатами методического эксперимента. Таким образом, выясняется, что методическое экспериментирование в рамках основного социологического исследования, с одной стороны, дает результаты, способные косвенно дополнить и подтвердить определенные социологические выводы и факты, с другой— совпадение его некоторых результатов с установленными фактами доказывает обоснованность и адекватность самой методики эксперимента.

Как показал анализ, уровень оценок искренности у анкетеро-женщин оказался выше уровня оценок у анкетеров-мужчин. Напрашиваются два вывода: или женщины-анкетеры более доверчивы, или же они более способны располагать респондентов к доверительной беседе. В пользу последнего предположения говорят наблюдения ряда социологов, установивших, что интервьюерам-женщинам удается по-

лучать более искренние данные, чем интервьюерам-мужчинам². Отсюда вывод— следует больше привлекать женщин для проведения опросов и интервью.

На оценки интереса, как выяснилось, значительное воздействие оказал еще один объективный фактор— время, или длительность опроса. В соответствии с четырьмя фиксациями времени опроса, разделившими анкету на четверти (по 20 вопросов в каждой), была получена следующая картина динамики интереса респондентов. Согласно оценкам анкетеров, интерес опрашиваемых возрастает от I-ой четверти опроса к III-ей, достигая в ней (т. е. спустя в среднем 33 минуты) максимума среднего значения ($U_{II}=0,710$). В последней четверти средний уровень интереса падает до значения $U_{II}=0,582$, что значительно ниже общего среднего уровня ($U_{II}=0,652$). Падение уровня интереса в последней четверти происходит несмотря на то, что в нее попадает вопрос, вызвавший максимальный уровень интереса ($U_{II}=0,772$), по мнению анкетеров. Такая динамика интереса вполне закономерна и объясняется утомляемостью респондента к концу опроса, который длился в среднем 47 минут, а в 32% опросов длительность доходила до одного часа и более.

Сказанное выше свидетельствует также о том, что чисто субъективная фиксация интереса к вопросам в целом верно отражает изменение состояния реального объекта. Следовательно, оценки интереса и искренности можно считать субъективно-объективными характеристиками состояния объекта.

Интересная закономерность была выявлена из анализа связи трех типов оценок с порядковым номером анкеты. Оказалось, что максимумы уровней искренности приходится на вторую и частично третью по порядку анкеты, заполненные в один и тот же день. Максимумы уровня интереса—на третью, четвертую анкеты. Отсюда вывод, что первая анкета, по всей видимости, была «разминочной», анкетер «входил в форму». Об этом свидетельствует также большая длительность заполнения первых анкет. Характерно, что длительность опроса с ростом порядкового номера анкеты значительно сокращается— от 50 минут в первой анкете до 43 мин. в шестой-седьмой анкете. Таким образом, можно утверждать, что оптимальными с точки зрения качества заполнения являются вторая, третья и четвертая анкеты за день.

Установки анкетеров по отношению к анкете и социологическому исследованию в целом также сказались на качестве оценок. Исходя из данных предварительного тестирования анкетеров, а также из опыта личных контактов социологов, можно утверждать, что некоторые анкетеры были скептически настроены к социологическому исследованию в це-

² „Analizy i próby technik badawczych w sociologii“. Praca zbiorowa, pod red. Z. Gostkowskiego, t. I, Wrocław, 1966, s. 47; H. Hyman, *Interviewing in Social Research*, Chicago, 1967, p. 293; Элизабет Нозль, Массовые опросы. Введение в методику демоскопии, М., 1978, с. 203.

лом. И несомненно эта их отрицательная установка сказалась также и на качестве заполнения анкет. К примеру, количество пропущенных вопросов в их анкетах оказалось значительно выше среднего значения по всем анкетам. При этом средняя длительность опроса у них также оказалась несколько выше (на 3,3 минуты) средней длительности опроса в целом по выборке. А как известно, увеличение длительности опроса или интервью приводит в конечном счете к ухудшению качества опроса, вследствие повышения утомляемости респондентов.

Индивидуальные характеристики анкетеров также сказались на их оценках. Так, у одних анкетеров уровень искренности ответов на все вопросы оказывался неизменно высоким, у других — неизменно низким, колеблясь в пределах от $U_n = 0,327$ до $U_n = 0,950$.

Оценка самостоятельности ответов также различна у разных анкетеров. У некоторых она значительно ниже средней. Это может быть вызвано двумя причинами: или данному анкетеру попадались особенно «несамостоятельные» респонденты, что маловероятно, или же анкетер, задавая вопрос, спешил сделать подсказку, не дожидаясь самостоятельного ответа от респондента. Это позволяло ему сэкономить время, о чем свидетельствует сравнительно малая длительность опроса.

Как показал анализ, оценки, данные ответам на вопросы из середины и конца анкеты, хорошо согласуются с оценками ответов на вопросы, расположенные в начале анкеты. Складывается впечатление, что анкетер уже по первым ответам респондента определял для себя уровень искренности последующих ответов. По всей видимости, после определенного количества опросов анкетер сознательно или бессознательно типологизировал респондентов и выносил оценки в соответствии с этой типологией. Кроме того, некоторые анкетеры оказались неспособными уверенно дифференцировать степень искренности ответов. Они в большинстве случаев отмечали среднюю позицию шкалы — «затрудняюсь оценить».

Из сказанного следует, что в оценках искренности ответов, наряду с общими объективными тенденциями, четко вырисовываются также субъективные различия, обусловленные личностью анкетера.

Таким образом, обобщая, можно сказать, что, во-первых, респондент не во всех случаях охотно высказывает свое мнение по тому или иному поводу. Во-вторых, по ряду вопросов, касающихся элементов производственной сферы, у него может не быть определенного мнения, поскольку раньше ему не приходилось задумываться о них. Часто социологическое исследование само наталкивает респондентов на размышления о тех сторонах действительности, на которые они раньше не обращали особого внимания. Отсюда исследовательская задача — разграничить в ответе респондента его собственное мнение от мыслей, подсказанных ему самим процессом опроса, анкетой, анкетером или другими элементами ситуации опроса.

Ясно, что анкетер порою довольно активно участвует в образовании ответа респондента, или по крайней мере корректирует его. Таким образом, среднестатистический социологический тип (будь то рабочий, или инженер, или ученый), который социолог получает в результате обобщения данных своего исследования, в какой-то степени не свободен от конструирующего воздействия среднего анкетера.

Эта проблема воздействия анкетера требует пристального внимания социологов, тем более, что у нас не существует специальных курсов анкетеров и интервьюеров, несмотря на то, что большинство исследований проводится с помощью последних. Поиски решения этой проблемы ведутся нами в трех направлениях: 1. исследование характера взаимоотношений и взаимовлияний анкетера и респондента с целью выработки конкретных обоснованных рекомендаций для анкетера, планов ведения интервью, методических и учебных материалов; 2. разработка принципов подбора и расстановки анкетеров в зависимости от предмета и объекта конкретного социологического исследования; 3. исследование возможностей учета воздействия анкетера на стадии обработки и анализа социологической информации.

ՍՈՑԻՈԼՈԳԻԱԿԱՆ ԻՆՖՈՐՄԱՑԻԱՆ ԿԵՐԱՐԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԵԹՈԴԱԿԱՆ ՀԱՐՑԵՐ

ԳԵՎՈՐԳ ՊՈՂՈՍՅԱՆ

Ա Վ Փ Ո Փ Ո Ւ Մ

Սոցիոլոգիական ինֆորմացիայի որակի բարձրացման կարևորագույն ուղիներից մեկը մեթոդական փորձն է: Երևանի արտադրական հիմնարկ-ձեռնարկություններում անցկացված սոցիոլոգիական հետազոտության ընթացքում կատարվել է մեթոդական փորձ: Դրա նպատակն է եղել սոցիոլոգիական ինֆորմացիայի վերլուծության ընթացքում հաշվի առնել հետազոտող-հարցվող համակարգի առանձնահատկությունները: Արդյունքների վերլուծությանը ցույց է տվել, որ ինչպես հարցվողների պատասխանների ընույթի, այնպես էլ հետազոտողների կողմից պատասխանների գնահատման վրա էա-յին ազդում են՝ ա) հարցաթերթիկի հարցերի ձևը և բովանդակությունը, բ) հարցվողների և հետազոտողների սոցիալ-դեմոգրաֆիական և հոգեբանական առանձնահատկությունները, գ) հարցման տևողությունը: