

ВЛИЯНИЕ ОБЪЕКТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ИНТЕРВЬЮЕРОВ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ТЕЛЕФОННОГО ОПРОСА

ЖУРАВЛЕВА С.Л., ст. преп.

Рассматривается проблема смещений, возникающих в телефонном интервью под влиянием объективных характеристик интервьюера. Анализируются результаты специального методического эксперимента.

Ключевые слова: интервьюер, телефонный опрос, эксперимент.

THE INFLUENCE OF INTERVIEWER OBJECTIVE CHARACTERISTICS ON THE RESULTS OF TELEPHONE SURVEY

ZHURAVLEVA S.L., Ph.D.

The article concerns the problem of shifting happening in telephone survey under the influence of interviewer objective characteristics. The results of special methodic experiment are analyzed.

Key words: interviewer, telephone survey, experiment.

Постановка проблемы. Проблема воздействия интервьюера на мнения и поведение респондентов осознается социологическим сообществом достаточно давно. Однако единого мнения о сущности, источниках и формах проявления эффекта интервьюера в научной литературе до сих пор не сложилось. Некоторые исследователи связывают наблюдаемые смещения лишь с отступлениями полевых работников от установленных правил и процедур проведения опроса, но большинство – с теми или иными объективными и субъективными характеристиками интервьюеров [1, 2, 3, 4].

На наш взгляд, проявлениями эффекта интервьюера следует считать не только ответные смещения, но и различия в поведенческих реакциях респондентов, следствием чего могут быть вариации продолжительности интервью, количества отказов от участия, доли неопределенных и уклончивых ответов, количества пропущенных вопросов у разных интервьюеров.

Отсутствие визуального контакта между участниками беседы в телефонном интервью, к сожалению, не позволяет избежать влияния интервьюера на респондента. Социально-демографические характеристики и особенности вербального поведения опрашиваемых традиционно относят к числу факторов, способных оказать значительное влияние на результаты телефонного опроса [5, с. 219]. Особенности коммуникативного процесса в телефонном интервью (опосредованный характер общения, ограниченная «канальная способность» [6, р. 226], заметная «аффективная дистанция» [7, с. 134], высокий темп взаимодействия при отсутствии у респондента возможностей его регулирования) определяют более заметное влияние факторов опросной ситуации на процесс формирования ответа. Ряд исследователей полагают, что смещение вследствие эффекта интервьюера в телефонном интервью более значительно, чем в персональном, в силу того, что

на одного сотрудника приходится, как правило, большее количество интервью [8, р. 69].

Вербальное поведение интервьюера, как показывают результаты многих исследований, дает респонденту достаточно информации для распознавания (с большей или меньшей степенью точности) основных его социально-демографических характеристик. Так, Т. Джонсон с соавторами приводят данные, свидетельствующие, что опрашиваемые по телефону респонденты в 97 % случаев верно идентифицируют пол собеседника, а в 72 % случаев – расовую принадлежность [9, р. 80]. Таким образом, вербальных сигналов вполне достаточно, чтобы оказать влияние на поведение респондента.

В числе социально-демографических переменных, влияние которых особенно заметно сказывается на результатах опросов, исследователи обычно называют пол и возраст интервьюеров, а также – несколько реже – их расово-этническую принадлежность и уровень образования. Так, Р. Гроувз и Н. Фульц обнаружили, что интервьюеры-мужчины получают больше отказов от опроса и неответов, чем женщины, вследствие чего тратят на интервью меньше времени [2, р. 50]. Возрастные различия между собеседниками в телефонном интервью не столь очевидны, как в персональном, однако влияние возраста интервьюеров на ответы респондентов зафиксировано многими исследователями. В частности, Э. Зингер, М. Франкел и М. Глассман выявили, что интервьюерам старшего возраста опрашиваемые реже дают уклончивые и искаженные ответы, чем их более молодым коллегам вне зависимости от имеющегося опыта интервьюирования [8, р. 69], а К. Такер пришел к выводу, что среди молодых полевых сотрудников эффект интервьюера проявляется реже [10, р. 85]. Влияние расы интервьюера в телефонном интервью проявляется, как правило, в вопросах, касающихся расовых отношений [3, р. 279].

Кроме социально-демографических характеристик интервьюеров, на результаты исследования может оказать влияние наличие у них опыта полевой работы, а также их ожидания и собственные представления об изучаемой проблеме. Так, Э. Зингер с соавторами обнаружила, что интервьюеры, имеющие опыт проведения опросов, получают более правдивые ответы на вопросы об алкопотреблении [8, р. 79]. Однако наличие опыта может привести и к негативным последствиям – так называемому эффекту «избирательного слушания» [11, с. 142].

Таким образом, отсутствие визуального компонента общения в ситуации телефонного интервью не снижает влияния характеристик интервьюера на формирование ответа респондентом.

Для выявления особенностей проявления эффекта интервьюера в телефонном интервью нами было проведено специальное исследование.¹

План исследования. Исследование было проведено в марте – апреле 2006 г. В качестве интервьюеров участие в нем приняли 16 человек (8 мужчин и 8 женщин). По возрасту они представляли две группы (от 18 до 29 лет и от 40 до 51 года), равные по численности. Высшее образование имели 8 интервьюеров. У 9 человек был опыт проведения опросов, остальные выступали в качестве полевых работников впервые.

Опрос проводился среди взрослого населения г. Иванова. Основой выборки служила электронная база данных квартирных телефонов жителей города. Телефонные номера из нее отбирались случайным образом с помощью специальной компьютерной программы. Отбор респондентов в семье осуществлялся по двух-вопросной схеме Л. Киша. Каждый интервьюер опросил по 20 респондентов. Объем выборки составил, таким образом, 320 человек.

Опросный лист содержал 47 вопросов, 14 из которых были сенситивными (об употреблении алкоголя и наркотиков, сексуальных отношениях, суицидальных попытках, совершении кражи или присвоении чужого имущества, физическом насилии в отношении близких и т.д.), а 8 – относительно нейтральными (о политической активности, гендерных установках). Кроме этого, в опросный лист были включены 15 вопросов шкалы лжи из опросника MMPI. Мы предполагали, что влияние интервьюера будет сильнее на тех респондентов, которые склонны давать социально желательные ответы.

До начала полевой работы каждый интервьюер отвечал на те же 22 содержательных вопроса, которые ему предстояло задавать

респондентам. Это было необходимо для проверки гипотезы о наличии взаимосвязи между собственными взглядами интервьюера на обсуждаемую тему и ответами респондентов. Интервьюерам также предлагалось выразить свои ожидания относительно средней продолжительности беседы, количества отказов от интервью, общего уровня искренности, а также вопросов, на которые респонденты могут отказаться отвечать, давать неискренние и неопределенные ответы.

Результаты и их обсуждение. Пол интервьюера. Сравнение ответов, полученных интервьюерами-женщинами и интервьюерами-мужчинами, позволяет сделать вывод о наличии влияния пола на результаты опроса. Так, в гендерно гомогенных диадах респонденты чаще признавали наличие в обществе дискриминирующих женщин тенденций (табл. 1, 2).

Таблица 1. Распределение ответов респондентов женского пола на вопрос «Как Вы считаете, чья работа в современной России оплачивается выше, мужчины или женщины?», %

Ответы	Мужчины	Женщины	Одинаково	Затрудняюсь ответить
Ответы женщин мужчинам	61,4	6,8	12,5	19,3
Ответы женщин женщинам	76,0	5,2	7,3	11,5
Разница	14,6*	1,6	5,2	7,8

* Различия значимы на уровне $p \leq 0,05$

Таблица 2. Распределение ответов респондентов мужского пола на вопрос «Вы согласны или не согласны с утверждением, что в наши дни существует дискриминация женщин в получении работы и продвижении по службе?», %

Ответы	Мужчины	Женщины	Затрудняюсь ответить
Ответы мужчин мужчинам	54,4	27,3	18,3
Ответы мужчин женщинам	35,9	29,7	34,4
Разница	18,5*	2,4	16,1

* Различия значимы на уровне $p \leq 0,05$

Интервьюеры-мужчины оказались успешнее в получении признаний в социально неодобряемом поведении. В частности, респонденты и мужского и женского пола чаще сообщали, что им приходилось когда-либо лгать и обманывать (табл. 3).

Мужчины были более искренними в беседе с представителями своего пола, отвечая на вопросы о фактах совершения кражи и употреблении алкоголя (табл. 4, 5).

Таким образом, эффект интервьюера был нами зафиксирован и в нейтральных вопросах, и в вопросах, касающихся социально

¹ В подготовке и проведении исследования принимала участие студентка специальности «Социология» И.Е. Шестерина.

неодобряемых образцов поведения. Однако он выражался главным образом в ответных смещениях, поскольку статистически значимых различий в продолжительности интервью и количестве отказов у полевых сотрудников разного пола выявлено не было.

Таблица 3. Распределение ответов респондентов мужского и женского пола на вопрос «Приходилось ли Вам когда-нибудь лгать и обманывать?», %

Ответы	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Отказ от ответа
Ответы мужчин мужчинам	87,9	6,1	4,5	1,5
Ответы женщин мужчинам	50,0	35,9	14,1	0,0
Ответы мужчин женщинам	69,3	28,5	1,1	1,1
Ответы женщин женщинам	44,8	39,5	11,5	4,2

Таблица 4. Распределение ответов респондентов мужского пола на вопрос «Случалось ли Вам хоть раз в жизни что-нибудь украсть?», %

Ответы	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Отказ от ответа
Ответы мужчин мужчинам	52,3	33,8	7,7	6,2
Ответы мужчин женщинам	31,3	64,1	4,6	0,0

Таблица 5. Распределение ответов респондентов мужского пола на вопрос «Бывали ли случаи, что после употребления алкоголя Вы не могли вспомнить то, что с Вами происходило?», %

Ответы	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Отказ от ответа
Ответы мужчин мужчинам	38,5	56,9	4,6	0,0
Ответы мужчин женщинам	18,8	62,5	17,2	1,5

Возраст интервьюера. Полученные нами результаты не продемонстрировали статистически значимых различий в ответах, полученных интервьюерами двух возрастных групп. Исключением явился лишь вопрос об употреблении наркотических веществ. В беседе с интервьюерами молодого возраста факт употребления наркотиков признали 10 % респондентов, принадлежащих к возрастной когорте от 18 до 29 лет. Полевые работники более старшего возраста получили только 1 % признаний (табл. 6).

Среднее количество отказов от интервью и средняя продолжительность беседы у

интервьюеров разного возраста оказались примерно одинаковыми.

Таблица 6. Распределение ответов респондентов 18–29 лет на вопрос «Приходилось ли Вам когда-либо употреблять наркотики?», %

Ответы	Да	Нет	Отказ от ответа
Ответы интервьюерам молодого возраста	10,3	88,2	1,5
Ответы интервьюерам старшего возраста	1,2	95,2	3,6
Разность	9,1*	7,0	2,1

* Различия значимы на уровне $p \leq 0,01$

Таким образом, возраст интервьюера в ситуации телефонного опроса оказывает влияние на ответы респондентов при обсуждении социально неодобряемых образцов поведения.

Уровень образования интервьюера. Анализ полученных результатов показал, что по 14 вопросам из 18 интервьюеры с высшим образованием получили меньше неопределенных ответов и отказов отвечать на вопрос, чем их коллеги, не имеющие высшего образования. Что касается средней продолжительности интервью и количества отказов от участия в опросе, то эти величины у двух групп интервьюеров различаются незначительно.

Опыт интервьюирования. Как следует из полученных нами данных, опыт интервьюирования оказывает заметное влияние на качество получаемой информации. Так, по 10 вопросам из 12 интервьюеры, имеющие опыт полевой работы, получили меньше неопределенных ответов, чем сотрудники без опыта (табл. 7).

Таблица 7. Доля неопределенных ответов на вопросы у интервьюеров с опытом и без опыта полевой работы, %

Переменные	Сотрудники без опыта	Сотрудники с опытом	Разность
Дискриминация в оплате труда	18,6	14,4	4,2
Дискриминация при приеме на работу	22,1	19,0	3,1
Карьера женщины	34,6	31,3	3,3
Равноправие супругов	23,7	13,2	10,5*
Глава семьи	12,9	12,6	0,3
Дискриминация женщин	17,1	18,4	1,3
Уклонение от налогов	12,9	13,9	1,0
Отношение к воровству	13,4	4,6	8,8*
Факт кражи	7,9	5,2	2,7
Употребление алкоголя	10,0	6,9	3,1
Факт избиения	5,7	2,3	3,4
Присвоение чужого имущества	28,0	15,0	13,0*

* Различия значимы на уровне $p \leq 0,01$

Заключение

Таким образом, результаты исследования позволяют говорить о наличии связи между социально-демографическими характеристиками интервьюеров и ответами респондентов. При этом эффект интервьюера оказался заметнее в нейтральных вопросах, а также в вопросах по деликатным, но не слишком чувствительным темам (уклонение от налогов, легализация проституции, употребление алкоголя и наркотических веществ, присвоение чужого). Отсутствие значимых различий в ответах на высоко чувствительные вопросы (гомосексуальные контакты, попытки суицида, изнасилование) можно объяснить невысокой степенью распространенности этих видов поведения, не позволившей в настоящем исследовании зафиксировать стабильные эффекты. Возможно также, что действие эффекта интервьюера нейтрализуется повышенными опасениями респондентов при обсуждении этих тем с кем бы то ни было.

Полевые сотрудники мужского пола, а также интервьюеры с высшим образованием оказались более успешными при проведении телефонных интервью, поэтому их предпочтительнее использовать в исследованиях вне зависимости от изучаемых проблем. К возрастным характеристикам опрашиваемых респонденты мало чувствительны.

В тех случаях, когда способ формирования выборки это позволяет, можно рекомендовать обеспечение социальной (в первую очередь гендерной) гомогенности коммуникативных диад. Это приводит к повышению искренности самоотчетов респондентов, а также к

снижению доли неопределенных и уклончивых ответов.

Наличие у интервьюеров опыта полевой работы также способствует повышению качества итоговых данных, поэтому целесообразно организовывать для интервьюеров-новичков тренинги с имитацией реальных опросных ситуаций.

Список литературы

1. Barath A., Cannel C.F. Effect of interviewer voice intonation // *Public opinion quarterly*. – 1976. – Vol. 40. – № 3. – P. 370–373.
2. Groves M., Fultz N.H. Gender effects among telephone interviewers in a survey of economic attitudes // *Sociological methods and research*. – 1985. – Vol. 14. – № 1. – P. 31–52.
3. Cotter P.R., Cohen P.B., Coulter P.B. Race-of-interviewer effects in telephone interviews // *Public opinion quarterly*. – 1982. – Vol. 46. – № 2. – P. 278–284.
4. Мягков А.Ю., Журавлева И.В. Эффект ожиданий интервьюера в персональном интервью // *Социологический журнал*. – 2004. – № 3/4. – С. 5–24.
5. Андреенков В.Г., Сотникова Г.Н. Телефонный опрос // *Методы сбора информации в социологических исследованиях*. Кн. 1 / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. – М.: Наука, 1990.
6. Groves R.M. Theories and methods of telephone surveys // *Annual Review on Sociology*. – 1990. – Vol. 16. – № 2. – P. 221–240.
7. Мягков А.Ю. Влияние метода сбора данных на вербальное поведение респондентов // *Социологический журнал*. – 1999. – № 1/2. – С. 133–142.
8. Singer E., Frankel M.R., Glassman M.B. The effect of interviewer characteristics and expectations on response // *Public opinion quarterly*. – 1983. – Vol. 47. – № 1. – P. 68–83.
9. Johnson T.P., Fendrich M., Shaligram C., Garcy A., Gillespy S. An evaluation of the effects of interviewer characteristics in an RDD telephone survey of drug use // *Journal of Drug Issues*. – 2000. – Vol. 30. – № 1. – P. 77–102.
10. Tucker C. Interviewer effects in telephone surveys // *Public opinion quarterly*. – 1983. – Vol. 47. – № 1. – P. 84–95.
11. Нозль Э. Массовые опросы: Введение в методику демоскопии / Пер. с нем. М.И. Зайцевой, Л.Н. Крючковой. – М.: Ава-эстра, 1993.

Журавлева Светлана Львовна,
ГОУВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина»,
старший преподаватель кафедры социологии,
телефон (4932) 26-97-81,
e-mail: socio@sociol.ispu.ru