

Индивидуальное глубокое интервью. Белановский С.А.

Белановский С.А. Глубокое интервью: Учебное пособие.. - М.: Никколо-Медиа, 2001 - 320 С.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	2
ГЛАВА 1. КАЧЕСТВЕННАЯ ТРАДИЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ И ЕЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ	3
Количественная и качественная традиции в эмпирической социологии	3
Содержание количественного и качественного подходов	3
Историческое взаимодействие количественной и качественной традиций	4
Количественный и качественный подходы российской социологии ..	7
Позитивистская методология и ее ограничения	10
Влияние методологии на исследовательский процесс.....	10
Позитивизм в социологии и причины его неадекватности.....	11
О пост-позитивистских взглядах на природу научного знания	17
Синтетическая природа научного знания	18
Процесс роста научного знания.....	21
Проблема доказательств.....	22
Влияние позитивистской методологии на социологические исследования в России	26
Пример стагнации в конкретном направлении исследований ..	29
О функциях количественных и качественных методов социологического исследования в свете современных методологических представлений	30
Перекрестная валидизация количественных и качественных методов	31
О функциях количественных методов.....	38
Пример научного запроса на качественные исследования.....	41
Качественный подход и общественные задачи социологии как фундаментальной науки.....	42
ГЛАВА 2. ТИПЫ ИНТЕРВЬЮ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....	44
Основные типы интервью	44
ГЛАВА 3. МЕТОДИКА И ТЕХНИКА ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЯ	57
Подготовка интервью (общая).....	58
Подготовка интервью (конкретная).....	62
Вопросник интервью	70
Время, место и способ записи	82
Начало интервью	87
Ингибиторы общения	92
Основная часть интервью	102
Завершение интервью	127

Обработка материалов интервью	130
ГЛАВА 4. ПРИНЦИПЫ ФОКУСИРОВКИ ИНТЕРВЬЮ	140
Фокусировка на эмоциональных реакциях.....	141
Фокусировка на когнитивных структурах.....	144
ГЛАВА 5. ГЛУБОКОЕ ИНТЕРВЬЮ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ АНКЕТ	166
Проблемы повышения адекватности количественного инструментария	166
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	174
ЛИТЕРАТУРА.....	175

ВВЕДЕНИЕ

Книга, предлагаемая вниманию читателя, была написана в период с 1988 по 1991 гг. Первая ее публикация было осуществлена в 1993 г. в издательстве <Наука>. Ныне, по имеющимся сведениям, данная публикация сделалась редкостью. Это побудило автора предпринять усилия по ее переизданию.

В соответствии с изначальным замыслом книга представляет собой учебное пособие, состоящее из двух частей: методологической и методической.

Вторая, методическая часть, начинающаяся со второй главы, представляет собой учебник широкого профиля. Этот учебник предназначен не только для социологов, но и для представителей смежных дисциплин: социальной психологии, журналистики, маркетинга и других. Думается, что изучение методики глубокого интервьюирования полезно и представителям ряда практических профессий, чья работа основана на контактах с людьми: менеджерам, преподавателям, врачам, учителям и т.д.

Методологическая часть (первая глава данной книги), в отличие от методической, предназначена главным образом для социологов. В ней содержится описание познавательных функций так называемых качественных методов исследования, к числу которых относится и глубокое интервью. Одновременно критикуется своего рода "засилие" количественной методологии в российских учебниках по эмпирической социологии, которое затрудняет процесс преподавания в ВУЗах и снижает качество подготовки студентов. При этом следует подчеркнуть, что уместное и корректное применение количественных методов никоим образом не подвергается критике.

При подготовке данного издания первоначальный вариант книги был сокращен, а первая (методологическая) глава была радикально переработана. Не без сожаления автор исключил из книги главу <Другие качественные методы>, включавшие в себя краткие очерки, посвященные наблюдению, автобиографиям, письмам и дневникам. Тем не менее, сделать это было необходимо, поскольку для современной публикации эти очерки должны были быть написаны заново с учетом новых публикаций.

За годы, прошедшие со времени первого издания, и в стране, и в отечественной социологии произошли значимые перемены. Глубокое интервью, как в индивидуальном, так и в групповом варианте (фокус-группы), нашло широкое применение во многих практических областях: маркетинге, политическом консультировании, исследованиях рекламы и СМИ, и др. Используются они и в академических исследованиях, но только на практическом уровне. Методологические и методические публикации, посвященные этим методам, до сих

пор остаются редкостью. Автор надеется, что новая публикация данной книги, а также книги, посвященной методу фокус-групп, в определенной мере заполнит этот пробел.

Автор выражает глубокую благодарность академику Ю.В.Яременко, который своим решением осуществил первую публикацию этой непрофильной для экономиста книги после того, как она была исключена из плана издания Института социологии РАН. Автор выражает признательность Т.Н.Федоровской, которая оказала ему огромную помощь в изучении зарубежных литературных источников.

Автор благодарит учредителей Центра политического консультирования <Никколо М> И.Е.Минтусова и Е.В.Егорову, осуществивших финансирование второго издания данной книги.

Для обсуждения книги с автором можно связаться по адресу Москва, Самаркандский бульвар, квартал 134а, д.5 кв.9, телефон 709 -13-17.

ГЛАВА 1. КАЧЕСТВЕННАЯ ТРАДИЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ И ЕЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

Количественная и качественная традиции в эмпирической социологии

Содержание количественного и качественного подходов

Методы эмпирических исследований в социологии принято разделять на количественные и качественные.

Количественные методы могут быть охарактеризованы как <формализованные> и <массовые>. Под формализацией в данном случае понимается степень направленности методики на фиксацию строго определенного набора анализируемых переменных и количественное их измерение. Характерная особенность формализованных методических инструментов состоит в том, что в них исследуемые переменные заданы разработчиком заранее. Изменение этого набора переменных в ходе исследования, т.е. <подстройка> инструментария является невозможным. Высокая степень формализации количественных методик сочетается с их ориентацией на массовый сбор однотипных первичных данных и их статистическую обработку. К числу формализованных количественных методов социологического исследования относятся: статистика, анкеты с закрытыми вопросами, структурированное наблюдение, контент-анализ.

В противоположность количественным, качественные (неформализованные) методы ориентированы не на массовый сбор данных, а на достижение углубленного понимания исследуемых социальных явлений. Отсутствие формализации делает невозможным массовый охват обследуемых объектов, в результате чего число единиц обследования часто снижается до минимума. Отказ от широты охвата компенсируется "глубиной" исследования, т. е. детальным изучением социального явления в его целостности и непосредственной взаимосвязи с другими явлениями. К числу неформализованных методов относятся: включенное неструктурированное наблюдение, индивидуальное глубокое интервью и фокус-группы, так называемый <традиционный> анализ текстов, изучение личных документов (автобиографий, писем и др.).

Хотя с интуитивной точки зрения ясно, что названные группы методов взаимно дополняют друг друга, в истории социологии вопрос о характере этого взаимодополнения часто становился ареной острой идейной борьбы. В качестве примера можно указать, что классическая работа У.Томаса и Ф.Знанецкого Польский

крестьянин в Европе и Америке, основанная на материалах писем и дневников, после выхода в свет была подвергнута жесткой критике за ее «ненаучность». Для понимания сути возникавших споров целесообразно дать краткий исторический очерк этой проблемы.

Историческое взаимодействие количественной и качественной традиций

С исторической точки зрения обе названные традиции возникли практически одновременно. Первой крупной эмпирической работой, выполненной с позиций качественного подхода, принято считать работу французского исследователя Ф.Ле Пле, составившего монографическое описание трехсот семей, принадлежащих к различным слоям общества. Основными методами сбора информации были личные наблюдения и интервью. Книга Ле Пле, озаглавленная «Европейские рабочие», вышла в свет в 1855 г. Работа А.Кетле «Опыт социальной физики», положившая начало использованию эмпирических количественных данных для установления закономерностей социальных явлений, была издана двадцатью годами раньше, в 1835г.

Исторически количественная и качественная традиции в социальных науках частично сосуществовали в виде дополняющих друг друга групп исследовательских методов, а частично находились в состоянии «теоретического конфликта». Сравнительная популярность и научная значимость названных методов со времени их возникновения не были постоянными, скорее они были подвержены колебаниям наподобие маятника. Непосредственной причиной этих колебаний часто выступали значимые научные успехи, достигнутые в рамках той или иной исследовательской традиции. Другая, сравнительно автономная, но очень значимая причина состояла в изменениях методологических представлений о природе научного знания. Воздействие этих и других причин накладывалось друг на друга, образуя различные и неповторимые интеллектуальные комбинации, свойственные разным историческим эпохам.

В конце XIX и начале XX века эмпирическая социология в основном развивалась как качественная, а излюбленными методами исследований были анализ автобиографий, писем и дневников. Думается, что интерес к таким документам во многом вытекал из философских трудов по исследованию сознания, лежащих в основе возникновения теоретической социологии. Данная исследовательская традиция имела свои крупные успехи, включая достижения Чикагской школы по изучению причин преступности и уже упоминавшийся фундаментальный эмпирико-теоретический труд Томаса и Знанецкого.

Следующий период, условно датируемый 30 - 60-ми и отчасти 70-ми годами XX века, был периодом огромной популярности количественных методов. Причины перелома исследовательской традиции имели двойственную природу. С одной стороны, они были связаны с крупными успехами, достигнутыми в освоении и использовании метода массовых опросов в США в 20-е и 30-е годы. Вторая причина носила мировоззренческий характер и была связана с возникновением и доминированием в эту историческую эпоху позитивистских взглядов на природу научного знания.

Основные идеи логического позитивизма были разработаны в начале 30-х годов членами Венского логического кружка, куда входили известные философы и математики Мориц Шлик, Отто Нерайт, Рудольф Карнап. В своих построениях члены Венского кружка опирались на некоторые базовые построения «Логико-философского трактата» Людвига Витгенштейна (1921). Необходимо отметить, что

названные философы были глубокими и многогранными мыслителями, однако, их взгляды зачастую вульгаризировались.

Одно из ключевых положений логического позитивизма состояло в так называемом <принципе верификационизма>, согласно которому всякое научно осмысленное утверждение может быть сведено к совокупности так называемых <протокольных высказываний>, фиксирующих результаты <чистого опыта> и выступающих в качестве фундамента любого знания. Как следствие, верификационизм трактует процесс научного познания как процедуру эмпирической проверки фактов, лежащих в основе соответствующих утверждений.

Уже в конце 30-х годов концепция логического позитивизма претерпела кризис, поскольку было установлено, что реальный процесс научного познания не вписывается в ее рамки. В частности, к числу проблем, не решенных в рамках данной методологии, относится и проблема возникновения гипотез. Концентрируя внимание на процедурах верификации, логический позитивизм не дал удовлетворительного ответа на вопрос, как возникают содержательные гипотезы, требующие эмпирической проверки.

Хотя идеи логического позитивизма оказались уязвимыми для критики, в 30-е годы позитивистская система взглядов сделалась популярной в широких кругах научной интеллигенции. Идеи позитивизма оказали большое влияние на мировоззрение ученых в различных научных дисциплинах. Не избежала такого влияния и социология, в которой резко возрос интерес к проблемам эмпирической верификации научного знания, количественным аспектам эмпирических исследований и измерительным процедурам. В западной социологии той эпохи это уравновешивалось высоким интересом научного сообщества к теоретическим исследованиям, которые и выполняли роль генератора гипотез для эмпирических исследований. Однако в методических публикациях эта важная роль теории почти не акцентировалась, что приводило к изложению в них чисто позитивистской доктрины. Эта однобокость методических публикаций сыграла весьма негативную роль в развитии и мировой, и российской социологии, дезориентируя обучающихся и начинающих социологов.

Преобладание позитивистских и <количественных> взглядов на методологию и методику социологических исследований продолжалось до конца 60-х годов. В последующие годы мировоззренческое доминирование этой традиции стало подвергаться все более интенсивной критике. Источники этой критики вновь оказались двоякими: с одной стороны эмпирическими, а с другой - мировоззренческими.

Эмпирическим источником критики главенствующей в те годы исследовательской традиции явилась растущая неудовлетворенность социологов низкой научной содержательностью многих количественных исследований. Иллюстрацией этой неудовлетворенности может служить, например, следующее высказывание: <Не становится ли социология мелочной и ничтожной наукой, делающей легкие вещи, потому что здесь возможны точность, и обходящей трудные, так как они неопределенны? Социологические журналы заполняются описательными, а порой и бессмысленными статьями (о социологической структуре больницы, влиянии территориальной отдаленности на заключение браков, поведении музыкантов симфонического оркестра во время репетиции и т.п.). Социология, лишенная больших идей, смахивает на глухого, бормочущего ответы на вопросы, которых никто не задавал>. [43, с. 131-132]

Мировоззренческие причины изменения методологических взглядов на познавательные функции методов эмпирического исследования имели автономную природу и были связаны с возникновением новых гносеологических подходов к пониманию природы научного знания. Эпоха преобладания позитивистских взглядов

закончилась. В середине 80-х годов известный российский философ В.С.Швырев писал по этому поводу, что концепция научного знания, выдвинутая логическим позитивизмом, которая долгое время господствовала в западной философии науки, безусловно, принадлежит истории. Период ее наибольшего влияния приходится на 30 - 40-е годы, в 50-х годах начинается ее закат, а с начала 60-х годов стали набирать силу конкурирующие с ней течения, прежде всего последователей К.Поппера, существенно изменившие взгляды научного сообщества на проблему достижения научной <истины>.

Одновременно важные, хотя и неоднозначные, мировоззренческие изменения произошли в конце 60-х - начале 70-х годов и внутри социологической теории. Эти изменения были связаны с появлением новых теоретических направлений - феноменологической социологии и этнометодологии. Основателями этих направлений принято считать А.Шюца, Г.Гарфинкеля, А.Сикурела - безусловно, крупных мыслителей, авторов фундаментальных научных трудов. Углубленный интерес этих ученых к проблеме изучения человеческого сознания предопределил и выбор исследовательского инструментария, главным из которых стало индивидуальное глубокое интервью (в виде устных историй, автобиографий и др).

Появление трудов названных авторов произошло в определенном и весьма специфичном историческом контексте. Дело в том, что в конце 60-х гг. в западных университетах прокатилась волна студенческих революций, которые во многом разрушили прежнюю систему гуманитарного образования. Мода на леворадикальные идеи социалистического толка сочеталась тогда с ошельмовыванием классической социологической теории, основанной на структурно-функциональном подходе (последняя была объявлена <прислужницей буржуазного истеблишмента>). При этом участники движения идеологизировали феноменологическую социологию и использовали ее для борьбы со структурно-функциональной. В результате феноменологическое направление избежало идеологического остракизма, но в социологии возник теоретический дисбаланс, влияние которого, по нашему мнению, продолжается до сих пор.

Обеднение теоретического багажа вследствие леворадикального бунта привело к определенному упадку социологии как науки, о чем свидетельствует, в частности, следующее высказывание известного социолога Э.Гидденса, относящееся к началу 90-х годов: "Именно в тот момент, когда, казалось бы, крайне необходимы новаторские социальные исследования - в условиях глобального спада и далеко идущих социальных и культурных изменений, - в этот момент наблюдается интеллектуальный упадок социологии, уменьшается приток в нее свежих сил, увеличивается средний возраст преподавателей" [25, с. 57].

Особый исторический контекст возникновения феноменологической и этнометодологической школ наложил свой отпечаток и на анализ методической проблематики, который осуществлялся в их рамках. В исследовательском мировоззрении произошел значимый сдвиг в сторону повышения значимости качественных методов, однако, методологические вопросы часто обсуждались в весьма специфичном теоретическом и идеологическом контексте, связанном с критикой структурно-функциональной социологии [см., например, 73].

Тем не менее, общий сдвиг интереса социологов-эмпириков к качественным методам привел к значительному увеличению числа исследований, выполненных с позиций качественного подхода. Это, в свою очередь, стало стимулом повышения интереса к методическим проблемам как таковым, рассматриваемым вне рамок каких-либо теоретических или идеологических воззрений. Такая тенденция возобладала на Западе в конце 80-х и начале 90-х годов, когда было опубликовано значительное число методических работ, посвященных описанию качественных методов социологического исследования. Несомненными достоинствами этих

публикаций явились их ясность и практическая применимость. Недостатком является утрата методологической глубины рассмотрения методических проблем. Последнее обстоятельство, можно ожидать, в скором времени станет ограничителем развития методов эмпирического исследования, в связи с чем интерес к методологической проблематике, по-видимому, вновь будет расти.

Количественный и качественный подходы российской социологии

Особый исторический путь, пройденный Россией в XX столетии, не мог не наложить глубокого отпечатка на развитие и сегодняшнее ее гуманитарных наук, в том числе и социологию. Приведенный ниже краткий исторический очерк необходим для понимания той ситуации, которая сложилась в российской социологии к концу советского периода и в первое пост-советское десятилетие.

Российская школа теоретической социологии в XX веке возникала дважды, но оба раза гибла. Дореволюционная школа была представлена именами М.Ковалевского, Н.Кареева, Л.Петражицкого и других ученых, пришедших в нее из смежных гуманитарных дисциплин: философии, истории, теории права. По всем признакам, научная и педагогическая деятельность первых русских социологов была очень успешной. Немаловажно отметить, что русская социологическая школа весьма оперативно отслеживала появление новых фундаментальных работ в Западной Европе и издавала их переводы, многими из которых российские социологи пользуются и поныне.

Как известно, революция без остатка уничтожила русскую социологическую школу. Многие ее представители погибли, другие вынуждены были эмигрировать.

Второй исторический шанс рождения российской социологии представился в 60-е гг. Преемственность с дореволюционной школой была к этому времени полностью потеряна. За прошедшие десятилетия радикально изменился и мир, и мировая социология. В этих условиях первые социологи советской эпохи (в основном выходцы из философии, экономики и математики) естественным образом занялись изучением и переводом западных работ. В целом есть все основания сказать, что, с учетом исторической специфики рассматриваемого периода, отечественная социология тех лет взяла на удивление хороший старт, обусловленный в первую очередь притоком свежих интеллектуальных сил.

Изучение западной социологии шло как в теоретическом, так и в методическом направлениях. В теоретической области активность научного сообщества выразилась, в частности, в активной переводческой деятельности. За период с 1960 по 1970 гг. в России было издано около десяти переводных монографий и сборников по теоретической социологии, причем подбор книг следует признать очень удачным [9, 10, 98, 103, 104, 107, 108, 126, 129]. Эти издания представляли собой лишь видимую часть айсберга, поскольку в научном сообществе тех лет ходил обширный социологический "самиздат": переводы М.Вебера, Т.Парсонса, Р.Мертон и других классиков социологической мысли.

В области методологии и методики социологических исследований бесспорным научным лидером стал В.А.Ядов. С конца 60-х годов он активно выступал с лекциями по данной тематике, а в 1972 г. опубликовал известную книгу <Социологическое исследование: методология, программа, методы>, которая представляла собой хорошую для тех лет компиляцию западных учебников конца 50-х и начала 60-х годов. По своему содержанию книга В.А.Ядова представляла собой яркое воплощение позитивистского и количественного подхода, господствовавшего в те годы в западной социологии.

Как известно, <золотой период> российской социологии длился недолго. В 1972 году по приказу ЦК КПСС был осуществлен идеологический разгром Института конкретных социологических исследований АН СССР (ныне - Институт социологии РАН), исполненный по канонам сталинского разгрома биологии, с той лишь разницей, что никто из социологов не был арестован. Роль Лысенко сыграл в этой акции специалист по научному коммунизму из Свердловска М.Н.Руткевич, назначенный директором ИКСИ (ныне он член-корреспондент РАН, в 1988 году едва не стал академиком). В течение нескольких месяцев после назначения Руткевича из института уволились или были уволены практически все наиболее видные социологи того времени (вместе с сотрудниками их научных групп). Одно из первых деяний Руткевича в роли директора заключалось в уничтожении тиража сборника переводов "Структурно-функциональный анализ в современной социологии". Правда, отдельные экземпляры этого сборника успели попасть в Ленинскую и некоторые другие библиотеки.

Венцом деятельности "обновленного" состава ИСИ АН СССР под руководством М.Н.Руткевича и его приспешника Г.В.Осипова (при Руткевиче он был секретарем партийной организации института, а в 90-е годы сделался академиком РАН) можно считать "Рабочую книгу социолога" - толстую и очень плохо написанную монографию, несущую на себе отпечаток социальной атмосферы застойных брежневских лет. Ряд мест в этой монографии текстуально заимствован из книги В.А.Ядова, причем без ссылок (впрочем, во введении авторы выразили В.А.Ядову благодарность за участие в обсуждении макета книги). С сожалением следует признать, что дефицит методической литературы доньше вынуждает российских социологов обучаться по этому некачественному источнику.

Позднее М.Н.Руткевич был снят с должности директора института, однако вернуться к прежнему динамичному состоянию отечественная социология уже не смогла. Главная причина состояла, по-видимому, в том, что квалифицированные кадры были рассеяны, были лишены возможности преподавания и создания научных школ. Во второй половине 70-х и первой половине 80-х годов российская социология стала скучной наукой, интерес к ней в обществе резко упал.

Вполне очевидно, что последствия идеологического разгрома были крайне деструктивны для всех областей социологии. Вместе с тем, эти последствия не были одинаковы в разных областях. В отношении теории результат состоял в том, что зачатки теоретических школ, возникшие в конце 60-х годов, погибли, а теоретическая работа была свернута. Что же касается методологии и методики социологических исследований, то в этой области концепция В.А.Ядова сделалась официально признанной. Новые руководители Института социологических исследований, не обладая ни квалификацией, ни творческим воображением, заимствовали ядовскую методологию и искусственно законсервировали ее, прекратив все дискуссии на методологические темы. Научные кадры, которые могли творчески переосмыслить эту методологию, были разогнаны.

В последующие годы методологическая концепция В.А.Ядова, по сути, многократно воспроизводилась в многочисленных публикациях, не получив сколько-нибудь заметной содержательной проработки, что отражало общий процесс стагнации социологической мысли в СССР в 70-х и 80-х годах. Различные авторы в лучшем случае могли находить новые удачные словесные формулировки, дополнять или видоизменять указанный первоисточник, однако ни одной попытки осуществить крупный сдвиг в разработке методологических принципов проведения социологических исследований в те годы предпринято не было.

Методический и методологический застой, охвативший российскую социологию в 70-е, 80-е и первой половине 90-х годов, крайне негативно сказался на научной

результативности проводившихся в те годы исследований. Конкретный анализ последствий этого застоя будет дан нами ниже.

Специфические условия развития отечественной социологии привели к тому, что количественные и позитивистские методологические идеи были освоены российским научным сообществом уже на <излете> их существования, а новые подходы не были своевременно изучены из-за воцарившегося застоя и идеологического прессинга. Позитивистская методологическая эпоха неоправданно затянулась в России почти на три десятилетия.

В 90-е годы господство количественной традиции было преодолено, но только на практическом уровне. Источником этих изменений была не академическая, а прикладная социология. Первыми российскими социологами, которые еще в конце 80-х годов пренебрегли господствовавшей количественной традицией и начали активно использовать качественные методы - глубокое интервью и фокус-группы - для проведения исследований по коммерческим заказам, были Игорь Минтусов и Маша Волькенштейн (вскоре они стали руководителями известных консалтинговых фирм <Никколо М> и <Валидата>). Позднее к этому направлению присоединились и другие исследователи, работающие на рынке консалтинговых услуг.

Во второй половине 90-х годов названные методы качественного исследования получили в России весьма широкое распространение в маркетинге, рекламе и политическом консультировании. Пришли они и в сферу академических исследований. Однако методологические основы социологических исследований не были адекватно пересмотрены. В результате позитивистский подход, описанный В.А.Ядовым в его книге, которая была опубликована три десятилетия назад и базируется на зарубежных источниках полувековой давности, продолжает оставаться основой для методологического обучения российских социологов.

Тридцатилетнее (продолжающееся поныне) господство позитивистской методологии в отечественной социологии является тем более неоправданным, что все эти годы в нашей стране существовала и активно работала сильная школа философии науки, представленная такими известными учеными, как В.С.Швырев, Э.Г.Юдин, М.К.Петров другие. Представители этой школы прекрасно ориентировались в современных западных концепциях и во всех отношениях шли в ногу со временем. За указанное двадцатилетие они опубликовали большое число научных работ, в том числе не менее двенадцати крупных переводных монографий и сборников переводов научных трудов, воспитали целое поколение грамотных научных кадров. Сотрудничество социологов с названной школой могло бы быть очень продуктивным, и если оно не состоялось, то только потому, что в начале 70-х годов российская академическая социология была разгромлена. В результате сложилась парадоксальная ситуация, при которой устаревшие позитивистские взгляды занимают в системе российской социологического образования не просто доминирующее, а абсолютно монопольное положение, хотя для представителей смежных научных дисциплин несостоятельность этих взглядов есть очевидный и даже банальный факт.

Преодолеть эту застойную ситуацию будет очень непросто, поскольку уже несколько поколений социологов были воспитаны в рамках указанной неадекватной методологии и воспринимают ее как естественную. Все же автор надеется, что данная книга, несмотря на ее недостатки, будет способствовать оживлению методологической дискуссии.

Для содержательного рассмотрения названных выше проблем следует подробно остановиться на описании позитивистских и пост-позитивистских взглядов на функциональную структуру научного исследования.

Позитивистская методология и ее ограничения

Влияние методологии на исследовательский процесс

Методологией обычно называют рефлексивное описание принципов научного исследования, то есть своего рода "самосознание" научной деятельности. В учебниках и научных трудах обычно пишут о позитивной роли методологии для исследовательского процесса. С нашей точки зрения, влияние методологии не следует оценивать столь однозначно, поскольку неадекватная методология может оказывать сильное деструктивное влияние на научную деятельность.

В науке, как и во всякой другой человеческой деятельности, обыденное знание занятых этой деятельностью людей взаимодействует и конкурирует с научным (систематизированным и рефлексивным) знанием этого же предмета. Практически работающие ученые, занятые в той или иной сфере науки, руководствуются в своей деятельности определенными (не всегда ясно выраженными) представлениями о целях познания, природе научного знания, критериях верификации и иными гносеологическими постулатами, образующими "неявную" или "обыденную" методологию (И.Лакатос называл ее <обыденной научной мудростью>). Наряду с этим, по причинам как мировоззренческого характера, так и внутренних потребностей науки в рефлексивном описании гносеологических оснований познавательной деятельности, неявные методологические взгляды ученых подвергаются систематической проработке. Результатом такого процесса является формирование развитых гносеологических концепций, или теорий познания.

Говоря упрощенно, рефлексивное описание методологии научного исследования в гносеологических концепциях может быть "адекватным" либо "неадекватным" тем методологическим принципам, которыми ученые реально руководствуются в своей деятельности. <Неадекватные> характеризуются тем, что вступают в осознаваемый или не осознаваемый логический конфликт с упомянутой выше обыденной научной мудростью. Воздействие таких теорий познания на научную деятельность неоднозначно. На реально работающих, "сложившихся", принадлежащих сильным научным школам, ученых указанные концепции действуют, по-видимому, слабо, так как такие ученые либо игнорируют эти концепции, либо воспринимают их на декларативном уровне, руководствуясь в своей деятельности иными, слабо отрефлексированными принципами. В качестве примера можно указать, что официально провозглашавшаяся методология диалектического материализма не помешала советским ученым-ядерщикам создать атомную бомбу, хотя многие из них искренне верили в истинность этого учения.

Иное, намного более сильное, воздействие подобные методологические концепции могут оказать на начинающих ученых и на формирующиеся научные направления, которые в процессе своей деятельности еще не успели создать развитую собственную методологию, способную противостоять неадекватному методологическому давлению извне. В этом случае методологические принципы, усвоенные в процессе обучения, способны существенно деформировать стиль научного мышления, искажая и выхолащивая результаты исследовательской деятельности, а также препятствуя формированию эффективно работающих научных школ. Именно такое положение создалось, по нашему мнению, в российской социологии советской эпохи.

Источник возникновения неадекватных методологических концепций видится прежде всего в том, что сфера науки объединяет в себе большое число разнородных интеллектуальных дисциплин, обладающих собственной логикой развития и собственными обыденными методологиями. В связи с этим проблематичен вопрос о том, в какой мере может быть создана единая методология науки, адекватная

одновременно всему спектру научных дисциплин. Интеллектуальная деятельность во всех научных дисциплинах имеет, по-видимому, много общего, но и различия также не должны сбрасываться со счета. Эти различия часто не учитываются авторами методологических концепций, стремившимися распространить их на науку в целом.

Таким образом, причина возникновения неадекватных методологий видится в своего рода "методологических интервенциях", т. е. попытках неправомерного перенесения методологических рефлексий, адекватных, возможно, тем узким предметным областям, в которых они зародились, на иные, непохожие на них научные ситуации и предметные области. Систематическое описание таких интервенций выходит за рамки данной работы. Для нас важно отметить, что источником этих интервенций часто являлись так называемые "точные" науки (математика, физика, отчасти даже технология), а излюбленным объектом экспансии - социальные науки (психология, социология, экономика). Описанная выше позитивистская экспансия была ярким, но далеко не единичным примером подобных интервенций.

Результаты внешних методологических интервенций не следует оценивать однозначно негативно. Распространяясь по науке, они во многих областях вызвали реакцию отторжения в силу своей явной неадекватности. Вместе с тем время от времени находились порой весьма неожиданные предметные сферы, свойства объектов которых оказывались в чем-то сродни свойствам физических и математических объектов. В этих удачных случаях позитивистские и технократические методологии индуцировали быстрый рост новых и перспективных научных направлений: социальная статистика, бихевиоризм и др. Однако претензии на универсальность этих методологий и свойственная им амбициозность были ни в коем случае не обоснованы. Правда, подобные притязания не всегда причиняли вред: те области науки, которые обладали развитым теоретическим и методологическим аппаратом, сравнительно легко отбивали "атаку". Лишь в тех случаях, когда методологический "иммунитет" той или иной научной области (или научного сообщества) по каким-то причинам не вырабатывался или был ослаблен, вторжение неадекватной методологии могло нарушить естественный ход формирования теоретико-методологических школ.

Явления такого рода не следует, конечно, драматизировать, поскольку в нормально функционирующих научных сообществах влияние неадекватных методологий с течением времени всегда преодолевается, причем осмысление полученного опыта в конечном счете укрепляет научную дисциплину и способствует развитию ее "иммунной системы". Намного более разрушительное воздействие подобные интервенции оказывают на науки, развивающиеся в условиях авторитарного государства, где существует возможность административно насаждать одни научные направления и запрещать (либо просто лишать поддержки) другие. История российской науки знает немало примеров, когда бесперспективные, а порой и антинаучные взгляды становились официальной точкой зрения, надолго блокируя процесс ее развития.

Позитивизм в социологии и причины его неадекватности

Рассмотрим конкретно, в чем состоит неадекватность методологии позитивизма в той трактовке, которую она получила в книге В.А.Ядова и его последователей.

Анализ методологической концепции В.А.Ядова требует некоторых предварительных пояснений. Как известно, в советские времена все публикации, особенно в сфере общественных наук, подвергались идеологической цензуре. Адаптация публикаций к цензурным требованиям часто приводила к различным смысловым и терминологическим искажениям, с которыми приходилось мириться

как с неизбежным злом. В частности, наличие цензурных требований приводило к тому, что названия глав и параграфов учебников по социологии советского периода не соответствовали их действительному содержанию. Главы, в названии которых фигурировало слово "методология", посвящались описанию так называемой марксистско-ленинской методологии. Эти разделы были данью официальной идеологии, и никакого иного смысла не содержали. Вред такого положения заключался в том, что слово "методология" в публикациях советского периода оказалось прочно сцеплено с идеологическим контекстом и потому реальную научную нагрузку нести уже не могло.

В результате сложилась ситуация, когда собственно методологические проблемы стали излагаться в методических главах, посвященных описанию программы социологического исследования. При этом невозможность пользоваться адекватной терминологией снизила уровень методологической рефлексии и существенно затруднила процесс научного обсуждения этих проблем. Многие ключевые методологические посылки излагаются в текстах как бы неявно, поэтому обсуждение этих посылок требует их предварительного извлечения из контекста.

Изложим путем цитирования обоснование и принципы разработки программы социологического исследования, ориентируясь при этом на общеизвестные методические источники (работу В.А.Ядова и его последователей).

Описание программы исследования как методического этапа в отечественных учебниках обычно включает в себя следующие основные элементы: а) описание программы и составляющих ее разделов; б) тезис о необходимости теоретического обоснования программы; в) формулирование принципа, что целью эмпирического исследования является проверка гипотез; г) указание на нежелательность проведения беспрограммных исследований.

А. Что такое программа исследования

1. <Важным показателем высокой методологической культуры исследования является его четкая структурированность, т. е. Выделение в нем таких элементов, как общие и частные задачи, гипотезы, методы и пр., а также увязка этих элементов друг с другом> [65, с. 145].

2. <Программа - это особый вид описания исследования на стадии его планирования, направленный на упорядочение внутренней структуры и внешних связей исследования с целью повышения его научно-организационной эффективности. Функции программы имеют двойкий характер: научно-познавательный и научно-организационный> [65, с. 147-148].

3. <Программа исследования - это изложение его теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для их проверки. Программа включает в себя методологический и процедурный разделы и дополняется рабочим планом> [132, с. 35].

4. <Построение программы исследования - это изложение логики и методов анализа объекта соответственно решаемым задачам. Программа - теоретический документ, отвечающий ряду необходимых требований, все части которого связаны в единое целое. Программа должна четко отвечать на вопрос: на решение какой проблемы и на получение какого результата ориентируется данное исследование> [86, с. 125, 129].

Б. Теоретическое обоснование программы. (Вводится тезис о теоретическом характере научного знания)

5. <Судьба социологического исследования, значимость его теоретических и практических результатов зависят от его теоретического обоснования, удачного выбора рабочих гипотез и системы эмпирических показателей. Плохо обоснованное,

с теоретической точки зрения, исследование приводит к ничтожным теоретическим выводам, неэффективным практическим результатам и часто совершенно не оправдывает значительных материальных ресурсов, затрачиваемых на его проведение. Направляющее воздействие исходных теоретических положений в социологическом исследовании проявляется в постановке целей и задач исследования, а также в выборе методов и процедур по сбору и обработке информации» [86, с. 125].

6. <Чтобы быть плодотворным, исследование должно быть направленным, а это может быть только тогда, когда оно основано на достаточно точных теоретических моделях. Создание теоретических моделей для направленности эмпирического исследования является, вероятно, самой трудной фазой всего социологического исследования» [169, с. 109].

7. <Направляющее воздействие исходных теоретических положений в социологическом исследовании проявляется в постановке целей и задач исследования, а также в выборе методов и процедур по сбору и обработке информации» [86, с. 125].

В. Выдвижение и проверка гипотез

8. <Социологическое исследование, как правило, начинается с выдвижения гипотезы» [23, с. 142].

9. <Гипотеза - это главный методологический инструмент, организующий весь процесс исследования и подчиняющий его внутренней логике. В социологическом исследовании гипотезы - это обоснованные предположения о структуре социальных объектов, характере связей между изучаемыми социальными явлениями и возможных подходах к решению социальных проблем» [132, с. 52].

10. <Основная функция гипотез состоит в проверке тех зависимостей, которые включены в теоретическую схему объекта» [65, с. 174].

11. <Основная задача сбора информации - обеспечить подтверждение (верификацию) рабочих гипотез или их неподтверждение (фальсификацию). Этой основной задаче и должен быть подчинен план сбора информации» [23, с. 143].

12. <Основная гипотеза исследования обычно состоит из достаточно общих категорий. В связи с этим к ней неприменим аппарат проверки статистических гипотез. Чтобы перейти к использованию этого аппарата, необходимо наряду с выдвижением основной гипотезы разработать комплекс частных рабочих гипотез. Редукция понятий, входящих в основную гипотезу, завершает подготовительную, теоретическую стадию исследования, а вслед за ней идет стадия техническая, центральным моментом которой является сбор информации, а начальным этапом - разработка инструментария» [23, с. 142-143].

Г. Последствия беспрограммного проведения исследований. (Дается ответ на вопрос, что будет, если социолог начнет проводить исследование без программы)

13. <Разумеется, даже если нет письменной программы, ученый всегда работает по более или менее четко осознанному структурированному плану, который и играет организующую роль. Но при изучении сложных социальных объектов, когда приходится учитывать многочисленные связи образующих их элементов, использовать различные подходы к их описанию и разные методы, такого рода "внутренние" планы становятся недостаточными» [65, с. 148].

14. <Беспрограммное исследование напоминает поиск методом проб и ошибок: расход энергии часто не оправдывает познавательный эффект. В ходе исследования обнаруживается, что понятия не "покрываются" исследовательскими данными, при отсутствии гипотез неясно, как обрабатывать материал. Попытки выяснить эти вопросы на стадии анализа уже собранных данных приводят к разочарованиям: материал был собран не полностью, выборка не удовлетворяет

задачам работы, получены ответы не на те вопросы, которые планировались вначале. В конце работы исследователи приходят к выводу, что теперь они проделали бы все это совершенно иначе» [132, с. 68].

15. <Интуитивный набросок программы, несколько смутных идей о целях исследования и характере нужного эмпирического материала не могут заменить строгую обоснованность всех исходных посылок и правил процедуры» [132, с. 75].

Приведенные выше методические выдержки вырисовывают определенную систему взглядов, или концепцию социолога-эмпирика о том, что является социологическим исследованием, каковы цели социологии и каков методический аппарат их достижения. Как и во всякой концепции, наличие в ней ряда детально проработанных элементов ("ядро" или "фокус" концепции) сочетается со слабо проработанными элементами, образующими ее "периферию". За пределами концепции остается ряд неформулируемых постулатов, образующих границы ее применимости. В принципе наличие в любой концепции непроработанных элементов и неявных предпосылок представляет нормальное явление. Однако монопольное положение данной концепции и вытекающее из этого отсутствие взаимодействия с другими системами взглядов породило, во-первых, ее стагнацию, и во-вторых, иллюзию полноты и универсальности. Указанная иллюзия создала в методологическом сознании социологов существенный крен в сторону количественной ориентации, результатом которого стало снижение содержательности эмпирических исследований.

Изначально основной пафос изложенной выше методической концепции заключался, по-видимому, в следующем. Массовый опрос - это трудоемкая процедура, требующая для своего осуществления больших затрат времени и ресурсов. Уже по одной этой причине нельзя проводить такие опросы частыми итерациями, корректируя инструментарий непосредственно в ходе полевых исследований. Кроме того, в социологии действуют определенные этические принципы. Проведение массовых опросов базируется на том, что в обществе имеется определенный ресурс доверия и готовности сотрудничать с социологами. Частые и безответственные опросы истощают этот ресурс и подрывают основу для использования данного метода в будущем. Особенно резко истощение ресурса происходит в тех случаях, когда исследователь вследствие допущенных им методических ошибок пытается осуществить повторное анкетирование среди той же совокупности опрашиваемых (подобные случаи имели место на практике). Во избежание бессмысленной траты средств и расходования ресурса готовности общества участвовать в опросах авторы рассматриваемой методической концепции сформулировали следующие принципы:

1. При подготовке исследования необходимо тщательно рефлексировать его цели и гипотезы. Безответственно проводить массовое обследование исходя из неотрефлексированных, смутных и противоречивых представлений.

2. Необходимо не допускать методических ошибок при разработке инструментария и сбора информации. Методический аппарат массовых опросов отработан несколькими поколениями социологов, и во многих отношениях доведен до совершенства. Недопустимо игнорировать этот опыт и обучаться заново методом "проб и ошибок".

Указанные принципы выглядят, однако, неполными, поскольку в них отсутствует гносеологическое обоснование, то есть ответ на вопрос о научных целях социологических исследований. Для обоснования познавательной значимости исследований и заполнения логической брешки в вопросе о том, откуда берутся подлежащие проверке теории и гипотезы, в рассматриваемую методическую концепцию были включены следующие методологические положения:

1. Позитивистский тезис о том, что целью исследования является подтверждение либо опровержение гипотез, и что этот процесс сам по себе обеспечивает рост научного знания (см. цитату № 11, где это сказано особенно ясно). В точном соответствии с позитивистской методологией эмпирический критерий проверки гипотез объявляется единственным критерием правильности теории, а правильность теории - единственным критерием ее научной значимости. Как следствие, процесс формирования теорий выглядит стохастичным, поскольку иное не оговаривается. Это означает, что до стадии окончательной проверки все "правдоподобные" гипотезы равнозначны и имеют одинаковое право на существование. Прошедшие проверку гипотезы получают статус "истинных" и также обладают равной значимостью друг с другом. Проблема различия научной значимости гипотез в зависимости от их проблемной фокусировки в рамках данной системы взглядов не рассматривается[1].

2. Упрощенный интуитивистский тезис о том, что процесс формирования теоретического знания и гипотез - это индивидуальный психологический акт, плохо поддающийся рефлексии. Характерно высказывание по этому поводу В.А.Ядова в первом издании его книги: "Логика научного исследования предлагает нам аппарат, объясняющий способы проверки гипотез, приемы их развертывания в систему проверяемых предположений. Но источники формирования гипотез таятся в интеллектуальных механизмах, которые изучены далеко недостаточно. Исходные посылки социологических гипотез черпаются где-то на грани между *ограниченными* и *бессистемными*[2] наблюдениями реальных событий и системой объяснения этих событий в понятиях имеющейся социологической теории" [131, с. 63]. Следствием данного интуитивистского тезиса является вывод о принципиальной невозможности сформулировать методические рекомендации по разработке теорий. Тезис о спонтанном психологическом механизме выдвижения гипотез на основе бессистемных наблюдений, по сути, равнозначен тезису о стохастическом их возникновении и теоретическом равноправии.

3. Наконец, неявно предполагается, что в социологии метод количественного опроса является если не единственным, то основным средством проверки гипотез. Проверка гипотез мыслится исключительно как статистическая процедура. Отсюда следует, что все социологические исследования обязательно должны включать в себя этап количественного опроса, а прочие этапы и прочие исследовательские методы являются вспомогательными по отношению к нему. Кратко это можно сформулировать в виде тезиса: социологическое исследование - это количественный опрос плюс некоторые дополняющие его методы.

Проведенный выше анализ показывает, что при разработке методических принципов социологических исследований первоначальные технические рекомендации по проведению массовых опросов были построены определенными гносеологическими постулатами и получившийся "гибрид" занял место методологической концепции социологического исследования. Эта концепция сфокусирована на детальном рассмотрении этапов исследования, непосредственно предшествующих массовому опросу. Предлагается следующая схема: из теории выводятся гипотезы, из которых затем дедуктивным методом формируются рабочие гипотезы (гипотезы-следствия), далее идут этапы операционализации основных понятий, разработки инструментария, пилотажного исследования, за которым следует массовый опрос. Чем дальше мы продвигаемся по оси "теория - массовый опрос" в сторону опроса, тем более детальными и конкретными становятся рекомендации и методические указания. Напротив, при движении по этой же оси в обратном направлении рекомендации становятся все более туманными. Сами вопросы разработки теорий оставлены за пределами рассмотрения. О них говорится лишь, что это "самый

ответственный" и "самый трудный" этап социологического исследования (см. цитату № 6).

Внимательное рассмотрение описанных выше взаимоотношений между теорией, гипотезами и доказательством приводит к своего рода тавтологии. В самом деле, в чем состоит в рамках рассматриваемой системы взглядов различие между теорией и гипотезой? Гипотеза, или совокупность взаимосвязанных гипотез - это и есть нуждающаяся в доказательстве теория. Сказанное можно записать в виде формулы:

правильные + методика = доказанная
гипотезы доказательства теория

Приведенная выше формула выявляет одно фундаментальное противоречие, свойственное описанной выше методологической схеме. Это противоречие состоит в том, что главной целью научного исследования в рамках данной методологии считается эмпирическая проверка гипотез, однако, вопрос об источниках возникновения этих гипотез не рассматривается. В связи с этим возникает проблема: если гипотезы формируются как априорные, то это противоречит постулату об эмпирическом характере научного знания, а если природа гипотез является эмпирической, то неясен ни механизм возникновения, ни методика, пригодная для их извлечения из эмпирического "поля".

Призыв конструировать гипотезы фактически означает: разрабатывать теорию до ее эмпирической проверки. Получается тавтология: чтобы создать теорию, надо сначала ее создать, а потом проверить. Как же в таком случае ее создавать? Ответ В.А.Ядова: "ограниченными и бессистемными наблюдениями" вряд ли может кого-то удовлетворить[3].

Достраивание методических принципов проведения массовых опросов описанными выше гносеологическими (в основном позитивистскими) постулатами произошло, по-видимому, по следующей причине. В методической литературе мало где оговаривается тот факт, что репрезентативные массовые опросы возникли и используются в западных странах главным образом как инструмент прикладных исследований в сфере политики и маркетинга. В политической сфере массовые опросы используются в основном для измерения рейтингов и определения мнений населения по вопросам текущей политики. В маркетинговых исследованиях главными целями являются определение емкости рынка по конкретным видам товаров, оценка эффективности рекламы и иных аналогичных проблем. Именно в этих сферах метод массового опроса прошел период своего становления и завоевал высокую популярность. В противоположность этому в научно-поисковых исследованиях эффективность метода массовых опросов далеко не очевидна. Не только в теоретических, но и во многих эмпирических работах, получивших мировую известность, метод количественного опроса либо вообще не применялся, либо применялся в сочетании с другими методами[4], и практически нигде не играл такой ведущей и абсолютно доминирующей роли, как это имело место в российских исследованиях. Что же касается текущих исследований (не оставивших заметного следа в истории социологической мысли), то в них, как на Западе, так и в нашей стране, часто фигурировали малоинтересные и бессодержательные результаты. "Унылый эмпиризм" этих исследований неоднократно подвергался критике со стороны социологов (см. приведенную выше цитату о <мелочности и ничтожности> таких исследований).[5]

Возведение технических принципов подготовки и проведения массовых опросов в ранг познавательной концепции оказало существенное влияние на практику отечественных социологических исследований. Гносеологическая неполнота представлений о конечных целях научной деятельности сдвинула социологию в сторону количественных методов исследования в ущерб методам, ориентированным на достижение качественного понимания исследуемых проблем. Тезис о том, что

доказательство - это главная цель исследования, строго говоря, означает: задача социолога сводится к тому, чтобы что-то доказать, по сути неважно что. Это напоминает известное изречение о том, что "некогда думать, трясти надо".

Примат доказательства в методологическом мышлении привел к тому, что из научных исследований исчезли идеи и теории как таковые, и в результате стало нечего доказывать. Принятие описанной выше ориентированной на доказательство методологической концепции в качестве руководства к действию привело к утрате более широкого познавательного контекста, придающего смысл и обоснование исследовательскому процессу. В частности, в указанной концепции полностью отсутствуют какие-либо положения о природе научного знания, проблеме его роста и обновления, формировании теоретического образа проблемной ситуации и исследуемого объекта. Не был поставлен "основной вопрос" методологии социального исследования, который может быть сформулирован следующим образом: как отличить концепции или гипотезы, заслуживающие логического развития и эмпирической проверки от концепций и гипотез, этого не заслуживающих? Иными словами, как формировать такие концепции, которые обеспечивают прогресс научного знания?

Отказ от рассмотрения этих проблем со ссылкой на иррациональный характер научного творчества и невозможность его алгоритмизации представляется нам формой уклонения от рассмотрения этих трудных вопросов. Элементы "неартикулируемого" (неалгоритмизованного, неотрефлексированного) знания существуют во всех сферах человеческой деятельности [81, с. 129]. Не подлежит сомнению, что удельный вес таких элементов знания ("искусство", навык, интуиция и т.п.) весьма значителен в методических алгоритмах, используемых на всех этапах исследования, включая не только разработку теории и выдвижение гипотез, но и операционализацию понятий, разработку вопросников, технику опроса, и даже "технология" формирования выборки. Тот факт, что доля неартикулированного знания в алгоритмах разработки теорий и гипотез, по-видимому, более велика, не отменяет необходимости рефлексивного изучения этих алгоритмов и опоры на них в исследовательской практике.

Чтобы служить руководством к действию, эффективным средством обучения молодых социологов и средством воспроизводства профессиональной культуры эмпирической социологии, гносеологическая концепция социологического исследования должна адекватно отражать реальный ход исследовательских процессов. Под исследовательскими процессами в данном случае понимается не вся совокупность эмпирических исследований, а те из них, которые могут быть названы "успешными", т. е. давшие значимые научные результаты, оказавшими реальное воздействие на динамику научных представлений. Лишь после составления такого рефлексивного описания методологические принципы проведения социального исследования могут быть рассмотрены заново и необходимым образом скорректированы.

О пост-позитивистских взглядах на природу научного знания

Как уже было сказано выше, наиболее крупным мыслителем, осуществившим переход от позитивизма к более современной системе методологических взглядов, был К.Поппер, ставший основателем научной школы пост-позитивизма. К числу наиболее видных представителей этой школы относятся И.Лакатос, С.Тулмин, П.Фейерабенд и др. К этому же направлению следует причислить и биолога К.Лоренца, известного, в том числе, и своими методологическими трудами.

Следует отметить, что в теоретической социологии существует и собственная методологическая традиция, не связанная с позитивизмом. Многие крупные социологи, среди которых можно назвать М.Вебера, Ф.Знанецкого, Т.Парсонса и других, были одновременно и крупными методологами. В частности, до сих пор мало кто обращал внимание на то, что У.Томас и Ф.Знанецкий в методологическом введении к работе "Польский крестьянин в Европе и Америке" предвосхитили многие выводы К.Поппера.

В числе методологов, работающих в области социальных наук, следует назвать социального психолога Д.Кембелла, на работы которого ниже будут даны ссылки.

В данной главе будут изложены пост-позитивистский методологические взгляды применительно к науке вообще, а в следующей - связанные с этими взглядами аспекты, значимые для рассмотрения вопроса о научных функциях количественных и качественных методов исследования.

Синтетическая природа научного знания

Пост-позитивистские взгляды на природу научного знания, являясь продолжением кантианской философской традиции, основываются на том, что теория и эмпирические исследования представляют собой относительно автономные и <равноправные> сферы, взаимодействующие друг с другом.

Анализ роли теории в естественных и социальных науках следует начать с констатации того, что, вопреки распространенному мнению, эти науки не являются эмпирическими. Позитивистское мнение о том, что источник научного знания коренится исключительно в эмпирической действительности, опыте или практике, является неверным. К сожалению, благодаря стараниям советских обществоведов, этот неверный постулат укоренился в нашей стране не только в массовом сознании, которому он не приносит особого вреда, но и в профессиональной субкультуре социологов, что влечет за собой самые деструктивные для этой науки последствия.

Согласно И.Канту, все виды знания можно разделить на эмпирические и априорные. Эмпирический тип знания следует, по-видимому, определить как знание, содержащее некие фактологические констатации, но не содержащие их трактовок. Примером знания такого рода могут служить используемые конструкторами и технологами таблицы сопротивляемости материалов к механическим воздействиям (ударам, статическим нагрузкам и др.). Эти знания являются эмпирическими в том смысле, что они, как правило, получаются чисто опытным путем без изучения механизмов разрушения материала под действием механической нагрузки.

Сходный тип знания (скорее технологического, чем научного) может продуцироваться и социологией, например, при замерах рейтингов политических деятелей, если эти замеры не сопровождаются содержательным теоретическим анализом и включением в эмпирический инструментальный концептуально значимых переменных, вытекающих из этого анализа.

Тип знания, противоположный эмпирическому, является априорным, т.е. полученным до и независимо от опыта. Примером такого знания являются неевклидовы геометрии. Если возникновение классической евклидовой геометрии можно, по-видимому, связать с эмпирическими наблюдениями за свойствами геометрических фигур в процессе различных видов практической деятельности (раздел земельных участков, строительство и т.п.), то неевклидовы геометрии, по крайней мере, в момент их возникновения, представляли собой чистый продукт ума, не имеющий никаких аналогов в эмпирической действительности. Попытка физиков применить концептуальный аппарат неевклидовых геометрий к описанию физических объектов микро- и макромира были предприняты десятилетия спустя после смерти создателей этих априорных схем.

Итак, все виды знания, а вслед за ними и все научные дисциплины, а также входящие в их состав частные научные направления, можно расположить на идеально-типической шкале, на одном полюсе которой будут располагаться науки чисто или в значительной степени априорные, а на другом - чисто или в значительной степени эмпирические. Примером первых, как уже говорилось, можно считать неевклидовы геометрии и некоторые другие отрасли математики. К числу вторых можно отнести, в частности, фармакологию, науку о лекарствах. Известно, что до настоящего времени поиск новых лекарств ведется в значительной степени эмпирическим путем, т.е. методом проб и ошибок. Точные биохимические механизмы действия многих широко распространенных лекарств до сих пор неизвестны, или известны весьма приблизительно. Такой путь развития науки можно в каком-то смысле охарактеризовать как экстенсивный. Большие объемы "добычи" эмпирического материала служат в этом случае компенсатором слабости теоретической базы. В науке, как и в экономике, экстенсивный способ развития имеет свои преимущества и недостатки. При отсутствии теоретических заделов экстенсивный сбор эмпирических данных может способствовать решению той или иной практической проблемы. Этот путь имеет, однако, свои пределы. Примером тому является продолжающийся поиск лекарств для борьбы со СПИДом. Ныне единодушное мнение специалистов в этой области сводится к тому, что решение данной проблемы невозможно без мобилизации теоретического ресурса науки и углубления фундаментального знания о механизмах функционирования иммунных систем.

Науки, находящиеся в промежутке между априорным и эмпирическим полюсами, следуя терминологии И.Канта, должны быть охарактеризованы как синтетические. К их числу относится основной массив научных дисциплин, включая естественные и социальные науки.

По Канту, источником априорного компонента синтетического знания является единство трансцендентальной апперцепции, иными словами, единство восприятия людьми внешнего мира, которое базируется на априорных формах чувственности (пространство и время) и рассудка (причина, необходимость и т.д.).

Современная философия науки сохраняет представление о научном знании как о синтетическом, хотя трактовки этого термина со времен Канта во многом изменились. Не вдаваясь в подробный анализ, подчеркнем один из аспектов этой проблемы, впервые рассмотренный К.Мангеймом и емко сформулированный его последователем М.Адлером: "Социальное составляет априорное начало в индивидуальном сознании". Хотя данная формулировка относится, по-видимому, главным образом к обыденному сознанию, она может быть распространена и на научное знание, в котором роль "социального" выполняют научные труды предшественников, т.е. выработанный соответствующей научной субкультурой концептуальный и понятийный аппарат. Научные достижения рассматриваются, таким образом, не как продукт познавательной деятельности отдельного субъекта, а как элемент интеллектуальной традиции, априорной для каждого конкретного индивида и для каждого последующего поколения ученых.

Существование в науке фактора интеллектуальной преемственности означает, что ни один ученый никогда не работает как чистый эмпирик, но всегда рассматривает изучаемую действительность сквозь призму выработанного его предшественниками теоретического и понятийного аппарата. Не зная теории, т.е. будучи профессионально необразованным, исследователь вольно или невольно скатывается на уровень обыденного сознания и "берет старт" с него. В физике, науке с многовековой историей, старт исследования с уровня обыденного сознания заведомо обречен на провал, о чем свидетельствуют многочисленные труды дилетантов. В более молодой науке социологии значимый научный результат при

благоприятных условиях, может быть, и имеет шанс "самозародиться" из обыденных представлений в ходе эмпирического исследования, но в любом случае этот путь крайне неэффективен. При этом важно отметить, что такое "самозарождение" возможно при использовании гибких качественных методов как самостоятельных или в сочетании с количественными, но крайне затруднено при использовании только количественных.

Теория как образ и как логическая система

Итак, научное знание по своей природе является синтетическим и представляет собой своего рода сплав эмпирических данных и понятийно-дедуктивных логических конструкций. Одним из источников формирования логико-дедуктивной компоненты знания является исторически сложившийся (и в этом смысле априорный для каждого последующего поколения исследователей) понятийный и концептуальный аппарат. Вторым источником является индивидуальные познавательные способности каждого отдельного человека.

Согласно К.Попперу, научное знание следует называть синтетическим, в частности, потому, что наблюдаемая эмпирическая действительность всегда сложна, многозначна и вместе с тем неполна. Уже по одной этой причине научная теория не может рассматриваться как детерминированное отображение эмпирических данных. Объяснительные концепции опираются, конечно, на наблюдаемые явления, но они ни в коем случае не сводятся к ним, а представляют собой синтез наблюдений и творческого воображения исследователя. Такое понимание познавательного процесса получило название гештальт-эпистемологии, уподобляющей механизм создания научной теории формированию целостного когнитивного образа в условиях неполной информации.

Иллюстрацией такого механизма может служить теория биологической эволюции Ч.Дарвина. Эту теорию нельзя назвать чисто эмпирической хотя бы потому, что Дарвин не жил в предшествующие геологические эпохи и лично не наблюдал процесс эволюции. То, что он реально наблюдал, есть своего рода "проекция" результатов эволюции на сегодняшнее многообразие биологических видов. Суть теории заключается, следовательно, в попытке, глядя на эмпирическую проекцию явления, силой воображения реконструировать само явление, которое в данном случае в принципе не наблюдаемо. Этот пример демонстрирует, по-видимому, универсальный механизм формирования научных теорий, будь то теория относительности А.Эйнштейна, общая теория денег, занятости и процента Д.Кейнса, общая теория неврозов З.Фрейда и др.

Для дальнейшего важно подчеркнуть, что взятая нами в качестве примера теория Дарвина строго формальна и базируется всего на трех отвлеченных понятиях: изменчивости, закрепления признаков и отбора. Таким образом, хотя в основе теории лежат эмпирические наблюдения, сама она является дедуктивно-аксиоматической, и в качестве таковой не имеет принципиальных отличий от априорных математических построений.

В приведенных выше примерах не была названа социологическая теория. Это связано с тем, что, с нашей точки зрения, социологии не удалось создать ни одной завершенной теории. Философ Виндельбанд выделял три стадии научного описания действительности: идиографию (описание единичных явлений в их неповторимости), систематику (классификацию явлений по принципу их родства), и номотетику (установление законов). Теория Дарвина представляет собой классический пример перехода от биологической систематики к теории происхождения видов. Сходным образом З.Фрейд осуществил переход от разработанной до него нозологической классификации психических болезней к теоретическому описанию механизмов их возникновения (неважно, что его теория многими оспаривается). Что же касается

социологических теорий, то степень их формализации по сравнению с названными довольно низка, и в них присутствует значительный элемент более низкого уровня осмысления - систематики, или типологизации. Тем не менее, невзирая на незавершенность теоретических взглядов, социология располагает весьма значительным запасом теоретических ресурсов, являющихся основой для дальнейшего взаимодействия с эмпирической сферой.

Процесс роста научного знания

В соответствии с описанной выше системой гносеологических представлений, рост знания в науке вообще, и в социальных науках в частности, представляет собой не простое накопление эмпирических наблюдений, а процесс развития концепций, включающий формирование их понятийно-аксиоматического ядра, логико-эмпирическое развертывание, трансформацию и замену лучшими (более удовлетворительными).

Концепциями в данном случае называются логически упорядоченные системы представлений, прослеживающие достаточно длинные цепи причинно-следственных связей между исследуемыми явлениями. Будучи концептуально организованным, фундаментальное научное знание по своей природе является не столько количественным, сколько качественным, поскольку количественные данные могут служить составными элементами или даже "опорой" концептуальных систем, но не могут образовывать их логический каркас. Только в исследованиях, связанных с прикладными проблемами, количественные данные приобретают роль конечного результата научной работы, формируя основу для принятия практических решений.

Формирование логически упорядоченных концепций происходит в более широком контексте, который мы здесь назовем <качественным> знанием. Под таким знанием мы будем понимать всю совокупность представлений ученого, касающихся исследуемых им проблем. В отличие от концепций, которые представляют собой более или менее завершенные логические конструкции, качественное знание включает в себя также большое число недоработанных и не до конца отрефлектированных представлений, не находящихся в логическом единстве друг с другом. Иначе говоря, качественное знание - это своего рода "маточный раствор", из которого ученый в процессе своей работы выкристаллизовывает теории и концепции. Развитые концептуальные системы представляют собой предельную форму качественного знания, своего рода конечный продукт деятельности ученого.

В процессе исследований концептуальные взгляды ученых развиваются, трансформируются и обновляются. Развитие концепции представляет процесс ее дедуктивного развертывания, включающий прослеживание все более отдаленных следствий, расширение охвата рассматриваемых явлений, и соединение данной концепции с другими концептуальными системами. Процесс развертывания концепции порождает проблемы сохранения логической совместимости ее составных частей, согласованности с другими концепциями и с наблюдаемыми эмпирическими явлениями. Накопление противоречий (как логических, так и эмпирических) с течением времени должно повлечь за собой ответную реакцию в виде: а) приспособления концепции путем изменения частных ее элементов; б) трансформации концептуального "ядра", влекущей за собой крупные изменения в ее составных частях; в) радикальной замены концепции.

Таким образом, прогресс научного знания представляет собой не экстенсивное накопление изученных "фактов", а постоянное обновление концептуальных представлений. Эффективность развития науки определяется, таким образом, скоростью возникновения и внедрения в научное сознание "концептуальных инноваций" в условиях их жесткой селекции посредством критики.

Под теоретическим ресурсом научной дисциплины в мы будем понимать совокупность актуальных для нее теорий, концепций и выработанный в их рамках понятийный аппарат. По-видимому, в наиболее общем смысле теоретический ресурс следует рассматривать как язык описания изучаемой действительности. Если в центре внимания исследователей находится какой-то объект или группа явлений, то вполне естественно, что, по мере усложнения, и трансформации представлений о них, трансформируется и усложняется язык описания. Освоение этого языка есть главный аспект профессиональной социализации ученого. Отдельный человек, как бы талантлив он ни был, никогда не сможет своими индивидуальными усилиями воссоздать то, что было наработано многими поколениями его предшественников. В ходе эмпирического исследования социолог видит, распознает и идентифицирует в первую очередь те явления, которые имеются в его теоретическом словаре. Узость понятийной базы предопределяет и узость видения, поскольку явления, не репрезентированные в словаре наблюдателя, имеют свойство "сливаться" с контекстом и потому не фиксироваться сознанием. Напротив, существование понятий является стимулом для активного поиска соответствующих этим понятиям явлений.

Сказанное не означает полной детерминированности взгляда исследователя его понятийным словарем. Наблюдаемая социальная действительность никогда точно не вписывается в понятийный аппарат предшествующих социологических теорий, и именно эти несоответствия являются импульсом для дальнейшего развития теоретических взглядов, включающих в себя и трансформацию языка. Общая схема взаимодействия теории с эмпирическими наблюдениями, по-видимому, такова: неизбежно сталкиваясь с неадекватностью и неполнотой известных ему теоретических схем, исследователь "расплавляет" эти схемы до уровня понятийного словаря и затем создает на его основе теоретические схемы следующего поколения, модернизируя и дополняя при этом язык описания. Итоговый научный продукт в точном смысле слова является синтетическим, поскольку он не тождественен ни изначальным (априорным для него) теоретическим знаниям исследователя, ни "чистым" эмпирическим наблюдениям.

Проблема доказательств

В связи с тем, что научное знание имеет двойственную логико-эмпирическую природу, научные доказательства также разделяются на логические и эмпирические. Это различие, конечно, не ново. Оно достаточно подробно описано и в отечественной философской литературе. Однако, как уже говорилось, в российской социологии советского периода сложилась парадоксальная ситуация, при которой методологическая концепция, заложенная в основные учебники и учебные программы ВУЗов, существовала в полном отрыве от методологических взглядов и дискуссий, которые развивались за пределами ее дисциплинарных рамок.

Различие между логическими и эмпирическими доказательствами можно проиллюстрировать на примере общеизвестных математических теорем.

Теорема Пифагора доказана, как известно, логически. Эмпирическое ее доказательство заключалось бы в осуществлении замеров сторон и площадей треугольников с помощью измерительных инструментов. При этом со всей остротой встали бы хорошо известные проблемы погрешностей измерительных процедур, а также вопрос о правомочности распространения найденной эмпирической зависимости на все виды треугольников (в пределах только эмпирии эта проблема не имеет решения). В связи с этим эмпирические доказательства, с точки зрения математиков, могут рассматриваться лишь как иллюстрации логических. Так,

истинность известной теоремы Ферма эмпирически можно считать доказанной, поскольку ныне она просчитана на компьютерах до астрономических величин; тем не менее, это доказательство не принимается в расчет, поскольку логическое ее решение до сих пор не найдено. Сходные проблемы возникают в естественных и социальных науках, о чем будет сказано ниже.

Далее, существует различие между эмпирической проверкой фактов (протокольных высказываний) и проверкой концепций. При благоприятных условиях некое фактологическое высказывание может быть проверено и тем самым "доказано", однако это отнюдь не тождественно доказательству концепции. Между доказательством и тем, что доказывается, должно существовать своего рода соответствие: априорные логические схемы доказываются априорно, фактологические утверждения (например, наличие или отсутствие определенного события) - эмпирически, а синтетические концепции должны опираться на синтетическую (логику-эмпирическую) систему обоснований.

Специфика синтетических концептуальных схем заключается в том, что они, в отличие как от аксиоматических априорных конструкций, так и от фактологических утверждений, не могут быть строго доказаны или опровергнуты. Причина этого состоит в том, что в рамках чистых логических операций изменения в составе аксиом являются запрещенной операцией, доказывающей ложность изначальной конструкции, тогда как в синтетических концепциях изменения в исходных посылках (или в различных <леммах>) являются правомерным шагом, увеличивающим объяснительную силу концепции.

Ошибка позитивистской методологии заключается, следовательно, в неправомерном перенесении на сферу синтетических наук принципов априорно-логических и фактологических доказательств. В синтетических науках и логические операции, и фактологические утверждения сохраняют статус аргументов, которые, однако, не являются основанием для незамедлительного жесткого разграничения концепций на истинные и ложные.

Выше со ссылкой на К.Поппера мы говорили, что эмпирическая действительность всегда многозначна и допускает более или менее непротиворечивое наложение на нее разных концептуальных схем. Вследствие этого научное знание носит лишь гипотетический, предположительный характер, подвержено ошибкам (так называемый принцип "фаллибилизма"), поскольку одни и те же эмпирические аргументы могут рассматриваться как подтверждение разных объяснительных конструкций.

Отказ от понятия эмпирического доказательства как абсолютно достоверной основы научного знания привел к принципиально новому пониманию процессов его развития и роста. Согласно этому пониманию, получившему название эволюционной эпистемологии (термин предложен Д.Кэмпбелом), развитие концептуальных систем имеет много общего с эволюцией биологических организмов в условиях конкурентной борьбы за существование. В динамично развивающейся науке концептуальные системы не являются статичными логическими конструкциями: они постоянно подвержены трансформациям под действием внутренних логических несоответствий, эмпирических аргументов и критики со стороны конкурирующих объяснительных схем. По этой причине, согласно П.Фейерабенду, самые продуктивные периоды в развитии науки - это периоды борьбы концептуальных альтернатив, возникающих в результате "размножения" теорий и их конкурентной борьбы друг с другом.

В рамках эволюционной эпистемологии принятие или отбрасывание концепции является не единовременным актом, а результатом борьбы на истощение между конкурирующими концептуальными системами. Как указывает И.Лакатос, ни логическое доказательство противоречивости, ни вердикт ученых об

экспериментально обнаруженной эмпирической аномалии не могут одним ударом уничтожить концептуальную конструкцию. Любая логическая или эмпирическая аномалия образует своего рода "вызов", на который концепция должна ответить адекватной внутренней трансформацией. Эмпирическая действительность, согласно Лакатосу, может крикнуть "Нет!", но человеческая изобретательность может крикнуть еще громче. История науки знает немало примеров превращения сокрушительных опровержений в триумфальные подтверждения.

Успех и научная концепции значимость определяются, таким образом, ее "живучестью", т.е. способностью эффективно отвечать на вызовы извне и самой бросать интеллектуальный вызов конкурирующим точкам зрения, используя при этом как логические, так и эмпирические аргументы. При этом выражение "эмпирический аргумент" следует в данном случае трактовать как своего рода метафору, поскольку эмпирический факт может укрепить концепцию либо пробить в ней логическую брешь лишь в том случае, если он сам вмонтирован в систему логических взаимосвязей ("синтетический аргумент").

Значимый для проблематики данной книги вывод заключается в том, что позитивистский идеал строгого (достоверного) эмпирического знания является несостоятельным. Если изолированные фактологические высказывания при благоприятных условиях могут быть подвергнуты эмпирической проверке, то синтетические конструкции, создаваемые на более высоком уровне абстракции, в строгом (позитивистском) смысле слова не верифицируемы и не фальсифицируемы. "Борьба на истощение" между конкурирующими системами научных взглядов всегда ведется по совокупности большого числа логических и эмпирических аргументов (среди них такие, как непротиворечивость, простота, предсказательная сила и др.), причем не существует общепризнанного формального алгоритма сведения в единый индекс достижений и недостатков противоборствующих концепций, который позволил бы однозначно определить победу или хотя бы опережение одной из них, подобно тому, как это делается в спортивных соревнованиях. Насколько можно судить, каждый ученый принимает в таких случаях решение сам для себя, специфичным ему образом комбинируя аргументы "за" и "против". Окончательное мнение устанавливается, как правило, лишь в ходе длительного социального взаимодействия членов научного сообщества, напоминающего известную процедуру "дельфи".

Методологическая позиция позитивистов заключается в том, что неизвестно откуда взявшаяся теория должна быть без остатка разложена на простые фактологические высказывания, а затем каждое из них подвергнуто эмпирической проверке (своего рода тотальный эмпиризм). Это нереалистичная точка зрения, поскольку, во-первых, любая сложная теория включает в себя бесконечное число фактологических высказываний, и, во-вторых, содержит несводимое к ним аксиоматическое ядро. С пост-позитивистской точки зрения проверка заранее сформулированных гипотез осуществляется, как правило, лишь в тех случаях, когда включенные в эти гипотезы фактологические утверждения оказываются на острие интеллектуального спора и имеют непосредственное отношение к выживанию или развитию концепции (принцип релевантности эмпирического доказательства).

Преувеличение роли и искаженная трактовка критерия эмпирической достоверности в рамках позитивистской методологии привели к исключению из рассмотрения основного критерия научной значимости теории, которым является все-таки не достоверность (достоверное суждение само по себе еще не образует научного открытия), а ее научную значимость и потенциал развития.

О взаимодействии логических и эмпирических аспектов познавательного процесса

Выше мы говорили, что различные научные направления могут занимать разное положение на шкале в промежутке между априорными (логическими) и

эмпирическими дисциплинами. Физика, несмотря на провозглашавшийся ей эмпиризм, на протяжении нескольких веков осуществляла многие важные открытия, основывалась на построении длинных цепей логико-математических построений, включая и столь отвлеченные, как неевклидовы геометрии. Именно физика ввела в лексический оборот знаменитое выражение <открытие на кончике пера>, и эффектно продемонстрировала возможность осуществления таких открытий.

В таких науках, как биология, геология, отчасти химия и других, возможности обоснованного построения длинных логических цепей значительно ниже, чем в физике. В связи с этим в данных науках более короткие логические цепи необходимо проверять эмпирическими исследованиями (необоснованное построение длинных логических цепей носит название <спекуляций>). На указанной идеально-типической шкале эти науки находятся ближе к эмпирическому полюсу.

К числу наук, находящихся где-то посередине между априорным и эмпирическим полюсами, относятся и социальные науки, в том числе и социология. Этот вопрос был содержательно рассмотрен экономистом А.Маршаллом, который писал: "Нужно начать с указания на то, что в области социальных наук нет места для длинных цепей рассуждений, т. е. для таких рядов, где каждое последующее звено опирается целиком или главным образом на предшествующее, и где исследователь не опирается для усиления своей аргументации на наблюдение и непосредственное изучение реальной жизни. Подобные ряды выводов могут представлять собою интересное, строго отвлеченное рассуждение, слишком оторванное от действительности, чтобы им можно было пользоваться как руководящей нитью при исследовании. Экономисты-классики всегда рассматривали экономику не как упражнение на академические темы, но как средство служения важным общественным целям, и никто из них не позволял себе прибегать к длинным цепям дедуктивных рассуждений без предварительного обращения к непосредственному наблюдению. Таким образом, роль анализа и дедукции состоит не в том, чтобы выковать длинную цепь рассуждений, а в том, чтобы дать точно выкованные, но короткие цепи с немногими звеньями. Это вовсе не простая задача. Если экономист умозаключает слишком поспешно и без достаточной осторожности, то он легко может приходиться к установлению ложных связей и отношений. Поэтому он должен пользоваться и наблюдением, и дедукцией, так как только с их помощью он в состоянии выбирать нужные данные, правильно их группировать и делать пригодными как для теоретических умозаключений, так и для практического руководства" [59, с. 186-190]. [6]

Нарушение баланса между логическим и эмпирическим элементами исследовательского процесса приводит к появлению некорректных научных продуктов, имеющую уклон либо в неконцептуализированную (по сути - неосмысленную или не поддающуюся осмыслению) эмпирию, либо в логические спекуляции. В пределе эти продукты могут быть охарактеризованы как <унылый эмпиризм> (выражение Б.Гриффита и А.Миллера) и <дедуктивное фантазерство. Позитивистская методологическая доктрина может приводить к возникновению таких дисфункций в социологии, о чем будет сказано ниже.

Позитивистская методология как рефлексия частного случая научных исследований

В свете описанных выше методологических представлений позитивистская методология является рефлексией частного случая, перенесенного на науку в целом, включая те области и ситуации, к которым она не применима. Это не означает, что она полностью неверна. Позитивистская методология изначально возникла как рефлексия некоторых локальных, но достаточно крупных успехов, достигнутых главным образом в физике конца XIX и начала XX века, но затем осуществила своего рода экспансию, далеко перешагнув за пределы своей релевантности. Как уже говорилось, преимущество позитивистской доктрины состоит

в том, что она дает ответ на вопрос, как проверять эмпирические гипотезы, но при этом не содержит никакого ответа на вопрос, откуда берутся содержательные идеи, достойные эмпирической проверки.

В социологии схема позитивистская схема исследования нереалистична как общая методологическая концепция. Однако она может служить описанием некоторого частного случая эмпирического исследования, который может быть эффективно реализован при наличии определенных (не учтенных этой методологией) предпосылок, которыми являются наличие теоретических школ и существование традиции качественных полевых исследований. Парадокс заключается в том, что в нашей стране, где данная методология до последнего времени была доминирующей, данные предпосылки полностью отсутствовали. Это и явилось главной причиной того, что отечественная социология практически не знает примеров проведения исследований в соответствии со схемой В.А.Ядова, а те примеры, которые все же могут быть названы, являются скорее имитацией или искусственной подгонкой под эту схему.

Влияние позитивистской методологии на социологические исследования в России

Выше уже говорилось о том, что внесение в отечественную научную культуру количественной методологии социологического исследования изначально было крупным научным событием и источником познавательного динамизма. Однако по причинам, изложенным выше, этот динамизм достаточно скоро перерос в стагнацию, которая охватила все области исследовательского процесса: концептуальную, методическую и область исследовательских результатов.

Фокусировка усилий как отдельных ученых, так и научного сообщества в конечном счете зависит от ответа на вопрос о том, что такое научное знание. Ложный ответ на этот вопрос может неправильно сориентировать целые поколения научных работников, труд которых и внушительные по объему результаты этого труда могут оказаться затраченными впустую.

Воздействие позитивистской методологии не может, конечно, считаться единственным фактором возникновения стагнации в российской социологии. Тем не менее, влияние этого фактора следует охарактеризовать как очень существенное. Более того, господство позитивистского мышления в той форме, которая была ему придана в учебниках и академических публикациях, было, по-видимому, одним из главных *внутринаучных* факторов, повлекших за собой утрату содержательности социологических исследований тех лет.

Рассмотрим конкретно, в чем состояло это влияние.

Пренебрежение теорией

Позитивистская методология дезориентирует социологов-исследователей в нескольких аспектах, один из которых вытекает из постулата о том, что научное знание по своей природе является эмпирическим, т.е. целиком извлекается непосредственно из социологического "поля". Это в корне неверная предпосылка, поскольку источниками научной динамики в социологии является взаимодействие между теорией и эмпирической действительностью (см. тезис о синтетическом характере научного знания).

Теоретическая сфера как источник содержательных гипотез в позитивистской методологии, таким образом, отсекается. Следствием недооценки и отсутствия адекватной трактовки роли теории является почти тотальное ее незнание. Последнее порождает отсутствие интереса к теоретическим проблемам, создавая порочный круг необразованности, причем методология позитивизма несет косвенную ответственность за такое положение дел.

Эмпиризм неблагоприятно воздействует не только на академическую, но и на прикладную сферу научных исследований. Этот эффект стал ощутимо заметен уже 90-е годы, когда широкое распространение получили исследования в области маркетинга и рекламы. И теория, и практика маркетинга подтверждают, что идеи продуктов и рекламных <месседжей> не извлекаются непосредственно из эмпирического <поля>, а представляют собой синтез эмпирических наблюдений и концептуальных представлений. Эмпиризм в маркетинге представляет собой своего рода <тавтологию>, которая не может быть положена в основу разработки эффективной маркетинговой стратегии.

Нарушение механизмов взаимодействия с эмпирической действительностью

Количественные методики, обеспечивающие стандартизованную процедуру фиксации эмпирических фактов, сами по себе лишь в слабой степени обладают способностью корректировать мышление исследователя по принципу "обратной связи". В связи с этим они перестают выполнять функцию связующего моста между научным сознанием и эмпирической действительностью, превращаясь скорее в труднопроходимый барьер между ними. Как следствие, сфера эмпирических исследований становится источником получения данных, которые практически не поддаются агрегированию в адекватные концептуальные образы.

Это свойство количественных методик хорошо осознавалось некоторыми социологами еще в советскую эпоху, о чем свидетельствуют нижеследующие высказывания. К сожалению, в те годы их доводы не были услышаны профессиональным сообществом.

<Современная социологическая практика изобилует вопросниками, которые приносят если не вред, то, по крайней мере, нулевую информацию ввиду своей неадекватности объекту или условиям обследования. Для разработки информативной социологической анкеты необходимо определенное предварительное знание исследуемого контингента, учет его социальной психологии, языка общения, типичных ситуаций и т.д. В противном случае анкета в большинстве своих вопросов оказывается, мягко говоря, неуместной, она игнорирует реальную обстановку и направлена не по адресу. На практике респондентам сплошь и рядом предлагают стандартные клише-стереотипы вопросов и подсказок (вариантов ответов) и получают, естественно, вежливое согласие со всеми этими клише, но отнюдь не социологическую информацию. Методические ошибки часто стимулируются слабостью, поверхностностью знакомства с объектом. Участвующее наблюдение (а также интервью и другие неформализованные методы), не претендуя на массовость собранного материала, широту обобщений и законченность выводов, приоткрывает перед исследователем пусть ограниченный участок действительности, но за то такой, "как она есть", и тем самым предостерегает исследователя от многих ошибок на последующих этапах> [А.Н.Алексеев. 5, с.66-67].

<Предположим, исследователь поставил вопрос респонденту: "Какую Вы предпочитаете литературу?" с подсказками: классическую; современную; и ту, и другую. Последняя подсказка показывает, что для составителя анкеты это дихотомическое деление - исчерпывающее. Но для отдельного респондента его может вообще не существовать. При выборе книг (т.е. в своем реальном поведении) он, скажем, пользуется такими видовыми делениями: литература о войне, детективы, литература детская, литература зарубежная. Несмотря на нелогичность и незаконченность такой классификации, именно с ней он "работает". Но отвлеченно, в ситуации опроса, респондент может принять любое расчленение, которое ему предложат (а что ему остается делать?) и выбрать что-то. В лучшем случае - "и ту, и другую". В итоге исследователь получит ответ, который вообще не дает никакой информации, так как ничему не соответствует> [Э.А.Чамокова. 122. с. 63].

В обоих приведенных выше фрагментах отмечен важный эффект <самоподтверждения> получаемых эмпирических данных, являющегося следствием постановки наводящих вопросов. Закладывая на "входе" исследований в структуру вопросников свои собственные, очень далекие от реальности представления, исследователи получают обратно на "выходе" в виде самоподтверждающихся (и, следовательно не валидных) цифровых данных. Ориентация не на понимание проблем, а на получение точного количественного результата, порождает порочный круг, в котором начинают вращаться исследования, утрачивая при этом связь с действительностью.

Сужение ментального пространства исследований

Если исследователь искусственно отсечен как от теоретической традиции, так и от традиции полевой работы качественными методами, то каковы источники идей или гипотез, которые он может заложить в инструментарий, осуществляя исследование по схеме В.А.Ядова? Фактически сознание такого исследователя редуцируется до уровня его личного обыденного сознания. Такое сознание обладает некоторыми источниками формирования гипотез, к числу которых относятся следующие.

1. Личный жизненный опыт исследователя, его обыденные контакты с социальным окружением, детерминированная его социальной ролью зона социального наблюдения. Это, конечно, самый конструктивный источник. Его главный недостаток описан во всех учебниках: он нерепрезентативен и поэтому может привести исследователя к предвзятым мнениям и крупным ошибкам. Правда в учебниках не указывается, что этот источник обладает и важными достоинствами: содержащиеся в нем знания достоверны, детальны, обдуманы. Подобно тому, как с точки зрения драматурга весь мир - это театр, с точки зрения социолога жизнь - это включенное наблюдение. Социолог, без сомнения, должен уметь использовать этот ресурс. Стихийно это, собственно говоря, и происходит: наиболее конструктивные идеи, закладываемые в анкеты отечественными социологами, очень часто исходят именно из этого источника.

Все же понятно (и это пишут в учебниках), что, стартуя с обыденных наблюдений, исследование неизбежно будет подвержено ошибкам и не может взять эффективный старт, особенно в условиях, когда инструментарий не способствует корректировке изначальных представлений.

2. Расхожие мнения, источниками которых являются средства массовой информации. Влияние этого источника на современные социологические опросы колоссально. Можно с полным основанием говорить, что в настоящий момент социология идет в арьергарде политизированной журналистики. В этой ситуации нет, наверное, ничего плохого (СМИ - одна из систем общественной рефлексии), но возможность выдвижения на этом пути каких-то опережающих идей очень сомнительна.

3. Расхожие мнения, источником которых является социальная среда (субкультура), к которой принадлежит исследователь. В интеллигентской среде эти мнения в очень большой мере индуцируются СМИ (как правило, каким-то их идеологическим ответвлением), но не тождественны им. Знания об этих представлениях, если бы они стали объектом рефлексии исследователя, обладали бы чрезвычайно высокой научной ценностью, но как источник нерелевантных гипотез данная сфера вряд ли может породить значимые научные результаты. Экстраполяция на все общество представлений, свойственных определенной субкультуре, по сути, столь же неправомерно, как и экстраполяция представлений, источником которых является индивидуальное сознание.

Результат редукции профессионального социологического мышления к обыденным представлениям и идеологическим штампам хорошо показан академиком

Ю.В.Яременко, который писал в 1993 году: <Бросается в глаза априорность, предвзятость наших социологических опросов. Таким опросам должно предшествовать какое-то исследование и полученное на их основе предварительное знание. Если этого предварительного знания нет, то на что могут опираться социологические опросы? У нас они чаще всего опираются на идеологию, на те или иные идеологические штампы. Но начинать исследование с таких штампов по меньшей мере неконструктивно. Самосознание народа нельзя соотносить с некоторыми идеологическими структурами, которые имеют к нему весьма слабое отношение.

Система ценностей в сегодняшнем российском обществе многослойна, и именно с учетом этого надо подходить к ее изучению. По-видимому, и ностальгические, и негативистские, и позитивные ценности присущи всему нашему общественному сознанию, а не каким-то отдельным социальным слоям. Вот почему неправильной представляется постоянная попытка наших социологов разделить общество на сторонников и противников реформ, а затем противопоставить их друг другу. Столь механистический подход является следствием сохраняющейся идеологической заштампованности мышления исследователей. Наша общественная наука не делает ничего, чтобы вскрыть более глубокие пласты общественного сознания. К тому же в научной среде есть люди, прямо заинтересованные в том, чтобы общественное мнение было представлено в таких убогих рамках. Это проявление традиционной готовности нашей общественной науки работать на чей-то социальный заказ>.

Пример стагнации в конкретном направлении исследований

Дисфункциональный характер сложившейся в российской социологии практики проведения эмпирических исследований можно проиллюстрировать на примере своего рода "классической" темы советской социологии - изучения причин текучести рабочих кадров на промышленных, строительных и транспортных предприятиях. Первые исследования, посвященные изучению этой проблемы, были проведены в СССР в начале 60-х годов и для своего времени явились крупным вкладом в возрождавшуюся после периода сталинщины отечественную социальную науку. К концу 60-х годов Е.А.Антосенковым и рядом других исследователей были отработаны социологические анкеты, процедура опроса, принципы формирования выборки и другие важные методические вопросы. В определенном смысле можно сказать, что в этой узконаправленной области методический аппарат был отработан почти до совершенства.

Однако после десятилетия быстрого прогресса в данной проблемной области наступил застой, который, пожалуй, необъясним только вышеупомянутым идеологическим прессингом и репрессивными мерами. Этот застой выразался в том, что разработанные Антосенковым анкеты сотни, если не тысячи, раз с незначительными вариациями тиражировались различными социологическими лабораториями всех форм подчиненности и расположенными во всех частях страны. Данные многочисленных опросов давали картину весьма близкую к той, какую в свое время получили первые исследователи указанной проблемы в самом начале своей работы. К этому или почти к этому свелся весь научный результат громадных усилий, длившихся на протяжении двух десятилетий. Такой весьма скромный итог можно считать тем более поразительным, что процесс текучести кадров тесно взаимосвязан с общими процессами планирования, организации производства, труда и заработной платы, изучение которых социологическими методами могло быстро вывести исследователей на ключевую проблем организации производства[7].

Как могло случиться, что за два десятилетия интенсивной работы советские социологи, среди которых были не только халтурщики, не заметили лежащих рядом фундаментальных проблем? В ответ можно сослаться на недостаток квалификации, прессинг со стороны некомпетентного начальства и другие аналогичные факторы. Причины такого рода действительно имели место, однако главный фактор заключался в самом стиле работы социологов. Используемый ими методический аппарат не обеспечил "самонастройку" исследования на наиболее актуальные проблемы, продолжая фокусировать их усилия на уже изученной ранее и не представлявшей большого интереса проблематике. Этим порождающим стагнацию аппаратом была и отчасти доньше остается социологическая анкета с закрытыми вопросами.

Механизм возникновения стагнации прост. Разработка первых анкет по изучению причин текучести кадров потребовала от их составителей неординарных усилий. Социологи, работавшие в 50-е годы в НИИтруда, выезжали на предприятия, беседовали с рабочими, с руководителями производств, создавали пробные анкеты, методом проб и ошибок их отшлифовывали, осмыслили результаты и т.д. На это ушло целое десятилетие, и вряд ли этих начинающих с нуля исследователей можно упрекнуть в том, что они слишком затянули со сроками.

Что же произошло потом? Результаты исследований и образцы анкет были опубликованы, и это позволило численно растущему отряду промышленных социологов разрабатывать анкеты на основе имеющихся аналогов, не прибегая к интервьюированию и пилотажным исследованиям. Данная практика прервала непосредственный контакт исследователей с первичной социальной действительностью, перекрыв источник поступления в науку новых идей.

Приведенный пример показывает, что использование количественного аппарата в социальных исследованиях требует специфичной "настройки" для получения точных, валидных и релевантных результатов. Эти вопросы были явно недостаточно проработаны в отечественных учебных пособиях по проведению социологических исследований. Если процедуры разработки самих анкет описаны в них более или менее удовлетворительно, то "преданкетные" и "неанкетные" виды исследований остались в них практически за самками рассмотрения. Таким образом, отечественные учебные пособия по проведению социологических исследований создали у практически работающих социологов неверную методическую ориентацию, которая, по нашему мнению, и явилась подлинной причиной застоя в российских социологических исследованиях эпохи 70-х, 80-х и отчасти 90-х годов.

О функциях количественных и качественных методов социологического исследования в свете современных методологических представлений

О сущности количественного и качественного подходов

Количественный и качественный методологические подходы не следует понимать так, что в рамках первого используются только количественные, а в рамках второго - только качественные методы исследования. Выше подробно говорилось о том, что названные подходы представляют собой, по сути, определенные системы мировоззрений, в рамках которых формируются представления о познавательных функциях методов и о приоритетах их значимости для научного процесса.

Количественная, или позитивистская методология признает за количественными методами безусловный приоритет, считая их (и только их) достоверными и доказательными. Данная традиция опирается на комплекс представлений,

рассматривающих формирование концепций как детерминированную индуктивную процедуру восхождения от фактов к обобщающей теории. Ориентация позитивистской методологии количественные методы исследования вытекает из представления о необходимости строгой фиксации исследуемых "фактов".

Правомерность использования качественных методов в рамках количественного подхода признается, но, так сказать, на вспомогательных ролях (см., например, Рабочую книгу социолога, в которой такие утверждения высказаны в особенно явной форме). В методических описаниях, сделанных с позиций количественного подхода, постоянно подчеркивается, что научные данные, полученные с помощью таких методов, являются предварительными, недостоверными и т.п. Разумеется, за подобными утверждениями стоят определенные обоснования, однако накопленный за десятилетия опыт эмпирической работы показывает, что эти обоснования во многих отношениях являются недостаточно глубокими.

Определение качественного методологического подхода приведем в той формулировке, которую придала этому понятию Н.Ф.Наумова: "качественный анализ в широком смысле слова означает такой характер осуществления социологического исследования, при котором основной акцент делается на теоретических ресурсах социологии, индивидуальном опыте, наблюдении и интуиции, традиционных средствах философского и логического анализа категорий и понятий, исторических сопоставлениях, использовании личных и официальных документов" [45].

В отличие от количественной, качественная традиция, которая может быть охарактеризована как интуитивистская, склонна рассматривать образование концептуальных представлений как процесс формирования образов. Как отмечает Д.Кэмпбелл, <подчеркивание в эпистемологии качественного распознавания образа как исходного по отношению к распознаванию его атомарных частиц, могущих быть квантифицированными>, основывается на способности человека формировать целостное представление (гештальт) об исследуемом объекте в условиях неизбежно неполной и противоречивой эмпирической информации.

В контексте сказанного выше следует указать, что терминологическая пара <количественный> и <качественный> применительно к двум разным сферам - методологии и методике - обладает разными смыслами. Иными словами, в применении к разным сферам эти понятия являются не синонимами, а омонимами. Следует признать, что такая терминология во многих отношениях неудачна и создает путаницу. Тем не менее, данная система терминов сформировалась и вошла в научный оборот, поэтому исследователи вынуждены принимать ее как данность. Связующее звено между смыслами названных терминов в методологическом и методическом контекстах состоит в том, что качественная методология, в отличие от количественной, уделяет большое и, возможно, даже приоритетное внимание использованию качественных методов эмпирического исследования.

Причины сдвига в том, что качественные методы выполняют ряд важных функций, недооцененных в рамках количественной методологии.

Выше уже говорилось, что причины смещения приоритета в сторону использования качественных методов в качественной методологии в определенном смысле носят эмпирический характер, поскольку эти причины являются реакцией профессионального сообщества на низкую научную результативность многих исследований, выполненных социологами, явно или неявно находящимися под влиянием количественного подхода. За последние десятилетия подобный опыт был накоплен как за рубежом, так и в нашей стране.

Перекрестная валидизация количественных и качественных методов

Все учебники по эмпирической социологии, включая и те, что написаны с позитивистских позиций, включают в себя положение о том, что количественные и качественные методы исследования связаны друг с другом по принципу функциональной дополнителности. Однако характер этой дополнителности часто трактуется упрощенно. В рамках количественного подхода принято считать, что качественные методы вызывают наибольшие сомнения в их достоверности, тогда как количественные методы формируют костяк достоверного научного знания. С позиций качественного подхода это представление нуждается в существенных коррективах.

Сторонники количественного подхода критикуют качественные методы за субъективизм и низкую достоверность. В качестве примера такой критики можно привести высказывание Э.Ноэль, автора известного учебника по проведению массовых опросов. Ноэль приводит следующие аргументы.

"Ученые, которые ввели метод опроса в Германии в 30-е годы, полагали, что интервью должно как можно больше походить на обычную беседу. Согласно Нюрнбергской школе Общества по изучению потребления, которое с 1934 г. проводило в Германии опросы, считалось желательным, чтобы корреспондентки с целью получения достоверных сведений опрашивали своих знакомых и чтобы эти интервью проходили в виде непринужденной беседы, без опросного листа, по возможности в такой форме, чтобы опрашиваемые не сознавали, что их интервьюируют. Ученые предполагали, что таким способом будут получены самые достоверные сведения, сообщенные с наибольшей откровенностью. Такое предположение не подтвердилось" [74, с. 50-51]. Далее Э.Ноэль, опираясь на умозрительный пример, указывает, что если несколько исследователей попытаются изучить одну и ту же проблему методом свободного интервью, то, скорее всего, все они придут к разным выводам, и подлинная картина в итоге останется неизвестной. В качестве главных причин возникающих расхождений в ее книге названы следующие:

- а) исследователь, который провел первый (или второй) опрос, не опросил репрезентативную выборку, и таким образом не произвел правильного статистического отбора лиц, дающих сведения;
- б) первый и второй исследователи по-разному формулировали вопросы. Специальные обследования показывают, что влияние формулировок вопросов на распределение ответов очень велико;
- в) у исследователей могут быть разные точки зрения относительно изучаемого предмета. Это произвольно влияет на то, как они спрашивают, и на то, что из ответов они слышат [там же, с. 55-56].

В отечественной социологии точка зрения Ноэль до самого последнего времени являлась, по-видимому, абсолютно доминирующей, однако в мировой науке дело обстояло иначе. Известный социальный психолог и методолог Д.Кэмпбелл указывает, что качественные методики, наряду с возможностями количественной проверки результатов, обладают и внутренними механизмами валидации. Аргументируя свою точку зрения, он пишет: <Я склонен считать, что, если бы двух этнографов послали исследовать одну и ту же культуру или двух социологов отправили бы в качестве включенных наблюдателей на одну и ту же фабрику, то результаты их наблюдений в значительной мере совпали бы. Я полагаю, что существует вполне достоверная социальная реальность, которая и должна быть описана, и именно поэтому будет обнаружено довольно значительное совпадение результатов. В исследовании отдельных случаев, проведенном "бдительным" социальным исследователем, теория, которую он создает для объяснения основной проблемы, порождает предсказания и ожидания относительно большого числа других аспектов наблюдаемой им культуры. Поэтому он не принимает теорию до тех

пор, пока большинство таких ожиданий тоже не получит подтверждения. В отличие от статистической проверки исследователь, работающий качественными методами, перепроверяет свою теорию с помощью степеней свободы, образуемых многочисленными следствиями, существующими в любой логически упорядоченной теории» [40, с. 264, 282].

Как можно понять, Кэмпбелл имеет в виду, что любая теория представляет собой сложную логическую конструкцию, причем все части этой конструкции взаимосвязаны друг с другом. Эмпирическое опровержение какой-либо ее части концепции приводит ее в противоречие с другими, логически связанными с ней частями. Возникновение таких противоречий требует от исследователя либо пересмотра логической структуры концепции с тем, чтобы вновь сделать ее непротиворечивой, либо уточнения наблюдения, изменение результатов которых может вновь привести составные части концепции к непротиворечивому виду.

Вопреки распространенному мнению, что недостоверные качественные представления должны проверяться достоверными количественными данными, Кэмпбелл указывает, что в реальной научной практике постоянно происходит и обратная перепроверка количественных результатов качественными представлениями. "Там, где качественные оценки приходят в противоречие с количественными результатами, последние следует брать под сомнение, пока не будут поняты причины расхождения. Количественные результаты могут быть столь же мало застрахованы от ошибок, как и качественные, поэтому я настоятельно рекомендую оба подхода как взаимно дополняющие средства перекрестной валидации. Неадекватность количественных данных часто обнаруживается лишь благодаря качественному знанию" [там же, с. 327, 272]. [8]

Исследовательские функции качественных методов

Качественные методы выполняют в социологических исследованиях целый ряд важных познавательных функций, которые не могут выполняться количественными методами. Ниже эти функции будут названы и описаны.

Обеспечение связи с социальными проблемами. В отличие от естественных наук, ориентирующихся на познание "истинной картины мира", социальные науки со времени своего возникновения традиционно в значительно большей степени ориентировались на решение социальных проблем, а точнее, в конечном счете, мотивировались и структурировались ими. Определенную аналогию здесь можно провести с медицинскими науками, исследования в которых, в конечном счете, но не обязательно в каждом конкретном случае мотивировались целью лечения болезней и увеличения продолжительности жизни у человека.

Таким образом, если в естественных науках возникновение и изменение "центрирующих" проблем связано в основном с внутренней логикой их развития, то в социальных науках концептуальные сдвиги в направлениях исследований часто происходят вследствие возникновения новых социальных проблем, либо сознания учеными того факта, что изучаемые ими социальные проблемы менее актуальны в сравнении с другими, обнаруженными в ходе исследования. Таким образом, методический аппарат, используемый в социальных науках, должен обеспечивать эффективный контакт не только с эмпирической реальностью, но и с социальными проблемами. Чувствительность методического аппарата к обнаружению социальных проблем на ранних этапах их возникновения особо актуальна в периоды быстрых социальных изменений.

Качественные методы как компенсатор слабости теории. Источниками концептуальной динамики науки являются теория и эмпирическая действительность. В определенных пределах оба источника являются взаимозаменяемыми. Известен факт, что социальные исследователи, имеющие хорошую теоретическую подготовку, способны "дедучировать" значимые суждения или гипотезы даже в тех случаях,

когда их фактическая информированность об объекте или проблеме сравнительно низка. По-видимому, такая способность мысленного воссоздания действительности при минимуме изначальной информации основывается на способности соотносить известные им факты с логическими и причинно-следственными связями, прослеженными в социологических теориях. Сказанное означает, что теоретически образованный исследователь обладает способностью формировать концептуальный образ, опираясь на минимум изначальных сведений. Разумеется, эти концептуальные образы являются предварительными, т.е. нуждаются в уточнениях, корректировках, наполнении эмпирическим содержанием. Однако наличие изначальной концепции позволяет вести эту работу целенаправленно и экономно (с малым количеством исследовательских ресурсов). Кроме того, теоретический багаж помогает оперативно менять элементы концептуального образа в соответствии с меняющейся обстановкой.

Исследователь, не обладающий хорошей теоретической подготовкой, может отчасти компенсировать ее отсутствие доскональным знанием изучаемой действительности. Знание такого рода может быть получено только достаточно глубоким "погружением" в эту действительность с помощью качественных методов (или обыденным "погружением"). Процесс формирования образов при слабой теоретической подготовке затруднен, замедлен, порой требует неординарных умственных усилий, но при хорошей осведомленности и каком-то минимуме теоретической подготовки все же возможен. Эффективное взаимодействие с эмпирической действительностью может, таким образом, компенсировать слабость теоретического задела, причем качественные методы в большинстве случаев являются более адекватными для решения этой задачи. Количественные методы, как было показано выше, часто не обеспечивают <самонастройку> исследования на актуальные проблемы и поиск новых явлений.

Компенсаторная роль качественных методов весьма актуальна для российской социологии, теоретический ресурс которой на протяжении последних десятилетий был очень ослаблен.

Формирование целостного образа объекта или проблемы. Исследователь, работающий качественными методами, всегда имеет дело с некими целостными социальными объектами, либо целостными описаниями, внутренне согласованными точками зрения, высказываемыми респондентами. Это значительно облегчает задачу концептуального осмысления первичных данных и страхует исследователя от смыслового распада полученных им данных. Существование целостного образа социального объекта позволяет ставить новые вопросы и выдвигать гипотезы, которые могут проверяться как количественными, так и качественными методами.

Выявление значимых социальных фактов. Позитивистская трактовка алгоритмов социологического исследования, которая признает доказательными только статистически достоверные результаты, игнорирует значимость единичных фактов, свидетельствующих о существовании (пусть без количественных оценок) некоторых значимых социальных явлений. Выявление таких фактов можно уподобить существующим в математике и логике <теоремам существования>: наряду с логической процедурой доказательства существования идеальных объектов в науке существуют и процедуры доказательства существования эмпирических объектов. В качестве примера можно привести открытие существования австралийского животного утконоса, которое было установлено по одной-единственной привезенной в Европу шкуре. Нередко и социальный исследователь, работающий качественными методами, сталкивается с определенными типами социальных явлений, которые не были ему известны ни в рамках обыденного, ни в рамках исследовательского опыта.

Обеспечение динамизма исследовательского процесса. Эффективно функционирующая наука отличается от дисфункциональной тем, что она

характеризуется такими качествами, как мобильность, динамизм развития, высокая скорость концептуального обновления. В соответствии с этим методический аппарат такой науки должен обеспечивать эффективный контакт с действительностью.

В связи с тем, что концепции в динамично меняющейся науке непрерывно меняют свою внутреннюю структуру, непрерывно меняется и набор релевантных им переменных и тем самым обеспечивать непрерывный контакт с действительностью. Следовательно, науке остро нужны <гибкие> методики, способные оперативно менять набор фиксируемых переменных. Сказанное особенно относится к научным направлениям, переживающим период своего становления и находящихся на ранних этапах своей концептуальной структуризации. Прославленная в позитивистских учебниках задача строгого эмпирического доказательства отходит в этих условиях на второй план, уступая место задаче "качественного прорыва" на принципиально новые рубежи. Не всегда, но во многих случаях для достижения указанных целей более адекватны не количественные, а качественные методы исследования.

Формирование системы понятий и обслуживание <переднего края> научных исследований. Необходимым условием создания количественных методов исследования является наличие системы понятий, образующих теоретическое описание исследуемого объекта. Существующие в науке измерительные процедуры всегда основываются на определенной традиции, которая соответствует сложившимся представлениям. Эта традиция в той или иной мере всегда отстает от "переднего края" научной мысли, которая, в свою очередь, отстает от реального хода социально-экономических процессов. Отставания такого рода образуют "естественный лаг" в социальном познании, а величина этого лага во многом зависит от специальных усилий по его сокращению. Указанный лаг особенно возрастает в условиях быстрых социальных изменений, когда становятся актуальными новые проблемы и новый набор релевантных им переменных.

Формирование адекватной системы понятий представляет важный доколичественный этап в исследовательском процессе. Независимо от того, будут ли в дальнейшем проводиться какие-либо измерения, создание такой системы понятий является самостоятельным научным этапом, требующим значительных исследовательских усилий. Методический аппарат, используемый для достижения этой цели должен обладать высокой подвижностью, чуткостью к улавливанию оттенков и способностью оперативно менять набор исследуемых переменных. Ясно, что количественные методы обладают указанными свойствами в недостаточной мере. Сказанное означает, что количественные методы в основном могут использоваться для получения ответов на некоторые стандартные вопросы и для изучения стационарных процессов.

Данный вопрос может быть прокомментирован высказыванием экономиста В. Найшуля, который следующим образом описал причины своего интереса к таким опросам: <Для проведения исследований необходим понятийный аппарат. Формирование системы понятий всегда является определенным научным достижением. Существует два уровня формирования этих понятий. Первый уровень - это язык, на котором респонденты описывают наблюдаемые ими явления. Второй уровень - это формирование на этой основе более обобщенного языка, описывающего типологические случаи. Глубокое интервью - это своего рода "открытое исследование", поиск первичных понятий, первичных описаний и работа по их структуризации. Основная ошибка социологов, работающих с помощью формализованных анкет, заключается в следующем: реальности, объекту они навязывают понятийный аппарат, сформированный для других целей и объектов других типов. Склонность к рефлексии у нас в обществе вообще очень мала, и социологи в своей массе не являются исключением. Поэтому навязывание объекту чуждого ему концептуального аппарата в социальных исследованиях - обычное

дело. Не проводится тонкая работа по формированию первичных описаний и последующему переводу языка этих описаний на более обобщенный язык науки>.

Продолжая мысль Найшуля, можно сказать, что под неадекватным понятийным аппаратом следует понимать аппарат: а) очень обедненный; б) содержащий логические пороки; в) проходящий мимо актуальных социальных проблем, вокруг которых должно структурироваться исследование; г) содержащий нерелевантный по отношению к исследуемым проблемам набор переменных (релевантные переменные могут отсутствовать, а нерелевантные присутствовать). Выше уже было показано, что использование такого аппарата при отсутствии эффективной "обратной связи" может заблокировать или надолго затормозить развитие концептуальных представлений, необходимых для формирования более адекватного понимания социальной действительности.

Заполнение брешей между количественными параметрами. Одно из принципиальных ограничений в использовании количественных методов состоит в том, что не все явления в равной мере поддаются измерению и не все объекты могут быть описаны сплошными количественными измерениями. Сказанное означает, что все социальные явления, потенциально могущие стать объектами исследований, могут быть расположены на идеально-типической шкале, на одном полюсе которой будут находиться объекты, в которых зона измеримости велика, а на другом - где она мала. Примером объекта первого типа могут служить демографические процессы (естественное движение населения, миграция и т.д.), а примером второго - различные закрытые сообщества (секты, шайки, кланы и т.п.).

Количественные исследования на объектах, не поддающихся сплошному количественному измерению, могут проводиться на основе двух возможных стратегий. Первая стратегия базируется на том, что конструируемая концепция основывается на вычленении из действительности только тех переменных, которые поддаются количественному измерению. Такая стратегия сильно обедняет результаты исследования, поскольку за пределами изучения остаются наиболее важные характеристики этих объектов, а порой и целые проблемные области. Ясно, что такая стратегия неадекватна целям научного исследования. Другая, более адекватная стратегия состоит в том, чтобы изучать объект в его целостности, заполняя качественным знанием <бреши> между количественными показателями. Сказанное означает, что даже в исследованиях, проведенных в строгом соответствии с количественной идеологией, качественные данные в неявной форме выполняют корректирующую и "связующую" функции, способствуя сохранению целостности формируемых концептуальных представлений.

Рассуждая теоретически, можно, по-видимому, сказать, что в принципе для любого явления может быть подобрана адекватная измерительная процедура. Безусловно, расширение арсенала измерительных процедур - одна из важных задач научной деятельности. Тем не менее, реальный процесс развития науки не идет по пути тотального измерения всех мыслимых характеристик исследуемых объектов. Наиболее удачные исследования в социальных науках реализуют, как правило, не чисто количественную стратегию, а стратегию "качественного прорыва", в рамках которой измеряются лишь наиболее важные (из числа доступных) характеристики, а пробелы между ними заполняются качественными данными. Идеал "тотального количественного исследования" представляет собой своего утопию, попытка реализации которой в реальной научной деятельности не только ограничивает, но и деформирует видение объекта, высвечивая лишь ту его часть, которая поддается измерению[9].

Преодоление смыслового распада и логических спекуляций. Цитировавшийся выше тезис Маршалла о том, что социальные науки не могут опираться в своем развитии на длинные цепи логических рассуждений, весьма неожиданно приобретает особую

актуальность в условиях господства позитивистской методологии над сферой эмпирических исследований. Как это ни парадоксально, повышенную "нагрузку" на дедукцию формирует чрезмерная ориентация социологов на количественную традицию эмпирических исследований.

Причины этого состоят в том, что жесткая зависимость исследований от небольшого числа квалифицированных показателей оставляет множество "пробелов" между измеряемыми переменными. В связи с этим широкие неосвоенные "исследовательские пространства", которые затем заполняются логическими спекуляциями. Поскольку эмпирические данные, не поддающиеся осмыслению, не удовлетворяют потребности общества в концептуализации явлений, концептуальная сфера начинает развиваться в отрыве от эмпирической, формируя упомянутые Маршаллом длинные цепи дедуктивных рассуждений, оторванные от практики.

Опасностью, противоположной логическим спекуляциям, является смысловой распад полученных в ходе исследований количественных данных вследствие отсутствия интегрирующего концептуального образа. Как было отмечено выше, это явление часто возникает в исследованиях, выполненных в духе позитивистских традиций.

Нарушение механизмов, обеспечивающих связь научного процесса с эмпирической действительностью, приводит к тому, что результаты исследований утрачивают содержательность и приобретают дисфункциональный характер, распадаясь на описанные выше <унылый эмпиризм> и <дедуктивное фантазерство>. В советский период развития российской социологии (70-е и 80-е годы) данная дисфункциональная схема научной деятельности реализовалась почти в чистом виде. Примером продукции первого типа могут служить эмпирические публикации журнала "Социологические исследования", содержавшие описание тождественных самим себе результатов анкетных опросов. Примером второго типа могут служить публикации бывшего журнала "Социалистический труд", содержавшие бесчисленные варианты умозрительных и поразительно некомпетентных (но в то же время на удивление однообразных) предложений по повышению производительности общественного труда. Чаще всего эти описания были просто бесплодными, но иногда наносили и прямой вред народному хозяйству. Попытка внедрения на предприятиях заимствованных из "научной" литературы некомпетентных рекомендаций и объективные последствия этой попытки очень хорошо описаны в статье Н.Максимовой "Бригады на перепутье" [53].

Преодоление разрыва между логической и эмпирической процедурами требует создания исследовательской традиции, способной заполнить брешь между количественными методами и дедуктивной логической процедурой. Именно в социальных науках существует реальная возможность использования в исследованиях эмпирических методик, ориентированных на формирование целостных образов изучаемых объектов. Эту функцию выполняет качественная традиция, которая исходит из того, что формирование целостного образа является первичным по отношению к задаче формирования релевантного набора исследуемых переменных.

Изучение объектов, не поддающихся количественному описанию. Выше говорилось о функциях качественных методов, связанных с их способностью содержательно заполнять смысловые <бреши>, возникающие между количественными характеристиками. Однако существуют социальные объекты или проблемные области, где зона измеримости очень мала или вообще отсутствует.

Практика полевых исследований показывает, что для многих объектов или проблем применение количественных методов оказывается либо невозможным, либо ограниченно возможным. Эти ограничения могут возникать по разным причинам: вследствие объективных свойств изучаемых переменных, неотработанности

измерительных процедур, ограниченных ресурсных возможностей исследователя, закрытости некоторых сообществ, а также в тех случаях, когда изучаемый объект обладает множеством частных признаков, неопределенным и меняющимся их составом, причем ни один из них не имеет решающего влияния на ход исследуемых процессов.

Опыт, накопленный мировой социологией показывает, что такие проблемные области вовсе не являются закрытыми для исследований: мировая социология обладает немалым числом блестяще выполненных монографических работ, посвященных описанию подобных объектов. К числу таких работ следует отнести практически все основополагающие работы в области культур-антропологии, а также известные работы по изучению преступных сообществ, управляющей элиты, производственных организаций и других социальных объектов. Вероятно, об этом же говорит и Кэмпбелл задавая читателям риторический вопрос: "Кто, как не представители качественной социологии, исследуют условия, при которых складывается оружие социальная статистика?" [40, с. 320].

Преодоление <мифов>. Исследователь должен отдавать себе отчет в том, что на начальных этапах работы его изначальные представления очень часто бывают неадекватными или <мифологизированными>. Важная роль качественных методов заключается в их способности преодолевать подобные <мифы>. Сходную точку высказывает Д.Кэмпбелл, который пишет: "Социальный исследователь, предпринимая интенсивное изучение отдельных случаев путем включенного наблюдения или используя для знакомства с ситуацией какие-либо другие качественные подходы, связанные с обыденным знанием, в конце концов, обнаруживает ошибочность своих первоначальных представлений и теорий" [40, с. 238].

Взаимодействие с обыденным сознанием. В любой науке скорость развития и обновления концептуальных представлений во многом зависит от интенсивности взаимодействия этих представлений с альтернативными концепциями. Специфика социальных наук заключается в том, что источником таких альтернативных концепций могут быть не только конкурирующие научные взгляды, но и концептуальные наработки обыденного сознания.

Для отечественной социальной науки проблема установления интенсивных контактов с обыденным сознанием является особо актуальной. Причина этого состоит в том, что слабое развитие социальной науки порождает ситуацию, при которой обыденное (практическое) сознание может опережать науку в понимании актуальных социальных проблем, включая не только их фиксацию, но и осмысление. Концептуальные наработки обыденного сознания в нашей стране часто оказываются более корректными, более развитыми и опираются на более релевантный набор фактов, чем конкурирующие с ними научные представления. Более подробно этот вопрос будет рассмотрен в разделах, посвященных методам ведения глубоких экспертных интервью.

О функциях количественных методов

Исследовательские функции количественных методов также нуждаются в описании в свете изложенных выше методологических взглядов. Эти функции, безусловно, важны, поскольку, по выражению Кэмпбелла, "за количественными методами, если они основываются на твердом и проверенном качественном знании, следует признавать возможность выйти за пределы, допускаемые качественным подходом" [40, с. 271].

В пост-позитивистской методологии перечень исследовательских функций количественных методов более широк, чем в позитивистской, что обусловлено

более сложной системой представлений о природе научного знания, созданных в рамках этой методологии.

Выход за пределы индивидуального сознания. Один из основных источников ошибок в социологических исследованиях состоит в том, что определенной совокупности или популяции людей (избирателей, покупателей, реципиентов СМИ, членов общины и т.д.) приписываются характеристики, свойственные либо самому автору концепции, либо ограниченному кругу респондентов, которые были охвачены локальным обследованием. В результате исследовательская рефлексия, правильная в отношении некоторой локальной совокупности респондентов, может быть неправомерно распространена на всю исследуемую совокупность. Использование количественных методов страхует исследователя от подобных ошибок, сигнализируя о том, что исследуемый объект имеет сложную структуру, которая была лишь частично представлена в первоначальном исследовании.

Проверка правомерности (или неправомерности) распространения данных локального обследования на всю исследуемую совокупность можно назвать проверкой гипотезы, однако такая гипотеза не носит концептуального характера и в этом смысле не является содержательной научной гипотезой.

Определение количественных характеристик сегментов исследуемой совокупности. Сегментом называется часть исследуемой совокупности, обладающей теми или иными определенными свойствами, отличающими его от других частей данной популяции. Во многих исследованиях, особенно прикладных, важное значение имеет не просто выявление факта существования сегмента, но и определение его численных параметров. Информация о существовании тех или иных сегментов часто вытекает из обыденного или прошлого исследовательского опыта, либо из результатов специально проведенных качественных исследований. Однако определение численных параметров этих сегментов - задача количественного исследования.

Выявление сегментов на основе большого числа параметров. Сегменты популяции могут быть выделены на основе как одной, так и нескольких взаимосвязанных характеристик. Вопрос о существовании сегментов, образуемых одним или несколькими параметрами (обычно не более четырех) решается, как уже говорилось, на основе информации, внешней по отношению к количественному исследованию. Однако вопрос о существовании сегментов, образованных многими взаимосвязанными характеристиками, часто не поддается прямому исследованию. Эту проблему могут решать математические методы обработки количественных данных (факторный анализ, кластерный анализ и др.), выявляющие латентные <скопления> объектов в многомерном пространстве. Однако результаты таких исследований очень сильно зависят от набора характеристик, заложенных в количественный инструментарий. При отсутствии содержательных представлений о релевантном составе исследуемых переменных результаты таких исследований плохо поддаются интерпретации. Одна из наиболее существенных причин трудностей в интерпретации состоит в существовании скрытых корреляций между переменными, заложенными в исходный инструментарий.

Выявление динамических тенденций. Наряду со структурой социального объекта, фиксируемой составом образующих его сегментов, с исследовательской точки зрения часто бывает важна его динамика, которая может быть выражена в изменении удельных весов составляющих его сегментов. Замеры рейтингов политических субъектов, регулярно осуществляемые в государствах с демократическим устройством, являются одним из примеров таких исследований. Фиксация количественных показателей по определенному, заранее заданному стандартному набору переменных представляет собой чисто количественный вид исследования. Изменение набора переменных обычно осуществляется либо на

основе эмпирических <сигналов>, поступающих на основе проведения качественных исследований, а также по каналам распространения обыденного знания или СМИ. Иногда изменение состава трендов осуществляется под воздействием изменений в теоретических представлениях.

Гипотезы об тенденциях в динамике трендов могут носить экстраполяционный или содержательный характер. Гипотезы первого типа не являются научными в собственном смысле этого слова. Содержательные гипотезы могут базироваться на обыденных представлениях либо логически вытекать из определенных концептуальных соображений. Хотя точную грань между обыденными и концептуальными гипотезами часто бывает провести трудно, только последние гипотезы могут быть названы научными.

Проверка логических гипотез. Научными гипотезами в строгом смысле этого слова являются только такие гипотезы, которые логически вытекают из некоторой системы концептуальных представлений. Необходимость эмпирической проверки таких гипотез вытекает из того, что построение длинных цепей логических рассуждений по поводу эмпирических объектов связано с риском возникновения ошибок, главным источником которых является появление неучтенных эмпирических факторов. С логической точки зрения появление таких факторов равносильно изменению состава аксиом, лежащих в основе исходных рассуждений. Выявление эмпирических аномалий требует проведения работы по выявлению их причин, которые могут быть связаны либо с невалидностью методики, либо с наличием логических ошибок в цепи рассуждений, либо, наконец, с наличием явлений, влияние которых не было учтено при построении концепции.

В социологических исследованиях содержательные гипотезы обычно формулируются в терминах наличия взаимосвязи между теми или иными социальными характеристиками. Источниками появления таких характеристик в ментальном поле исследователей являются теория, качественные эмпирические исследования и, по-видимому, обыденное сознание самих исследователей. Однако средством проверки логических гипотез о наличии взаимосвязей между характеристиками являются количественные исследования.

Результатом проверки логических гипотез в социологических исследованиях чаще всего имеют форму описания некоторых сегментов общества, описываемых целостной системой взаимосвязанных характеристик, причем эти характеристики связаны между собой определенной логической или концептуальной структурой, а не просто эмпирическими корреляциями, которые могут оказаться ложными, временными, не интерпретируемыми и т.д. Выявление и описание сегментов, существование которых не очевидно с точки зрения предшествующих научных или обыденных представлений, часто имеет значимую научную и практическую ценность.

Выявление значимых фактов. Обнаружение значимых эмпирических фактов далеко не всегда осуществляется путем целенаправленного выдвижения гипотез и их проверки. Часто бывают и обратные ситуации, когда процесс обнаружения фактов опережает логическую мысль ученого. Важной и неотъемлемой характеристикой научно значимого факта является его способность ломать существующую систему концептуальных представлений, иными словами, быть аномалией. Строго говоря, существование аномалии не требует количественного подтверждения. Выше уже приводился пример о том, что открытие нового вида животного может быть осуществлено по одной-единственной шкуре. Однако существует особая категория социальных фактов, которые не видны индивидуальному наблюдателю и могут быть выявлены только на больших статистических массивах. С этой точки зрения аппарат статистического наблюдения является одной из разновидностей инструментального

наблюдения, аналогами которого могут служить аэрофотосъемка, исследования физических объектов с помощью микроскопов и проч.

Погруженность количественного знания в качественную когнитивную среду. Описание исследовательских функций количественных методов еще раз подтверждает тот факт, что количественное знание является не автономным, а погружено в определенную познавательную среду, с которой осуществляется взаимодействие по широкому кругу эмпирических и логических аргументов. Качественная когнитивная среда является источником исходных концептуальных представлений и первичных фактов, на основе которых формируются количественно измеряемые параметры и гипотезы о наличии логических связей между ними.

Проверка логических гипотез о наличии взаимосвязи между социальными переменными является важной, но не единственной функцией количественных методов. И академическая, и особенно прикладная наука часто формируют запросы на чисто технологические измерения, во многом аналогичные тем, которые осуществляются в других областях практической жизни. Разумеется, такие измерения осуществляются исходя из определенных потребностей, вытекающих из общего смысла осуществляемой деятельности. Качественная методология полностью разделяет тезис позитивистов о том, что проведение любого исследования должно базироваться на некоторых мотивированных суждениях о его целесообразности.

Пример научного запроса на качественные исследования

Приведем конкретный пример запроса на проведение качественных социологических исследований, сформулированный представителем смежной гуманитарной дисциплины, экономистом Ю.В.Яременко. Этот запрос является яркой иллюстрацией тезиса о принципиальной неполноте количественного знания, выражаемого статистикой, и о таких функциях качественных исследований, как формирование целостного образа объекта, заполнение <брешей> между количественными характеристиками, обеспечение концептуальной динамики и др. Показательно, что данный запрос сформулировал экономист, всю жизнь занимавшийся разработкой макроструктурных моделей развития экономики на основе межотраслевого баланса.

<Наша экономика не имеет естественного измерительного аппарата. По этой причине проблема измерения в ней усложняется на порядок. Если подняться еще на ступень выше, к социальным процессам, то здесь проблема измерения еще более затруднена.

Сегодняшнее наше понимание многих вопросов базируется на обобщении вторичных материалов (публикаций в прессе и т.п.). В научном обороте нет достаточного числа первичных фактов, на основе которых можно было бы сформировать адекватное понимание этих проблем. Существуют области, применительно к которым просто отсутствуют способы получения необходимых фактов. По структуре экономики есть статистика, но существует другой слой общих проблем, которые не могут быть описаны статистикой. Их исследование должно базироваться на первичных описаниях и первичных фактах.

Не случаен острый интерес экономистов к газете. Каждый серьезный макроэкономист проявляет значительный интерес к газетным публикациям, выискивая в них что-то интересное для себя. Почему возникает этот интерес? Наверное, потому, что нет других источников эмпирических данных. Газета служит эквивалентом первичной информации, но эквивалентом во многом некачественным и неадекватным. Газетный материал - разрозненный, поверхностный, искаженный. Журналисты обычно не обладают высокой экономической квалификацией. Поэтому

они не являются трансляторами первичной информации, а пропускают ее через собственное сознание, существенно искажая имеющийся у них материал и не умея заглянуть вглубь проблемы. Существуют, конечно, и очень сильные публицистические работы, но они редки. Экономисты не могут строить свою работу, опираясь только на вершины публицистики. А что делать с теми сферами, в которых сильные публицисты вообще не работали?

Работа экономиста представляет собой складывание целостной картины из разрозненных фактов. Статистика как таковая еще не создает полноценной картины. Нужна большая дополнительная информация, которую экономист пытается взять из газет. Из частных фактов, взятых из газет и других аналогичных источников, макроэкономист пытается складывать некоторую целостную "мозаику". Он все время занят построением такой "мозаики", но обобщенная картина все равно не складывается, потому что данные разрознены и отсутствует промежуточная информация.

Именно в этом смысле тексты социологических интервью следует считать методом познания не только частных, но и общих вопросов. Интервью заполняют бреши в наших знаниях и дает целостную картину. Тексты интервью - материал на несколько порядков более качественный, чем газетные публикации. В интервью сами собой всплывают проблемы, которые еще не поднимались ни в публицистике, ни в научной литературе.

Что же касается результатов анкетных опросов, результаты которых периодически присылали мне различные социологические организации, то они удивляют своей банальностью. Сама структура этих анкет отражает лишь расхожие представления, и ничего больше. Возможность возникновения чего-то конструктивного из таких исследований более чем сомнительна>.

Качественный подход и общественные задачи социологии как фундаментальной науки

Социология как наука с момента своего возникновения ставила своей целью изучение общественных проблем и поиск путей их решения. При этом специфичный взгляд на общественную проблематику и специфичное поле для исследований (не совпадающее с проблемными полями других гуманитарных дисциплин) давали возможность социологам высказывать свои особые, не имеющие аналогов взгляды и тем самым вносить вклад в дискуссию, касающуюся стратегических проблем развития общества.

В 1968 году в послесловии к сборнику "Американская социология" Т.Парсонс, говоря о теоретической социологии, писал, что значимость научной дисциплины связана с местом, занимаемым ей в более общей интеллектуальной культуре. "За последнее тридцатилетие - отмечал Парсонс - в положении социологии произошел заметный сдвиг. Не будет преувеличением сказать, что со времен Рикардо и после - в период огромной популярности Маркса - экономическая наука считалась ключевой дисциплиной для понимания социального мира, причем интерес к экономике вытеснил предшествующие ему преимущественно политические подходы. В конце XIX и начале XX века на короткое время в центре внимания оказались психологические теории, особенно те, которые были связаны с психоанализом. Однако в наши дни в центр научных интересов начинает перемещаться социология" [9, с. 328].

По причинам, частично описанным выше, западная, и российская социология не смогла удержаться в центре общественных наук. Обрыв преемственности между поколениями, интеллектуальный упадок резко ослабили ее влияние. В то же время

зародившаяся в 70-е годы острая теоретическая полемика между различными направлениями экономической мысли (кейнсианцами и монетаристами) сдвинула фокус научных интересов в сторону теоретической экономики. В конце XX века социология оказалась фактически отключенной от обсуждения стратегических проблем развития общества и всей современной цивилизации. Однако такое положение представляется нам временным. Дело в том, что в конце 70-х гг. теоретическая дискуссия в экономике переросла дисциплинарные границы этой науки и перешла на предметное поле социологии, поскольку в центре внимания экономистов-теоретиков оказались вопросы институционального устройства общества. Эта тенденция, в частности, ярко выражена в трудах нобелевских лауреатов по экономике Ф.Хайека, Дж.Бьюкенена, Р.Коуза и других. Основная рассматриваемая ими проблема - анализ взаимозависимости социальной организации на микроуровне и институционального устройства общества на макроуровне - является классической проблемой теоретической социологии, которая несомненно, была бы достойным интеллектуальным партнером в этой дискуссии, если бы не переживаемый ею упадок. Знакомство с работами Ф.Хайека, Дж.Бьюкенена и ряда других авторов этой школы убеждает в том, что названные ученые очень слабо знакомы с трудами классиков социологии, хотя анализируемые ими проблемы сильно перекликаются с ними.

Таким образом, существует ряд факторов, которые, как можно ожидать, предопределяют в ближайшем будущем очередной рост интереса к теоретической социологии и к глубоким социологическим исследованиям. Во-первых, это очевидная актуальность и высокий научный уровень теоретических дискуссий в экономике, сопровождаемый растущим общественным вниманием к этим дискуссиям. Во-вторых, это сдвиг анализируемой в теоретической экономике проблематики в институциональную сферу, т.е. на предметное поле социологии[10]. Наконец, в третьих - наличие в социологии мощного теоретического и методического задела, являющегося основой для получения ответов на <вызовы> современности. Для России, как, впрочем, и для других стран мира, научные дискуссии об институциональных основах существования общества имеют не только теоретическое значение. Будущее нашей страны, переживающей тяжелый институциональный кризис (экономический кризис есть лишь следствие институционального), в очень большой степени будет зависеть от того, какой идейный багаж будет использован для его осмысления. Вопрос, однако, заключается в том, в какой мере и в какие сроки российская социология сможет стать полноценным участником этой дискуссии, которая пока что ведется без ее участия.

Пути подъема российской социологии выглядят очевидными, но нелегкими. Во-первых, необходимо восстановление традиции теоретического мышления. Эта задача очень масштабная, и быстрого решения здесь ожидать не приходится. Во-вторых, социологическое сообщество должно освоить широкий спектр качественных методов полевой работы. Сегодня, в конце 90-х годов, это во многом уже произошло, но только в практической области маркетингового и политического консультирования. Крупные институциональные отрасли, такие как армия, судебная система, органы охраны порядка, местное самоуправление, медицина, образование и другие остро нуждаются в участии социологов в выработке концепций по их реформированию. При этом вполне очевидно, что основным двигателем исследований в названных областях должна стать именно качественная социология. Думается, что при возникновении соответствующих исследовательских и теоретических школ данная работа получит большое общественное признание.

Изложенные выше представления о роли качественной социологии были основными мотивами написания данной книги, первое издание которой было осуществлено еще в начале 90-х годов. Ныне эти взгляды остались неизменными.

Из всего набора неколичественных исследовательских методик автором для подробного описания избрано свободное (неструктурированное) интервью. Это обусловлено как личным опытом автора, работавшим в основном этим методом на протяжении последних пятнадцати лет, так и тем, что из всех "гибких" методов интервью является наиболее распространенным, наиболее доступным и вместе с тем наиболее универсальным методом. Другие качественные методы в нашей стране все еще ждут своего систематического описания.

ГЛАВА 2. ТИПЫ ИНТЕРВЬЮ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Основные типы интервью

Описание типологии методов интервью начнем с обзора отечественной методической литературы, а затем перейдем к зарубежной. Для отечественных источников, изданных до начала 90-х годов, характерно разделять все виды социологического опроса на анкету и интервью, а также рассматривать отдельно методику и технику применения этих методов. Данное разделение не всегда оправдано, поскольку, например, методические принципы разработки анкет и формализованных интервью почти идентичны, тогда как между проведением формализованных и неформализованных интервью существуют громадные различия.

Далее, согласно отечественным источникам, все виды интервью разделяются по технике проведения на, с одной стороны, свободные, нестандартизованные, неформализованные (все три слова являются синонимами), с другой стороны, <несвободные>, стандартизованные, формализованные.

Вопросы, как в анкетах, так и в интервью, в зависимости от форм их построения, делятся на открытые и закрытые. К закрытым, согласно общепринятой трактовке, относятся вопросы, в которых респонденту предлагаются заранее разработанные исследователем варианты ответов. Интервью, составленные из закрытых вопросов, называются формализованными, а из открытых - неформализованными. Если в интервью имеются вопросы обоих типов, оно называется полужформализованным.

В советское время формализованное интервью как метод получения информации практически не применялось, а вместо него использовались формализованные анкеты, которые раздавались респондентам и самостоятельно заполнялись ими.

Вопрос о значительном ухудшении качества социологической информации при использовании самозаполняемых анкет вместо формализованных интервью в отечественной литературе почти не исследовался.

Причины снижения качества информации при использовании анкет отчасти проанализированы в переведенной с немецкого книге Э.Ноэль <Массовые опросы>, которая в числе основных недостатков этого метода называет смещение выборки и искажения при ответах. При этом Э.Ноэль не анализирует главной причины снижения качества результатов исследования, которое прежде всего связано с качеством самих вопросников.

Образцы вопросников, приведенные в книге Э.Ноэль, отличаются от российских аналогов в двух основных аспектах. Во-первых, более сложной логической структурой, во-вторых, - наличием довольно большого числа открытых вопросов, предусматривающих дословную запись ответов.

Одна из причин упрощения структуры анкет в российской социологической практике связана с отсутствием традиции тщательной проработки логической структуры вопросников. На практике это приводит к тому, что респондентам часто задаются вопросы, содержащие те или иные смысловые и логические пороки, включая неоднозначность смысла, наличие неявно сформулированных презумпций и т.д.

Относительно второго отличия, а именно большого числа открытых вопросов в зарубежных вопросниках, следует сказать, что, хотя отечественные учебники признают правомочным включение в анкеты открытых вопросов, практика показывает, что в отечественных исследованиях вопросы этого типа чрезвычайно плохо срабатывают. По данным В.Шляпентоха, совпадающим с нашим опытом, от ответов на открытые вопросы уклоняются нередко до 2/3 и более всех опрошенных, тогда как в зарубежной практике отказы от ответа на такие вопросы встречаются не чаще, чем отказы отвечать на все остальные.

Главной причиной столь значительной разницы в срабатывании открытых вопросов является различие в их логических объемах. Логический объем открытого вопроса в зарубежных вопросниках всегда минимален, поэтому он допускает компактный и не вызывающий затруднения ответ. Такая минимизация логического объема достигается в ходе перевода программного вопроса исследования в операциональные анкетные вопросы. Обращает на себя внимание то, с какой тщательностью работники руководимого Э.Ноэль Института демоскопии вычленили из вопросов большого логического объема те подвопросы, которые поддаются формализованному закрытию. Если в результате образуется своего рода <логический осадок>, т.е. вопрос, не поддающийся ни закрытию, ни дальнейшему членению, то в этом, и только в этом случае он формулируется как открытый[11].

В российской исследовательской практике работа по логическому расчленению вопросов часто не доводится до конца, вследствие чего в анкетах часто появляются вопросы большого объема, не расчлененные на составляющие их элементы. Если такой вопрос делается закрытым, то его логические пороки проецируются на структуру закрытий, порой ставя буквально в тупик заполняющего анкету респондента. Если вопрос большого логического объема ставится как открытый, то это вполне допустимо в тех случаях, когда он включен в состав неформализованного или полужформализованного интервью, предусматривающего возможность фиксации длительных и развернутых ответов (например, с помощью диктофона). Ниже будет показано, что неформализованные интервью, в противоположность анкетам, как правило, должны состоять из вопросов большого логического объема. Однако задавать такие вопросы в формализованной анкете нецелесообразно по следующим причинам. Во-первых, любому человеку, даже с высоким уровнем образования, письменная речь дается со значительно большим трудом, чем устная. Многие люди вообще плохо владеют письменной речью. Во-вторых, полноценное раскрытие вопроса с большим логическим объемом требует обычно развернутого ответа. Даже при устном опросе длительность таких ответов может составлять десятки минут, а возможно, и несколько часов (см. об этом ниже). Объем письменного ответа на такой вопрос может составить десятки страниц, а трудоемкость его составления респондентом - несколько дней, а то и недель. Люди, не привыкшие писать, могут вообще не справиться с этой работой. Интересно отметить, что составители анкет очень часто оставляют для ответа на открытые вопросы с большим логическим объемом очень мало места, буквально две-три строки. Результат - отмеченная выше очень низкая заполняемость таких вопросов и низкая содержательность ответов.

Исходя из вышеизложенного, вновь сформулируем специфику описания методов социологического опроса в отечественной литературе советского периода. Во-первых, основополагающее разделение методов опроса на формализованные и неформализованные подменено в ней разделением на анкеты и интервью. Такая

подмена нарушила ясность подачи материала в учебниках. В частности, это нашло отражение в том, что понятие формализованных и неформализованных методов пришлось продублировать понятиями закрытых и открытых вопросов, причем соотношения между этими двумя парами понятий остались непроанализированными. В результате не проанализированы громадные методические различия в построении открытых вопросов в составе формализованных и неформализованных видов опроса. Во-вторых, для описания неформализованных видов опроса в учебниках почти не осталось места, поскольку в разделах, посвященных анкетам, этот вопрос не рассматривается, а в разделах, посвященных интервью, как минимум половина объема отведена формализованной разновидности этого метода.

Перейдем теперь к описанию того, как характеризуются методы опроса в зарубежной литературе. Во всех изученных нами источниках, включая и книгу Э.Ноэль, анкета вообще не рассматривается как самостоятельный метод опроса. По контексту изложения видно, что анкетой в западных методических источниках называется вопросник, который чаще всего заполняется с помощью интервьюеров, но иногда и рассылается по почте либо раздается респондентам для самозаполнения. Общеизвестно, что самозаполнение анкет, как правило, ухудшает качество информации, хотя в некоторых случаях (например, при освещении интимных вопросов) этот метод может быть более предпочтительным.

Основным методом опроса, описанным в зарубежных методических пособиях, является интервью. Как и в российских источниках, интервью делятся на формализованные и неформализованные. Формализованные интервью называются также структурированными и стандартизованными. Как и в нашей стране, эти слова часто являются синонимами. Что же касается неформализованных интервью, то здесь, по сравнению с отечественными источниками, синонимический ряд терминов является значительно более длинным. Помимо слов <неформализованное>, <неструктурированное> и <нестандартизованное>, этот тип интервью обозначается еще как <свободное>, <открытое>, <глубинное>, <интенсивное>, <исследовательское>, <качественное>. Следует оговорить, что перечисленные выше термины не всегда являются синонимами в полном смысле этого слова. Некоторые авторы вкладывают в них определенные смысловые различия, иногда оговариваемые явно, а иногда вытекающие из контекста. Однако, как мы убедились, общепринятых определений этих терминов не существует, и каждый автор волен рассматривать их либо как тождественные, либо вносить в их употребление удобные ему смысловые оттенки.

Далее следует отметить, что методические особенности формализованного и неформализованного видов интервью описаны в зарубежных источниках более подробно, особенно в той части, которая касается неформализованного их вида. Ниже представлены сравнительные характеристики этих видов интервью, отсутствующие либо недостаточно подробно описанные в отечественной литературе.

Формализованное интервью предназначено для получения однотипной информации от каждого респондента. Ответы всех респондентов должны быть сравнимы и поддаваться классификации. Это означает, что различия и сходство в ответах должны отражать действительные различия и сходство между респондентами, а не различия, вызванные задаваемыми вопросами или тем, как эти вопросы были поняты. Формализованное интервью может использоваться для многих целей, включая определение общественного мнения по широкому кругу вопросов, выяснение потребительских предпочтений, стереотипов поведения, распространения психиатрических симптомов, а также для множества иных целей, включающих получение количественной информации. Формализованное интервью

может применяться однократно со многими респондентами или проводиться в несколько заходов с одними и теми же респондентами для определения стабильности либо изменчивости их установок, ценностей, привычек, компонентов образа жизни и т.д.

Неформализованные интервью включают в себя широкий круг видов опроса, не отвечающих требованию сопоставимости вопросов и ответов. При использовании неформализованного интервью не делается попытки получения одних и тех же видов информации от каждого респондента, и индивид не является в них учетной статистической единицей. Содержание интервью может меняться от респондента к респонденту: каждый респондент сообщает ту информацию или высказывает те мнения, которые он может представить наилучшим образом. В этих условиях использование заранее подготовленного набора вопросов часто бывает только помехой, поэтому в неформализованном интервью вопросники могут вообще не использоваться.

Неформализованное интервью, в отличие от формализованного, не требует в качестве предпосылки для его проведения предварительной проработки всех пунктов информации, которая должна быть получена. В связи с этим оно может быть использовано на всех стадиях исследования. Этот метод способствует достижению интуитивного понимания вопроса или проблемы, а также обнаружению непредвиденных областей релевантности в исследовании. Неформализованное интервью может использоваться также для объяснения неожиданных результатов количественных исследований, например, расхождения результатов голосования с предвыборными прогнозами, или для объяснения новых проблем, возникших в ходе исследования.

Различают подготовительный и независимый виды неформализованного интервью. Первый проводится для подготовки к формализованному. Такое интервью может использоваться для вычленения значимых компонентов вопроса или проблемы, на основе которых будет сформирована структура будущего вопросника. Наряду с этим, подготовительное интервью используется для изучения словаря респондентов, типов реакции на вопросы, типов противодействий, которые оказывают респонденты при тех или иных вопросах, и многого другого.

Независимое неформализованное интервью, в отличие от подготовительного, имеет самостоятельную исследовательскую функцию. Оно используется в тех случаях, когда нет возможности провести формализованное исследование, либо нет необходимости в сравнении множества ответов или их суммирования по определенной выборке. Независимое интервью может быть использовано для исследования таких вопросов, как социальные волнения, преступность и теневая экономика, последствия научно-технического прогресса и т.д.

Для формализованного интервью процедуры составления вопросников, сбора и анализа результатов очень тщательно разработаны. Можно сказать, что эта методика доведена до уровня совершенства точного научного прибора.

Методика неформализованного интервью более разнообразна, более сложна, ее невозможно представить в виде определенного набора рутинных действий. При проведении неформализованного интервью ведущий опрос обладает большой свободой как в формулировании конкретных вопросов, так и в формировании общей направленности беседы. При этом интервьюер в значительной мере исходит из имеющегося у него общего взгляда на тему исследования и априорного (точнее, <доисследовательского>) знания проблемы. По этим причинам при использовании методики данного типа очень трудно бывает осуществить разделение труда в смысле выполнения задач, которые требуют высокого уровня квалификации, и задач, которые могут быть выполнены менее квалифицированным персоналом с коротким сроком подготовки. В связи с этим, неформализованное интервью часто

проводится самим исследователем или группой квалифицированных исследователей, придерживающихся близких взглядов на проблему.

Наряду с разделением видов интервью на формализованное и неформализованное в зарубежной литературе описаны и другие их типологии. Существует два главных подхода к описанию типов процедуры интервьюирования. Первый подход состоит в определении характеристик отдельного вопроса, которое осуществляется в терминах <открытый - закрытый>, <нейтральный - наводящий> и т.д. Второй подход оперирует категориями описания общего стиля ведения интервью и осуществляется в таких терминах, как <активное> или <пассивное> поведение интервьюера, <управляемое> или <свободное> поведение респондента. Хотя термины, используемые для описания типов вопросов и стилей интервью, различаются, центральным понятием, объединяющим эти типологии, является, по-видимому, характер и степень контроля (направляющего воздействия), осуществляемого исследователем при ведении интервью. Ниже описаны некоторые типологические характеристики, отражающие различные формы такого контроля.

Направленное и ненаправленное интервью. Данная типологическая ось близка к описанной выше оси формализованного и неформализованного интервью, но не тождественна ей. При проведении направленного интервью ведущий опрос решает, какие вопросы будут заданы, какие темы освещены, какой будет последовательность тем и вопросов, а также планирует всю процедуру в целом. При ненаправленном интервью все или почти все из этих решений принимает сам респондент. Вот описание того, что называется <ненаправленным> интервью:

<После того, как интервьюер объяснил программу, респонденту разрешается самому выбрать тему. До тех пор, пока респондент говорит спонтанно, интервьюер должен следить за его высказываниями, проявляя к ним действительный интерес. Пока интервьюируемый говорит, не должно быть сделано ни одной попытки перевести разговор на тему, которая кажется интервьюеру более важной. Ему следует внимательно слушать все, что говорит респондент и принимать участие в разговоре только в той степени, в какой это необходимо, чтобы интервьюируемый продолжал говорить. Если интервьюер задает вопросы, то они должны быть сформулированы в уклончивой форме и, конечно, не в такой, которая предполагает определенный ответ>.

Таким образом, ненаправленное интервью всегда является неформализованным, в то время как направленное может быть и формализованным и неформализованным. Ясно также, что ненаправленное и направленное интервью в данном описании являются идеальными типами, образующими крайние точки шкалы, в промежутке между которыми находятся виды интервью со средней степенью направленности.

Направленность в интервьюировании в значительной степени несовместима с получением непредвиденных ответов. Прямые вопросы, даже если они не являются <наводящими>, заставляют респондента сфокусировать внимание на тех пунктах, на которых он, возможно, не остановился бы по собственной инициативе. Это основной недостаток тех вопросников, которые не дают возможности опрашиваемым выразить отсутствие интереса к задаваемым вопросам.

Интервью с точной и с неточной формулировкой вопроса. Первый тип характеризуется тем, что интервьюер задает вопросы так, как они записаны, и в том порядке, в каком они записаны. Это отнюдь не тождественно процедуре формализованного интервью, поскольку закрытия в вопросах могут отсутствовать, а ответы респондентов могут быть сложными и пространственными. В интервью с неточной формулировкой вопросы формулируются по усмотрению интервьюера, который приспособливает их к каждому респонденту в зависимости от хода беседы. Вместо вопросников в интервью этого типа часто используется перечень информации, которую надо получить от каждого респондента.

Вопросы, подготовленные заранее, и вопросы, заданные по ходу интервью. Здесь противопоставляются вопросы, заранее продуманные исследователем, и те вопросы, которые задаются непосредственно в интервью в виде оперативной реакции на высказывания респондента. В большинстве интервью имеют место как те, так и другие вопросы, но их удельные веса могут существенно различаться. Могут проводиться интервью, которые вообще не содержат заранее продуманных вопросов.

В этом случае интервью должно структурироваться через понимание исследователем своей исследовательской проблемы. Не зная заранее, какой именно релевантной информацией располагает респондент, интервьюер задает вопросы, ориентируясь непосредственно по обстановке.

Вопросы по ходу интервью являются своего рода компенсатором недостаточной проработанности заранее подготовленного вопросника. Оперативное реагирование на высказывания респондента имеет определенные положительные стороны, поскольку благодаря ему, исследователь старается не упустить какую-то важную информацию, о которой сам респондент мог упомянуть ненароком или косвенно. Вместе с тем оперативный (без продуманного заранее плана) режим ведения интервью может приводить к утрате стратегического плана, <размениванию> на мелкие, не связанные между собой темы. Слишком активное оперативное реагирование <размельчает> интервью, способствуя раздроблению крупных тем на более мелкие. В <оперативном> режиме ведения интервью на интервьюера ложится очень большая умственная нагрузка: зафиксировав новое релевантное высказывание респондента, он должен в полном объеме понять концептуальное значение этого высказывания и задать соответствующий вопрос. Скорость мышления интервьюера не всегда поспевает за этим процессом: часто оказывается, что лишь после окончания интервью исследователь осознает, какие вопросы он должен был задать. Иногда, если это возможно, положение удается исправить повторным интервью. Если же это невозможно, то исследователю остается утешать себя тем, что ко времени разговора со следующим респондентом он эти вопросы обязательно продумает заранее.

Общий и частный вопросы. Данные термины отражают различия в логических объемах вопросов: на одном полюсе вопрос предельно большого, а на другом - предельно малого логического объема. При получении информации по одной и той же теме интервьюер имеет возможность выбора: задать один общий или большое количество частных вопросов. Общий вопрос, задаваемый респонденту, может по логическому объему и по формулировке совпадать с программным вопросом исследования.

Общий вопрос по сравнению с частными обладает двумя важными методическими преимуществами. Во-первых, он может быть использован для получения информации, которая с большей вероятностью будет искажена при использовании частных вопросов. Причины этих искажений заключаются в следующем:

- а) список частных вопросов может включать в себя такие вопросы, в которых респондент не компетентен, над которыми он не думал; практика показывает, однако, что если такой вопрос задан, то респондент чаще всего как-то на него отвечает, фантазируя и импровизируя на ходу;
- б) список частных вопросов может не предусматривать важных и релевантных тем, которые имеются в сознании респондента, но отсутствуют в сознании интервьюера; задавая частные вопросы и жестко контролируя ответы, интервьюер не получит важной для него информации и останется <при своем>;
- в) при ответе на общие вопросы респонденты практически всегда расставляют ранги значимости освещаемых ими тем; эти ранги значимости искажаются, смещаются либо вовсе исчезают при ответе на частные вопросы.

Второе преимущество общих вопросов, на которое указывает Р.Горден и с которым согласуются и собственные наблюдения автора данной книги, заключается в том, что общие вопросы обладают для респондента мотивирующим эффектом, облегчая установление и поддержание контакта в ходе интервью. Источник этой мотивирующей силы заключается, по-видимому, в том, что, отвечая на общий вопрос, респондент воспринимает ситуацию как более осмысленную, в большей степени позволяющую ему проявить свой ум, знания, квалификацию.

Третье преимущество общих вопросов состоит в том, что они могут задаваться в условиях очень низкой информированности исследователя о предмете исследования. Данное свойство особенно важно на первых (разведывательных) этапах исследования.

Иногда для дополнительного расширения объема вопроса интервьюер может использовать вопросы с неправильным грамматическим построением (двусмысленные, неоднозначные по смыслу и т.п.). Хороший пример использования данного приема содержится в фантастической повести братьев Стругацких <Жук в муравейнике>, где главный герой, нарочито используя плохое знание чужого языка, задает двусмысленный вопрос и получает в ответ важную для него информацию.

Наличие перечисленных выше достоинств общих вопросов не означает, тем не менее, что частные вопросы не имеют своих преимуществ и своей зоны применимости. Если в интервью требуется получить конкретные факты и мнения, а не общие представления респондента о предмете, то частный вопрос является более подходящим. Например, если исследователя интересует возраст, национальность и доходы респондента, было бы глупо спрашивать: <Расскажите, пожалуйста, о себе>. Методические достоинства частных вопросов в целом совпадают с теми аргументами, которые приводят в обоснование целесообразности применения формализованных вопросников.

Полуструктурированный вопрос. Этот термин редко используется в отечественной литературе, но если используется, то как синоним термина <полузакрытый вопрос>. Последний обозначает такой тип анкетного вопроса, в котором наряду с несколькими закрытиями предусматривается и открытый вариант ответа, обозначаемый выражениями типа <иное мнение> или <иной ответ>. Иную, не имеющую аналогов в отечественной литературе, трактовку дают термину <полуструктурированный вопрос> Р.Мертон, М.Фиске и П.Кендалл в книге <Фокусированное интервью>. Изложим данный вопрос так, как он описан в названной книге, а затем прокомментируем от себя.

<В фокусированном интервью неструктурированный вопрос не фиксирует внимание на какой-то конкретной стороне стимульной ситуации[12] или реакции респондента. Респондент является как бы чистой страницей, которую следует заполнить интервьюируемому. Но в интервью могут использоваться и более структурированные вопросы.

Вот некоторые уровни и способы структуризации, которые могут служить руководством для интервьюера.

1. Неструктурированный вопрос (свободный в отношении и стимула, и реакции):

- Что произвело на Вас наибольшее впечатление в фильме? Такой тип вопроса направлен на то, чтобы интервьюируемый сам определил фокус своего внимания, причем он может сделать это сразу в двух аспектах: а) он может говорить о любом фрагменте кинофильма или обо всем фильме в целом; б) он может сообщить о любом типе своей реакции, включая любые эмоциональные переживания, почерпнутые из фильма интересные сведения и т.п. Все это подходит под предельно широкое выражение <что произвело наибольшее впечатление>.

2. Полуструктурированный вопрос. Этот тип вопроса имеет два подтипа:

А: Структурированный по ответу, свободный по стимулу, например:

- Что Вы узнали из фильма, чего не знали раньше? Как и в предыдущем вопросе респондент может выбрать для ответа любой фрагмент фильма, однако из всей совокупности своих впечатлений он должен вычленить только элементы нового знания, полученные в результате просмотра.

Б: Структурированный по стимулу, свободный по ответу:

- Каковы Ваши впечатления по поводу той части, где рассказывается об увольнении Джо из армии как психоневротика?

В противоположность предыдущему, в данном вопросе точно указан эпизод фильма, который является предметом рассмотрения, но зато общее слово <впечатление> позволяет респонденту выбрать, о каком именно аспекте своих впечатлений ему следует сообщить.

3. Структурированный вопрос (по стимулу и по ответу). Это, по сути, уже формализованный или закрытый вопрос.

- Исходя из того, что Вы увидели в фильме, как Вы считаете, была ли немецкая техника лучше, на том же уровне или слабее американской?

В вопросах этого типа интервьюер осуществляет практически полный контроль над ответом. Он не только отобрал для комментария лишь те фрагменты фильма, в которых содержится показ немецкой техники, но и предопределил тип реакции респондента, которому необходимо только дать оценку немецкой техники в сравнении с американской>.

Приведений выше отрывок отражает важную методическую проблему, вскрытую авторами цитируемой книги. Общий вопрос, как и любое общее (большого объема) понятие, допускает различные способы или логические основания членения. Следовательно, один вопрос может обладать несколькими различными способами структуризации. Если, к примеру, респонденту задается вопрос о его <впечатлениях>, то эти впечатления могут быть эмоциональными или информационными, приятными или неприятными, сильными или слабыми и т.д. Желая увеличить степень конкретизации вопроса, интервьюер должен четко осознавать, по каким из перечисленных логических оснований он будет увеличивать степень конкретности и какие логические основания он оставит для свободного выбора респондента.

Наводящий и нейтральный вопросы. Первый тип вопроса отличается формулировкой, в той или иной степени предопределяющей ответ респондента, т.е. оказывающей на него своего рода психологическое давление. Второй тип вопроса в идеале не должен иметь такого влияния.

Наводящие вопросы бывают двух типов: а) содержащие явные или неявные логические презумпции и б) содержащие оценочные либо эмоциональные выражения. Вопросы с явной презумпцией часто начинаются с определенной констатации, правильной или ложной, например: <Социалисты всегда выступали за свободную торговлю. Считаете ли Вы, что им следует отменить некоторые из торговых барьеров?> В качестве примера вопроса с неявной презумпцией можно привести знаменитый вопрос греческих софистов: <Потеряли ли Вы рога?>. В этом вопросе неявно подразумевается, что человек имеет рога, что время от времени он их теряет, и остается только уточнить, когда это произошло в последний раз.

Примером вопроса оценочного типа может послужить вопрос из учебника Р.Гордена: <Как Вы относитесь к тому, что негры вторгаются в наши места?> (Сравни с оценочно-нейтральной формулировкой: <Каково Ваше отношение к тому, что в этом районе селятся негры?>).

Наряду с формулировками вопросов наводящим воздействием могут обладать и некоторые другие действия интервьюера. Например, интервьюер может высказывать постоянные сомнения в правдивости или правильности ответов.

Практика интервьюирования показывает, что в этих случаях респондент часто бывает готов сменить свою точку зрения.

Использование в интервью наводящих вопросов и иных средств психологического давления обычно рассматривается как методическая ошибка, но в некоторых случаях они могут применяться сознательно в качестве специального методического приема. К примеру, известный американский сексолог А.Кинси, задавая вопросы об <отклоняющихся> формах сексуального поведения, рекомендует не спрашивать респондента, имеют ли они место, а внушать ему, что интервьюер не сомневается в том, что респондент выступал в роли нарушителя принятых норм и что его интересуют только детали. Наводящие вопросы часто задают следователи, желая получить от допрашиваемого скрываемую им информацию, хотя закон и запрещает им это делать.

Рассматривая проблему использования наводящих вопросов в интервью, Р.Горден предлагает различать три типа ситуаций: 1) наводящие вопросы помогают получить больше валидной информации; 2) валидная информация может быть получена вопреки наводящим вопросам; 3) наводящий вопрос искажает ответ. Рассмотрим эти ситуации подробнее.

1. Характерные признаки ситуации первого типа: респондент четко и ясно представляет себе нужную интервьюеру информацию, но склонен утаивать ее, либо потому, что сообщение правильного ответа не соответствует требованиям этикета, либо из-за того, что правильный ответ содержит потенциальную угрозу его <я>. При этих условиях наводящий вопрос полезен, если он направлен против источника сопротивления и <уравновешивает> его влияние. При этом очень важ-но: а) правильно понять источник сопротивления и б) правильно <дозировать> степень оказываемого психологического давления, так как при <передозировке> респондент может признаться в том, чего не было.

2. Существуют условия, при которых валидная информация может быть получена вопреки наводящим вопросам. Эти условия таковы:

а) респондент ясно представляет себе информацию, воспоминания не стерлись, хронологическая и логическая путаница отсутствует;

б) ни информация, ни отношения между интервьюером и респондентом не содержат угрозы <я>;

в) нет барьера этикета между респондентом и интервьюером;

г) респондент обладает достаточно устойчивой психикой, чтобы противостоять давлению наводящих вопросов.

Чтобы избежать смещения ответов в результате <безобидного> наводящего вопроса, интервьюер должен помнить, что обычно ему неизвестно заранее, существуют ли необходимые условия для того, чтобы такой вопрос не делался фактором искажения. Лучше избегать наводящих вопросов, чем надеяться на то, что они не повлияют на ответ.

3. Весьма часто, если нет специальных оснований к применению наводящих вопросов, они приносят вред, искажая результаты опроса. Это может происходить по следующим причинам:

а) респондент не очень хорошо представляет себе информацию из-за плохой памяти, хронологической и логической путаницы, но он очень чувствителен к намекам интервьюера;

б) требуемая информация не важна для респондента, и его мотивация к точному ее представлению слаба;

в) респондент не чувствует себя свободным сказать <я не знаю>, если требования этикета таковы, что он должен выказывать почтительное отношение к интервьюеру.

Мягкий и жесткий стили ведения интервью. В <жестком> стиле ведения интервьюеру разрешается грубо перебивать респондента, ловить его на

противоречиях, задавать наводящие вопросы, оказывать психологическое давление и т.д. Этот метод ведения интервью во многом сходен с тактикой следователей, ведущих допрос обвиняемых. <Мягкое> интервью предполагает вежливое и сочувственное слушание высказываний респондента. Уточнение замеченных интервьюером противоречий осуществляется с извинениями и в деликатной форме (<Извините, но мне показалось, что...>)

<Жесткий> тип интервью применяется для <пробивания> у респондента эмоционально закрытых сфер, связанных с угрозой его <я>. В частности, его применял упомянутый выше сексолог А.Кинси для изучения интимных сторон жизни американцев, получив на этом пути многие поразительные результаты. Российский социолог Елена Косалс (г. Новосибирск) сообщила автору данной книги, что она предпочитает <жесткий> стиль при проведении интервью с председателями колхозов и директорами совхозов, так как в противном случае, по ее словам, <они все врут>. Она же предложила определенное усложнение рассматриваемой типологии, представляющее собой следующую типологическую триаду. Интервью может вестись:

- а) с позиции респондента (<мягкое>, <сочувствующее>);
- б) с позиции, противоположной позиции респондента (<жесткое>, <недоверчивое>);
- в) с собственной позиции, занимаемой интервьюером (может быть как <мягким>, так и <жестким>).

Фокусированное интервью.

Обзор использования термина <фокусированное интервью> в литературе следует начать с книги Р.Мертон, М.Фиске и П.Кендалл <Фокусированное интервью. Проблемы и методы>, изданной в США в 1956 г. По глубине методической проработки метода и четкости методологического мышления данная работа, по нашему мнению, намного превосходит все остальные известные нам исследования по проблематике интервьюирования. Вместе с тем, указанная работа посвящена анализу только одного, весьма специфичного вида интервью. Вопрос о применимости ее выводов и рассматриваемых в ней методических принципов к другим видам интервью должен решаться в каждом случае отдельно: некоторые выводы и методические принципы могут быть применены к широкому классу интервью, тогда как другие - только к рассматриваемому в указанной работе их виду. Книга <Фокусированное интервью. Проблемы и методы> написана как методическое осмысление проведенного ее авторами конкретного социологического исследования. Специфика исследования была обусловлена временем его проведения (шла вторая мировая война) и спецификой заказа. Последняя состояла в том, что Р.Мертону и соавторам было предложено изучить социальные и психологические результаты пропагандистских усилий, направленных на подъем морального духа населения и, в частности, призывников в армию. Основным предметом исследований явилось изучение восприятия фильмов антифашистской направленности. Устраивался коллективный просмотр фильмов, причем кресло каждого зрителя было снабжено двумя кнопками, нажатие одной из которых означало <нравится>, а другой - <не нравится> (не нажимая ни на одну из них, зритель выражал свое нейтральное отношение). Затем по фрагментам фильма, как отмеченным, так и не отмеченным зрителями, проводились детальные интервью, как индивидуальные, так и групповые. Центральной исследовательской проблемой было изучение эмоциональных реакций, вызываемых отдельными кадрами или элементами фильма. Поскольку создатели фильма стремились к достижению определенного пропагандистского эффекта, включая разъяснение населению справедливости ведущейся Америкой войны, ее необходимости, реальности победы и т.п., то конечной задачей исследования являлось сопоставление <запланированных> авторами фильма реакций зрителей с фактически

испытываемыми. К примеру, кадры, изображавшие массированные бомбардировки городов фашистскими самолетами, могли вызвать в сознании зрителей чувство необходимости остановить агрессора, но могли и привести к возникновению чувств пессимизма и упадка перед превосходящей (как могло показаться зрителям) мощью врага. Таким образом, главной целью исследования было выявление объективно испытываемых зрителями эмоций и выдача на этой основе рекомендаций авторам пропагандистских произведений. Следует подчеркнуть, что книга <Фокусированное интервью> представляет собой не отчет об исследовании и его результатах, а осмысление накопленного в ходе его реализации методического опыта, который, в принципе, мог быть получен в исследованиях на иную тему.

Интервью, проводившиеся членами исследовательской группы по поводу кадров и эпизодов фильма, авторы книги назвали фокусированными. При этом они не дали строгого компактного определения этого термина, а прибегали вместо этого к перечислению его признаков, совокупность которых, по-видимому, считали эквивалентом определения. Прочитав авторов дословно.

<Фокусированное интервью в некоторых отношениях отличается от других типов исследовательского интервью, хотя, на первый взгляд, они могут оказаться похожими. В широком смысле эти отличительные особенности таковы. Во-первых, интервьюируемые лица должны быть участниками некоторой определенной ситуации: они просмотрели кинофильм, прослушали радиопрограмму, прочитали памфлет, статью или книгу, приняли участие в психологическом эксперименте либо в неконтролируемой, но наблюдаемой социальной ситуации (например, в политическом митинге, каком-либо ритуале или мятеже). Во-вторых, гипотетически важные элементы, а также характер, процессы и общая структура этой ситуации предварительно проанализированы социологом. Посредством содержательного или ситуационного анализа социолог выдвигает ряд гипотез, касающихся важности определенных сторон ситуации для тех, кто в ней участвовал. В-третьих, на основе этого анализа разрабатывается руководство для проведения интервью, в котором очерчиваются важнейшие области исследования и гипотезы, которые обеспечивают выполнение критериев релевантности для информации, которая должна быть получена в ходе интервью. Наконец, в-четвертых, интервью фокусируется на субъективных переживаниях лиц по поводу заранее проанализированной ситуации в попытке получить от респондентов их собственное определение этой ситуации. Получаемые ответы помогают проверить гипотезы, а также, в той степени, в какой удастся обнаружить непредвиденные реакции, дают толчок к появлению новых гипотез, помогающих проведению более систематического и тщательного исследования>. Отметим, что важность последнего аспекта, а именно обнаружения непредвиденных реакций, подчеркивается авторами на протяжении всей книги.

Первые три из перечисленных выше признаков фокусированного интервью можно, по-видимому, сгруппировать в один, который заключается в том, что предметом исследования должна быть некоторая ситуация, которую одновременно и с одинаковой позиции могли наблюдать как респонденты, так и сам социолог. Второй признак заключается в том, что предметом изучения являются субъективные переживания лиц (зрителей или участников). Достаточно очевидно, что оба эти признака вполне автономны, т. е. в практике исследований они могут встречаться как вместе, так и по отдельности. Наличие ситуации, когда определенная группа респондентов и изучающий проблему социолог вместе переживают исследуемую ситуацию, является, безусловно, большой удачей. Было бы странно, если бы социолог не попытался проанализировать свои собственные впечатления (обычно это делается произвольно) и затем проверить, в какой мере реакции остальной части аудитории совпадают или расходятся с ними. Вместе с тем, предметом исследования в этом случае вовсе не обязательно должны быть субъективные

переживания. Ими могут быть, к примеру, такие проблемы, как восстановление хронологии событий, описание структуры лидерства стихийного или организованного социального действия и многое другое.

С другой стороны, социолог далеко не всегда имеет возможность быть участником исследуемой ситуации. Кинофильм можно воспроизвести заново, но события, происходящие в реальной жизни, невозпроизводимы. Социолог при их изучении бывает вынужден ограничиться ретроспекциями или, в терминологии Р.Мертон и соавторов, <обычным глубинным интервью>. Таким образом, в исследовательской практике часто могут возникать ситуации, когда предметом исследования являются субъективные переживания участников события, но сам социолог не входит в число участников.

Соединение двух разнородных и весьма специфичных признаков интервью в одном термине <фокусированное> представляется нам не вполне правомочным и чрезмерно сужает границы применимости данного понятия. Вместе с тем, заимствованное из физики слово <фокус> несет в себе важный смысловой оттенок, отражающий концентрацию усилий интервьюера на изучении определенной проблемы. Ни одно из перечисленных в предыдущем разделе наименований интервью (глубинное, качественное и др.) не несет в себе этого смыслового оттенка. Как будет показано ниже, фокусировка интервью может осуществляться разными способами в зависимости от специфики объекта и предмета исследования, а также специфики исследовательских задач. Таким образом, данный термин может быть положен в основу построения содержательной типологии методических принципов ведения интервью, и было бы нецелесообразно отказываться от него только потому, что первоначально использовавшие его авторы чрезмерно сузили его логический объем.

Исходя из вышеизложенных аргументов, термин <фокусированное интервью> будет использоваться в данной книге для обозначения интервью целенаправленного, сконцентрированного на определенной проблеме. Правомочность такого определения станет более явной, если учесть, что существуют и нефокусированные разновидности методик опроса, причем среди как формализованных, так и неформализованных их типов. К примеру, формализованный тип интервью, описанный в книге Э.Ноэль, следует охарактеризовать как нефокусированный, поскольку в нем сознательно чередуются вопросы, относящиеся к разным темам и не образующие ни логической последовательности, ни предметного единства. Анкеты российских социологов, предназначенные для самозаполнения респондентами, обычно являются в этом смысле более фокусированными, т. е. содержащими только одну тему и сохраняющими логическую последовательность вопросов, так как в условиях самозаполнения резкое чередование тем раздражающе действует на респондента и снижает качество ответов.

Неформализованное интервью также может быть нефокусированным. В частности, нефокусированные виды неформализованного интервью широко применяются в психологии. К ним относятся различные разновидности ассоциативных опросов и тестов, в ходе которых респонденту предлагают набор не связанных друг с другом вопросов (либо картинок или иных стимулов) и просят сообщать все ассоциации, которые приходят ему в голову, независимо от степени их логичности. В социологии нефокусированные виды свободных интервью применяются редко; их можно рассматривать как специальные и очень специфичные методические приемы. Практически все применяемые в социологических исследованиях неформализованные интервью являются фокусированными, однако принципы их фокусировки могут существенно различаться. Следует указать, что фокусированное интервью не тождественно направленному, поскольку наличие проблемного фокуса

- это отнюдь не то же самое, что степень <управления> ответами респондента со стороны интервьюера. Фокусированное интервью может быть как направленным, так и ненаправленным.

Предложенная нами трактовка термина <фокусированное интервью> в целом совпадает с его трактовкой многими зарубежными авторами. Следует при этом оговорить, что указанный термин сравнительно редко встречается в литературе. К примеру, в известных нам социологических словарях он отсутствует. В учебниках и методических пособиях термин <фокусированное интервью> дается со ссылкой на цитированную выше книгу Р.Мертон и соавторов, что обусловлено, по-видимому, очень высоким научным авторитетом указанных авторов. Вместе с тем в зарубежных учебниках по интервьюированию часто встречаются слова <фокус> и <фокусировка>, значение которых совпадает с предложенным нами. В качестве примера приведем некоторые отрывки из учебника Р.Гордена. Эти отрывки не имеют смысловой связи с содержанием данного параграфа, но являются иллюстрацией использования названных выше терминов.

<В ходе интервьюирования полезно представлять себе обсуждаемую область как: а) имеющую центральный фокус и б) периферийную область с более или менее определенными границами>.

<Фокусирование на проблеме. Для каждого исследования полезно предусматривать четыре взаимосвязанных уровня: первое - фокусирование проблемы, второе - принятие решения по поводу необходимой информации, релевантной данной проблеме, третье - формулирование конкретных вопросов, которые следует задать для получения релевантной информации и четвертое - принятие решений по поводу стратегии, тактики и методов, при помощи которых следует получать ответы на вопросы. Часто после предварительного исследования становится ясно, что проблема должна быть сфокусирована более узко на некоторых конкретных аспектах более общей проблемы>.

Автор другого учебника по интервьюированию В.Донохью следующим образом разбирает некоторые ошибочные принципы фокусировки: <Фокусировка на источнике информации - тенденция некоторых слушателей оценивать источник информации, а не саму информацию. Возможна также ситуация, когда интервьюер чрезмерно фокусирует свое внимание на респонденте, например, в том случае, если последний ему чем-то не нравится>. <Одним из видов ошибок является фокусировка на фактах. Это может вызвать недоумение. Если целью интервью является получение максимального количества информации, то почему фокусировка на фактах может быть ошибкой? Здесь следует иметь в виду, что факты вторичны по отношению к мыслям и идеям. Если интервьюер старается добыть только факты, он рискует закопаться в деталях и не понять, как они между собой связаны>.

Термин <фокусировка> в значении концентрирования обсуждения на исследуемой проблеме применяется и к групповым видам интервью, именуемым фокус-группами. *Интервью, фокусирующееся на предмете, и <самофокусирующееся> интервью.* Принцип фокусировки интервью на исследуемом (заранее заданном) предмете не требует особых пояснений. В этом типе интервью интервьюер поддерживает все высказывания респондента, относящиеся к исследуемому предмету в той или иной форме и <пресекает> высказывания, не относящиеся к нему.

Тип <самофокусирующегося> интервью удобно проиллюстрировать на примере психоаналитического интервью (по Фрейду). Концепция З.Фрейда, как известно, заключается в том, что причиной возникновения невротических симптомов (страха, навязчивых состояний и т.п.) у человека является вытеснение из сознания тех или иных осуждаемых его <сверх-Я> эпизодов. Смысл психоаналитического лечения заключается в том, чтобы вернуть эти эпизоды в сознание, что должно повлечь за собой исчезновение невротической симптоматики. Далее З.Фрейд указывает, что

попытка вскрыть (вернуть в сознание) такие бессознательные комплексы влечет за собой безотчетное сопротивление со стороны пациента, которое психоаналитик фиксирует по длительным паузам, умолчаниям и другим признакам. Итак, задача психоаналитика сводится к следующему. Как неоднократно подчеркивал З.Фрейд, заранее невозможно узнать, какие именно эпизоды биографии подверглись вытеснению. В этом смысле можно сказать, что психоаналитик сам не знает, что ищет, и по этой причине он не может фокусировать беседу на каком-то конкретном предмете. Вместо этого он старается оценить силу защитных барьеров, окружающих вытесненный бессознательный комплекс, предполагая, что вектор его интересов находится там, где эта сила особенно велика. Иными словами, интервьюер-психоаналитик фокусирует интервью, ориентируясь на косвенный признак, а именно на силу сопротивления.

<Самофокусирующийся> принцип психоаналитической беседы подчеркнул сам З.Фрейд при рассмотрении проблемы трактовки сновидений. Подробно остановившись на том, что некоторые элементы сновидений представляют собой символику, поддающуюся априорной трактовке, он затем, отчасти противореча сам себе, добавляет, что даже если психоаналитик допустил ошибку в этой трактовке, в этом нет ничего страшного, поскольку следование принципам психоаналитической беседы само выведет его на искомое бессознательное.

Принцип <самофокусировки> может использоваться не только в психоаналитическом, но и во многих других видах неформализованного интервью. Так, например, фокусировка на концептуальных структурах, содержащихся в сознании респондента, предполагает следование интервьюера за ходом мысли респондента, отражающим логические связи излагаемой им концепции. Поскольку заранее очертить предметную область, покрываемую данной концепцией, можно в лучшем случае весьма приблизительно, более целесообразной тактикой будет фокусировка не на заранее заданном предмете, а на центрах концептуальной структуризации мнений респондента. Таких центров может быть, в принципе, несколько; распознаются они по высокой связности рассказа и, как правило, по определенной степени воодушевления, с которым респондент излагает выношенные им мысли.

Роль интервьюера в последнем случае заключается не в том, чтобы сфокусировать на чем-то внимание респондента, а в том, чтобы помочь ему самому сфокусировать свои мысли. Этот алгоритм ведения интервью мы называем <самофокусировкой>.

В основной части книги при описании техники интервьюирования мы будем в основном использовать термин <глубокое интервью> как наиболее точно отражающий суть данного метода. Другие методы, значение которых было описано выше, будут применяться в тех случаях, когда необходимо подчеркнуть то или иное свойство методики, не покрываемое основным термином.

ГЛАВА 3. МЕТОДИКА И ТЕХНИКА ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЯ

Интервьюирование, как и другие методы опроса, представляет собой своего рода технологию, включающую в себя следующие этапы:

- подготовка интервью, включая общую и конкретную подготовку;
- начало;
- основная часть;
- завершение;
- обработка результатов.

Методические принципы интервьюирования можно разделить на базовые (универсальные) и специфичные. Последние представляют собой модификации этой методики применительно к различным типам исследовательских задач. В

данной главе будет подробно описана базовая методика, включая все ее этапы: от подготовки интервью до обработки его результатов. В следующих главах будут описаны некоторые модификации данного метода опроса.

Подготовка интервью (общая)

Подготовку интервью принято разделять на общую и конкретную. Под общей подготовкой понимается подготовка к интервьюированию вообще, а под конкретной - подготовительная работа к проведению интервью с конкретными респондентами по заранее определенной теме.

Общая подготовка к интервьюированию по сути равносильна подготовке квалифицированных интервьюеров. Профессиональные качества интервьюеров, специализирующихся на проведении глубоких интервью, в ряде аспектов отличаются от профессиональных качеств интервьюеров, проводящих формализованные интервью. Главное отличие заключается в том, что при проведении глубоких интервью интервьюеры должны обладать высокой профессиональной подготовкой, тогда как при проведении формализованных интервью образование и профессия интервьюеров практически не имеют значения.

Профессиональные качества интервьюеров

Качества хорошего интервьюера складываются из: 1) его индивидуальных способностей, 2) владения методикой, 3) социологической подготовки и 4) подготовки в той предметной области, которая исследуется с применением глубоких интервью. Названные группы качеств находятся в определенной зависимости, взаимно дополняя и усиливая друг друга.

Индивидуальные способности - это набор качеств, врожденных или социально приобретенных, присущих человеку вне зависимости от его профессиональных навыков. Как и в большинстве других профессий, способности к интервьюированию колеблются в человеческой популяции в очень широких пределах. По наблюдению автора, есть люди, практически неспособные стать хорошими интервьюерами. Обучение методике им помогает мало, так как они, невзирая на полученные теоретические знания, на практике продолжают реализовать присущие им стили беседы, противоречащие методическим принципам ведения интервью. Наряду с этим есть люди, обладающие высокими способностями к интервьюированию, поскольку их естественный стиль общения оказывается близким к наработанным поколениями социологов методическим принципам проведения глубоких интервью.

Существование различий в индивидуальных способностях к интервьюированию ставит задачу разработки тестовых методик профессионального отбора интервьюеров. Принципы разработки таких методик хорошо известны. На первом этапе их создания разрабатывается профессиограмма, т. е. эмпирически верифицированный набор личностных качеств, необходимых для успешного овладения данной профессией. На втором этапе для количественного измерения этих качеств разрабатывается тест. В западных странах подобные тесты разработаны, однако в России, насколько нам известно, они на данный момент не адаптированы.

В методической литературе описаны различные типы интервьюеров. Хороший интервьюер характеризуется выражением <дать-и-взять>, которое означает, что при проведении беседы он должен уметь не только получить от респондента требуемую информацию, но и дать ему взамен чувство морального удовлетворения. Известно, что хорошо проведенное интервью обладает своего рода терапевтическим воздействием на личность опрашиваемого: снимает тревогу, помогает принимать

решения, повышает самооценку и т.д. (на этом основано широкое применение интервью в психотерапевтической практике). Способность вызвать данный психологический эффект и воспользоваться им для получения более полной информации считается основным качеством хорошего интервьюера.

Перечень типов плохих интервьюеров, судя по литературе, достаточно обширен. В него включаются: интервьюеры-«миссионеры», стремящиеся вместо получения информации довести до опрашиваемого какую-либо идею; «моралисты»; «ветреники» (несерьезные); властные; тревожные; сентиментальные; действующие по шаблону. Этот список, вероятно, может быть продолжен. В частности, по наблюдению автора, есть люди, которые органически не могут терпеть, когда мнение респондента не совпадает с их собственным. Такие люди вряд ли смогут стать хорошими интервьюерами. Насколько можно судить, перечисленные выше стили неправильного ведения интервью в большинстве случаев предопределены личностными качествами опрашивающих, поэтому они трудно поддаются коррективке.

Владение методикой, в отличие от индивидуальных способностей, приобретается путем обучения. Роль обучения в подготовке интервьюеров исключительно велика. Это показывают, в частности, результаты проводившегося в США специального эксперимента, суть которого сводилась к следующему. Группе людей, не получивших специальной подготовки в области интервьюирования, было предложено провести несколько глубоких интервью на заранее заданные темы. Как и следовало ожидать, качество интервью, проведенных участниками эксперимента, существенно различалось в соответствии с различиями в их индивидуальных способностях. Затем участники эксперимента прошли интенсивный курс обучения, после чего им вновь было предложено провести интервью. Результат обучения был таков: качество интервьюирования существенно возросло у всех, кто прошел обучение, но в наибольшей степени оно повысилось у тех, кто еще до обучения проявил максимальные способности к этой работе. Сказанное означает, что подготовка квалифицированных интервьюеров должна включать в себя профессиональный отбор наиболее способных людей с последующим их обучением.

Обучение интервьюеров, как и всякое профессиональное обучение, должно строиться на сочетании теории и практики. Для теоретического обучения необходимы учебники, методические пособия и лекционные курсы. Практическое обучение осуществляется путем проведения специального тренинга, о котором будет сказано ниже.

Социологическая подготовка важна по меньшей мере в трех отношениях. Во-первых, каждый интервьюер должен хорошо усвоить известный методологический принцип анализа без оценочных суждений. Применительно к практике интервьюирования этот принцип означает оценочную нейтральность слушания. Во-вторых, социологическая (в первую очередь теоретическая) подготовка делает возможным правильное понимание высказываний респондентов, особенно в тех случаях, когда интервьюер и опрашиваемый принадлежат к различным субкультурам и разным профессиональным областям. В-третьих, указанная подготовка развивает способность интервьюера к фиксации и развитию релевантных тем, что является одной из главных предпосылок успешного проведения интервью.

Подготовка в предметной области исследования означает, что при проведении интервью в сфере экономики от интервьюера требуется квалификация экономиста, в медицине (например, при сборе детализированных анамнезов) - медика, при отработке технологий - технолога, при изучении эмоциональных реакций - психолога и т.д. Особенно часто потребность в предметной квалификации интервьюеров

возникает в прикладных и междисциплинарных исследованиях (к последним можно отнести такие области, как экономическая социология, социология медицины и др.). Предметная подготовка, как и общесоциологическая, повышает способность интервьюера к правильному пониманию опрашиваемых и к отбору релевантных тем. Названные выше четыре группы качеств обладают свойством взаимно усиливать друг друга и в то же время отчасти являются взаимозаменяемыми. Наивысшей квалификацией обладают интервьюеры, обладающие всеми четырьмя качествами. В то же время в практической работе достаточно эффективно могут действовать люди, обладающие лишь некоторыми из них. В частности, замечено, что люди с высокой предметной квалификацией в пределах своей области компетенции могут успешно проводить интервью даже без знания методов опроса. Социологическая квалификация способствует быстрому усвоению методики глубокого интервью. Наконец, профессиональный отбор людей, обладающих способностями к интервьюированию, и их обучение позволяют в относительно короткие сроки подготовить интервьюеров, которые могут успешно справляться со своими обязанностями. Учитывая, что люди, обладающие высокой социологической или предметной квалификацией относительно редки, формирование из них штата интервьюеров часто является нецелесообразным. В практической работе можно включать в состав исследовательских групп интервьюеров средней квалификации, прошедших курс обучения методике, оставляя за исследователями высшей квалификации общее и методологическое руководство исследованиями, а также проведение наиболее ответственных или сложных интервью.

Практическое обучение интервьюированию

Процесс практического обучения интервьюированию - это по существу процесс фиксации и осознания ошибок. Хотя число видов ошибок, допускаемых интервьюерами, очень велико, основная их часть может быть сгруппирована в три типа:

- ошибки, нарушающие психологический контакт интервьюера и респондента, в результате которых респондент <замыкается в себе>;
- ошибки, влекущие за собой искажение сообщаемой респондентом информации, в результате которых респондент сообщает не то, что думает, что-то скрывает и т.п.;
- ошибки, влекущие за собой представление нерелевантных (не имеющих отношения к цели интервью) сообщений. Такие сообщения могут быть правдивы, развернуты, значимы для респондента, но они не продвигают интервьюера к цели исследования.

Следует оговорить, что в некоторых случаях действия интервьюеров, влекущие за собой названные последствия, бывают сознательными, т. е. введенными в действие с той или иной методической целью. В качестве примера может быть упомянут тип <жесткого> интервью, в котором интервьюер, желая получить необходимую информацию, сознательно идет на риск ухудшения психологического климата и даже возможного отказа респондента продолжить беседу. В качестве другого примера можно указать на сознательное допущение развития нерелевантных тем, чтобы респондент <разговорился>. Ошибками, следовательно, следует считать только такие действия, которые, удовлетворяя одному из названных выше критериев, являются незапланированными и не имеют ясно осознаваемой интервьюером методической цели.

Практическое обучение навыкам ведения интервью может быть индивидуальным или групповым. Оба метода могут сочетаться, однако их описание следует дать отдельно.

При индивидуальном обучении источником сведений об ошибках могут быть либо опытный интервьюер, либо респондент. Пробные интервью, проводимые

начинающим интервьюером, желательно записывать на диктофон, после чего они могут стать предметом прослушивания и критического разбора с участием начинающего интервьюера, преподавателя и, возможно, респондента. Опытный интервьюер, как правило, замечает большую часть ошибок, допущенных его начинающим коллегой и, что особенно важно, может дать квалифицированное разъяснение, в чем именно состояла ошибка. Вместе с тем даже опытный интервьюер порой может лишь догадываться о подлинных чувствах и мыслях респондента. Из этого следует, что важным источником сведений об ошибках может являться сам респондент. Трудность здесь заключается в том, что респондент, не обладающий социологической квалификацией, не в состоянии четко осознавать и квалифицированно характеризовать ошибки интервьюера. Один из возможных путей преодоления этой трудности заключается в том, что роль респондента может играть специалист-социолог. Второй путь заключается в совместном прослушивании записи интервью, в котором участвуют все три участника процесса обучения. В ходе прослушивания квалифицированный интервьюер, наряду со своими комментариями, задает респонденту вопросы, касающиеся его реакций на действия обучающегося интервьюера.

Наряду с пробными интервью целесообразно использование фонетического тренажера, в котором фонограммы интервью, проведенные неопытными исследователями, сопровождались бы параллельным текстом с разбором допущенных ими методических ошибок. Разработка российской версии такого тренажера является давно назревшей необходимостью, однако на данный момент эта работа еще никем не осуществлена.

Наряду с индивидуальными существуют групповые формы обучения, причем некоторые авторы считают их более эффективными. При групповом методе тренинг осуществляется в группах численностью в 15-20 человек. Группы состоят из обучающихся и руководителя, который должен быть высококвалифицированным специалистом. Желательно, чтобы в составе обучающихся были как полные новички, так и лица, уже имеющие определенный опыт интервьюирования, но стремящиеся повысить свою квалификацию. После кратких теоретических разъяснений обучение производится путем проведения учебных интервью между членами группы, критических разборов и дискуссий, наблюдений и практики. Каждому обучающемуся дается возможность практически проводить интервью, рассказывать о своих успехах и неудачах, описывать успехи и неудачи своих коллег в такой обстановке, которая обеспечивала бы им чувство психологической безопасности. Обучающийся должен знать, что даже самые неудачные его попытки не будут выглядеть смешными и что самые грубые его ошибки вызовут желание помочь, а не обвинения в полной некомпетентности. Он должен быть уверен, что его понимают и принимают коллеги, как новички, так и <корифеи>, которые хотят сами научиться чему-то на основе его опыта и помочь ему приобрести профессиональные навыки.

К числу методов группового обучения относится метод разыгрывания по ролям. При использовании этого метода один из членов группы играет роль респондента, идентифицируя себя с каким-либо конкретным человеком, которого он знает, и отвечает на вопросы интервьюера исходя из этой роли. Другой член группы играет роль интервьюера, остальные наблюдают. Когда разыгранное интервью заканчивается, организуется общая дискуссия и обсуждаются методы, которые использовал интервьюер, его ошибки и методические находки, а также проблемы, вызванные поведением респондента.

Тот, кто исполняет роль интервьюера, может в большей степени осуществлять самонаблюдение, чем это было бы в ситуации реального интервью. Но и обучающийся много получает, исполняя роль респондента. Он воспринимает

ошибки интервьюера, который не смог получить информацию там, где это было потенциально возможно, и понимает, в каком месте использование интервьюером тех или иных вопросов поставило его, как респондента, в затруднительное положение либо вызвало раздражение.

Анализируя свои реакции на то, как их интервьюируют, и непосредственно испытывая влияние различных стилей интервьюирования, обучающиеся повышают чувствительность к реакциям респондентов. Тем временем стажеры-наблюдатели, смотрящие этот <спектакль>, могут заранее планировать, как они сами будут избегать ошибок в собственных интервью.

Опишем более детально механизм разыгрывания по ролям в соответствии с рекомендациями Кана и Кеннела. Человек, играющий роль интервьюера, подготавливает свою роль, продумывая цели и результаты, которые он рассчитывает получить во время интервью. Человек, выбранный на роль респондента, получает описание типа ситуации, которая будет разыграна. Затем он покидает группу и обдумывает свою роль в деталях, в то время как интервьюер продумывает свою роль. Для того, чтобы придать достоверность разыгрываемому интервью, ситуация и роли должны находиться в сфере социального опыта его участников. Роль, которая дается респонденту, должна быть такой, чтобы он легко мог себя с ней идентифицировать. Остальные члены группы наблюдают: они получают инструкции сконцентрироваться на процессе, отмечать примеры удачных и неудачных методических ходов. Иногда бывает полезно, чтобы некоторые из наблюдателей уделяли особое внимание респонденту, а другие - интервьюеру. Само интервью должно быть не слишком долгим - 10-15 минут. Это обеспечивает достаточный материал для обсуждения, не перегружая группу. Затем наблюдатели сообщают о своих находках. Респондент сообщает, как он себя чувствовал, на что он реагировал негативно, в каких случаях информация, которую он готов был предоставить, не была от него получена и почему. Интервьюер объясняет, почему он совершил то или иное действие, в какие моменты он чувствовал себя хорошо в своей роли, а когда нуждался в помощи.

Функция инструктора в группе достаточно важна. Как более опытный интервьюер, он отмечает те моменты, которые могла пропустить группа, связывает опыт, приобретенный в ходе тренинга, с общими принципами интервьюирования и воодушевляет участников на исполнение ролей.

Дискуссия должна концентрироваться вокруг следующих вопросов:

- что думают респондент, интервьюер и наблюдатели об участии каждого, исполняющего роль;
- почему респондент и интервьюер делали то, что они делали;
- какие вопросы должен был задать интервьюер, как реагировал на них респондент, каковы были свидетельства, говорящие об искажениях, как они могли бы быть предотвращены.

По мере того как обучающиеся становятся все более чувствительны в слушании, они бывают удивлены, как много они начинают слышать из того, что раньше <не слышали>.

Подготовка интервью (конкретная)

Конкретная подготовка интервью включает в себя принятие решений по ряду ключевых вопросов исследования. К числу таких вопросов относятся: выбор респондентов, составление вопросника, определение времени и места интервью, определение способа записи.

Выбор респондентов

Число респондентов в исследовании обычно определяется его целями, а также финансовыми возможностями исследователя. Наличие финансовых ограничений часто заставляет исследователя сокращать до минимума число интервью, в связи с чем должна возрастать точность их «прицела».

В исследованиях, проводящихся методом глубокого интервью, обеспечение репрезентативности выборки в общепринятом смысле этого слова является невозможным, поскольку опросить этим методом 1500 человек, как правило, нельзя не только из-за финансовых ограничений, но и потому, что результаты такого опроса будут представлять собой около 50 тыс. страниц текста. Одно только чтение такого массива может занять у исследователя более года (из расчета 100 страниц в день). Неприменимость статистических методов формирования выборки требует применения иной стратегии поиска респондентов. Описание этой стратегии начнем с количественной стороны данного вопроса. При проведении исследования методом глубокого интервью вряд ли целесообразно увеличивать выборку свыше 100 человек, поскольку в этом случае при средней продолжительности интервью около часа, объем текстовой расшифровки результатов опроса составит около 2500 машинописных страниц. Думается, что такой объем материала определяет естественный верхний предел числа респондентов, охватываемых исследованием. Что же касается минимальной величины выборки, то следует указать, что в некоторых случаях опрос одного-единственного знающего эксперта может принести настолько исчерпывающую информацию, что последующие интервью с другими респондентами дают лишь минимальные приращения знаний. Продолжительность интервью с такими экспертами может составлять десятки часов, а объем текстовой расшифровки - сотни страниц. Таким образом, величина выборки при проведении глубоких интервью может колебаться в диапазоне от одного до (ориентировочно) ста человек.

В том случае, если совокупность обследуемых индивидов рассматривается как однородная, наиболее целесообразная численность респондентов составляет около 20 человек. Эта цифра определена из практического опыта различных исследователей, включая и автора данной книги. В качестве примера укажем, что французский социолог Ален де Вульпюн, специализирующийся на методе глубокого интервью, в начале 90-х годов сообщил на семинаре в Российской академии наук, что при проведении обследований он первоначально опрашивал по 50 человек, но затем убедился, что вполне достаточно и 20.

Названная численность респондентов является достаточной для того, чтобы на основе их ответов сформировать развитую (хотя и неточную с количественной точки зрения) типологическую картину, которая в зависимости от целей исследования может стать либо его конечным результатом, либо отправным пунктом для дальнейшей работы.

При обследовании методом глубокого интервью однородной и не образующей социальной структуры совокупности индивидов могут использоваться различные принципы отбора респондентов, в основном аналогичные методам формирования выборки при проведении количественных опросов.

1. Простой случайный отбор. Этот метод применяется в тех случаях, когда в опросе необходимо зафиксировать естественный разброс мнений или представлений респондентов. При этом ставится задача определения не частоты встречаемости различных систем представлений (хотя в грубом приближении удельные веса видны даже при выборке в 20 человек), а типологическое описание самих этих систем и их внутренней логики. Метод простого случайного отбора применяется также в тех случаях, когда предварительные знания об объекте исследования настолько малы, что нет возможности применить более целенаправленные методы.

2. Метод формирования равных по численности квот (внутри квот сохраняется принцип случайного отбора). Применение этого метода целесообразно в тех случаях, когда известны основные параметры и значимые для исследования характеристики.

3. Метод <снежного кома>. Как известно, данный метод применяется в тех случаях, когда необходимо составить выборку из представителей рассредоточенного меньшинства, не обладающего формально фиксируемыми признаками, либо не значащегося ни в каких списках или картотеках. По сути, данный метод представляет собой модификацию социометрического опроса: у респондентов спрашивают, не знают ли они людей, подходящих по тем или иным признакам для включения в выборку. Этот метод эффективен, в частности, при проведении экспертных опросов, когда список экспертов пополняется, исходя из рекомендаций самих опрашиваемых. Он с успехом применялся в области социологии, науки для поиска наиболее эффективно работающих ученых, в производственной социологии - для поиска наиболее компетентных работников, являющихся, как правило, и ценными информаторами, и т.д. Возможные формулировки вопросов в этих случаях таковы: <С кем еще Вы посоветуете поговорить?>; <С кем можно поговорить на такую-то тему?>; <Кто является наиболее компетентным специалистом в такой-то области?>.

4. Метод фильтрующего опроса. При использовании этого метода проводится количественный опрос, в рамках которого выявляются респонденты, соответствующие определенным рекрутинговым критериям. Далее из числа этих респондентов отбираются кандидатуры для проведения глубокого интервью.

В тех случаях, когда исследуемый объект представляет собой не бесструктурную массу, а структурированное социальное целое с присущим ему набором взаимодействующих ролевых и статусных позиций, принципы формирования выборки дополнительно усложняются. Как правило, в этом случае увеличивается и объем выборки, зачастую доходя до указанного выше ориентировочного верхнего предела в 100 человек. В качестве примера объекта первого типа может быть названа аудитория средств массовой информации, а второго типа - производственное предприятие или организация. Неформальные сообщества, в которых имеется разделение статусов и ролей, относятся к объектам второго типа.

Описание принципов отбора респондентов при исследовании структурированных социальных объектов целесообразно начать с описания типов респондентов. Эти типы отражают не личностные различия между ними, а характеризуют те виды информации, которые они могут предоставить. С точки зрения организации исследования Р.Горден выделяет три типа респондентов: ключевые информаторы, специальные респонденты и типичные представители.

Ключевые информаторы. Это тип респондента, который предоставляет информацию, касающуюся стратегических проблем исследования. Такой информатор не обязательно является членом исследуемой организации, но он должен быть хорошо информирован о ее делах. Ключевые информаторы представляют, в частности, общие сведения о структуре организации или сообщества, помогают в достижении сотрудничества, выявлении и <доставании> респондентов и т.д. Такие люди совершенно необходимы во враждебных и закрытых сообществах. Функция ключевых информаторов - помочь исследователю в достижении общей ориентации на начальных этапах его работы.

Специальные респонденты - это люди, которые предоставляют информацию, непосредственно касающуюся проблемы исследования. Они бывают выбраны потому, что занимают единственные в своем роде ролевые позиции в сообществе, группе или организации. В качестве примера таких респондентов могут быть названы руководители функциональных служб предприятия (планового отдела,

бухгалтерии и т.д.). Поскольку названные должности имеются на предприятии в единственном числе, у исследователя нет возможности составить из них выборку, и он при любых обстоятельствах должен довольствоваться результатами единичного опроса. Беседы со специальными респондентами дают возможность взглянуть на проблемы организации со специфичных углов зрения, обусловленных их ролевыми позициями. Они могут также дать информацию о мыслях и действиях, обусловленных их положением, о своих наблюдениях, о мыслях и действиях других людей, какими они видятся с их точки зрения и т.д.

Типичные представители - это представители социальных групп или демографических популяций. Типичного представителя зачисляют в выборку потому, что он <такой же, как другие>, т. е. не имеет ярко выраженных отличий от других представителей данной социальной группы. В отличие от предыдущих типов респондентов, занимающих уникальные ролевые позиции, типичные представители выбираются из однородной неструктурированной совокупности. Применительно к производственным организациям такие совокупности образуют представители массовых профессий (рабочие различных специальностей, мастера, технологи и т.д.). Данный тип респондентов, как правило, опрашивается не в единственном числе. Из них формируют определенную выборку, которая представляла бы диапазон различий в мнениях соответствующей категории людей. В целях обеспечения сопоставимости ответов всем членам выборки должны задаваться одни и те же вопросы. При опросе методом глубокого интервью объем выборки должен составлять около 20 человек (как и для других неструктурированных совокупностей). Типы респондентов могут выделяться также на основе их ролевых позиций и личностных черт. Описываемые ниже типы не образуют целостной типологии, но помогают исследователю лучше ориентироваться при выборе респондентов.

Высокое или низкое положение в иерархии определяет сферу компетенции респондентов и систему их представлений. Респонденты, занимающие высокий пост, могут гораздо лучше, чем люди с более низким служебным положением, предоставить сведения об организации в целом и о ее отношениях с другими организациями. Люди, занимающие более низкое положение, обычно плохо осведомлены об этом, но они имеют преимущество в освещении частных вопросов, касающихся их непосредственной деятельности. Существует ряд аспектов, в которых свидетельства людей, занимающих низкое положение, заслуживают большего доверия, чем мнения их начальников. В частности, если целью исследования является оценка субъективных умонастроений рядовых работников, целесообразней опросить хотя бы нескольких его представителей, чем пытаться получить всеохватывающую оценку на основе опроса представителей высшего звена управления. Этот факт был подтвержден многими исследованиями. В частности, в США было проведено исследование, которое показало, что рядовой состав служащих на подводных лодках был намного точнее в оценке морального климата экипажа, чем офицеры. Сходные различия неоднократно выявлялись и в отечественных исследованиях.

Существует ряд причин недостаточной информированности людей, занимающих высокое положение. К их числу может относиться стремление руководителей не замечать свидетельств неудовлетворительного положения дел, играет роль и эффект сокрытия информации со стороны рядовых работников и т.д.

Противостоящие или конфликтующие ролевые позиции. Во всех сложных организациях либо системах организаций существуют лица или группы лиц, мнения которых о проблемах организации сильно различаются и порой бывают прямо противоположны друг другу. Иногда подобные различия детерминируются индивидуальными различиями в психологии респондентов, но в данном случае речь идет о несовпадениях мнений, детерминированных ролевыми позициями в

организации. Такие несовпадения или конфликты могут порождаться либо различными должностными уровнями в вертикальной иерархии, либо различиями функциональных ролей по горизонтали. В отношениях по вертикали подобные эффекты ярко проявляются в том, что работники вышестоящих звеньев правленческой системы обычно были склонны указывать на недостаточную энергичность и низкое качество работы нижестоящих звеньев, тогда как нижестоящие упрекали вышестоящих в неадекватности и неоперативности принимаемых ими решений. В исследованиях отношений по горизонтали часто выясняется, что опрашиваемые работники обычно достоверно (и даже с некоторым преувеличением) описывают возникающие в их работе трудности, порождаемые недостатками в работе смежных подразделений, но наряду с этим имеют тенденцию скрывать или преуменьшать недостатки в собственной работе. Наличие подобных противоречий ни в коем случае не является помехой для проведения исследования. Напротив, подобные различия в мнениях позволяют исследователю корректировать информацию, сообщаемую каждым респондентом в отдельности, и на этой основе создавать объективное (сводное) описание изучаемой проблемы.

Активный и пассивный типы респондентов. Тот, кто более активен в делах сообщества, обычно и более сведущ. По этой причине активисты являются хорошими информаторами, особенно на первых этапах исследования. Активисты обычно являются людьми контактными, разговорчивыми, легко воодушевляются беседой. Преимуществом является также то, что практически не требуется проводить специальную работу по их выявлению. Но следует иметь в виду, что и среди людей внешне пассивных могут находиться очень хорошие наблюдатели, которые по разным причинам редко участвуют в событиях (например, потому, что не разделяют взглядов активистов). Учитывая, что опрос только активистов может породить определенный сдвиг в получаемой информации, поиск хороших информаторов из числа пассивных членов сообщества является важной задачей исследователя.

Незаурядные люди как особый тип респондентов. Незаурядными людьми в данном случае называются те, кто выделяется из общей массы своим умом и способностями, а также профессиональными достижениями. В качестве респондентов незаурядные люди обладают следующими важными для исследователя чертами. Во-первых, они обладают значительными рефлексивными способностями и, опираясь на свой практический опыт, могут строить достаточно сложные и развитые системы взглядов, зачастую практически готовые для включения в систему научного знания. Во-вторых, незаурядные качества таких людей часто проявляются в своего рода бесстрашии, т. е. в способности в резкой форме говорить правду и ничего не скрывать. В-третьих, высокая компетентность и готовность вести беседу о своей профессии часто положительно коррелируют между собой. Иными словами, незаурядные люди зачастую охотно говорят о сфере приложения своих способностей, что облегчает задачу интервьюера.

Поиск незаурядных людей в практическом исследовании достаточно прост: если они есть, то обычно их хорошо знают в профессиональной среде, сообществе или организации. Опрос незаурядных людей - это практически беспроигрышный ход для исследователя, потому что таким способом он с минимальными затратами может получить обширный и чрезвычайно ценный материал. Вместе с тем, следует иметь в виду, что незаурядные люди со свойственным им оригинальным мышлением могут отличаться по своим представлениям от <обычных> коллег, что создает опасность сдвига в получаемой информации.

Члены группы и посторонние. При обследовании группы, сообщества или организации не обязательно ограничивать опрос только членами этой организации. Ориентация на опрос только членов сообщества зачастую предопределяет узость и

своего рода <ведомственность> исследовательского подхода. Член организации (<свой>) скорее всего лучше знаком с деталями, но его взгляд может быть узок или специфичен.

Опрос посторонних часто бывает полезен для получения взгляда со стороны. Разумеется, речь идет о таких <посторонних>, которые в достаточной мере осведомлены либо об организации в целом, либо об отдельных аспектах ее деятельности.

Посторонние могут быть дружественны, беспристрастны или враждебны. Мнения как первых, так и последних могут нуждаться в проверке или коррекции, однако это отнюдь не исключает наличия в их высказываниях ценной информации или наблюдений. Посторонний может быть членом иной организации либо субкультуры. В этом случае он может иметь взгляд на предмет, который никогда не придет в голову <своим>. В качестве примера укажем, что при исследовании субкультуры <люберов> в 1987-1988 годах, весьма ценным респондентом оказался хиппи, живущий в Люберцах.

Кто доступен. Лица, опрос которых важен для исследования, могут быть труднодоступны либо располагать малым количеством времени. В этом случае целесообразно получить по возможности больший объем информации окольным путем, в частности, опрашивая менее информированных, но зато более доступных респондентов. Хотя доступные респонденты могут не располагать всей необходимой для исследования информацией или квалификацией, они обладают ими хотя бы частично. Благодаря этому у исследователя есть возможность либо обойтись без встречи с труднодоступным респондентом, либо лучше сфокусировать беседу с ним, сократив тем самым ее продолжительность.

Кто хочет предоставить информацию. Даже если такие люди занимают относительно низкое положение или кажутся недостаточно осведомленными, добровольная готовность к сотрудничеству является настолько ценным качеством, что исследователю не следует им пренебрегать. Люди, добровольно желающие дать информацию, нередко встречаются даже во враждебных или закрытых сообществах. В качестве примера можно указать на случай, описанный в мемуарах Б.Ельцина, когда к нему, тогда первому секретарю МГК КПСС, пришла на прием работница торговли и несколько часов рассказывала ему о существующей в этой сфере системе взяток, поборов и воровства. Следует, однако, оговорить, что лица, готовые представить информацию, не всегда приходят к исследователю сами. Их отношения к обследованию может быть амбивалентным: стремление поделиться своей информацией может блокироваться страхом перед возможными последствиями такого шага. В условиях полевой работы исследователь должен предпринимать активные действия для поиска добровольных информаторов и одновременно для обеспечения их безопасности.

Обследование сложных социальных объектов целесообразно проводить в два этапа, первый из которых может быть назван ознакомительным, а второй - систематическим. *Ознакомительный этап* имеет своей целью получение общих сведений об объектах, их структуре, функциональных проблемах. Для получения таких сведений целесообразно провести ряд интервью с ключевыми информаторами, которыми могут быть люди более доступные, охотно идущие на сотрудничество, легко и свободно говорящие. Целесообразно также провести интервью с лидерами и активистами организации, которые находятся на виду и для их поиска не требуется применения специальных процедур.

На ознакомительном этапе исследователи обычно имеют лишь примерный план поиска респондентов и не начинают со строгого предварительного отбора. Часто ценные респонденты выявляются лишь в ходе исследования, тогда как некоторые,

предварительно выбранные, могут оказаться мало интересными или вовсе неподходящими.

После получения информации о структуре объекта следует переходить к *систематическому этапу* обследования. Этот этап начинается с составления списка всех основных ролевых позиций, образующих структуру объекта. Во многих исследованиях в список ролевых позиций следует включать и представителей сторонних организаций, с которыми исследуемая организация находится в регулярном контакте. Всего значимых для обследования ролевых позиций может набраться от нескольких единиц до приблизительно двух десятков. В ходе обследования этот список может пополняться либо уточняться.

Ролевые позиции, выбранные в качестве значимых для исследования, могут быть единичными (т.е. представленными единственным человеком) или массовыми. Применительно к единичным вопросам о выборе респондентов или формировании выборки не стоит. Массовые ролевые позиции являются, по существу, однородными социальными совокупностями. Принципы формирования выборки при обследовании таких совокупностей были описаны выше. Всего в пределах каждой массовой ролевой позиции следует, в зависимости от возможностей исследователя, опросить от 5 до 20 человек. Цель такого опроса - выявление естественного разброса мнений, существующего в пределах любой однородной совокупности, формирование типологии этих мнений и соответствующей им типологии личностей. При этом важно стремиться к тому, чтобы формируемая типология была полной, т.е. охватила все основные типы людей, характерные для данной совокупности.

Разделение обследуемого объекта сначала по ролевым позициям, а затем по типам личностей внутри ролевых позиций позволяет разделить ролевые детерминанты и детерминанты, связанные с личностными чертами. Пример действия ролевых детерминант был описан выше при рассмотрении типов респондентов, занимающих высокое и низкое положения. Пример различий, детерминированных личностными чертами в пределах одной и той же ролевой позиции, может быть проиллюстрирован типами офицеров, выявленными С.Белановским и С.Марзеевой в исследовании армейской дедовщины (1987-1988 гг.). Первые же несколько интервью показали наличие среди офицеров по меньшей мере трех типов личностей.

1. В буквальном смысле хорошие офицеры, любящие свое дело и верящие в его нужность для страны. Такие офицеры являются хорошими профессионалами, и в случае военных действий они, без сомнения, показали бы себя с лучшей стороны. Поначалу тема обследования вызывала интерес у таких офицеров, и они охотно шли на сотрудничество, однако после предъявления им подборки интервью с солдатами, содержащими описание дедовщины и других существующих в армии негативных явлений, в большинстве случаев отказывались от дальнейшего сотрудничества, мотивируя это тем, что публикация результатов такого исследования нанесет ущерб армии.

2. <Посредственные> офицеры, равнодушные к делам службы и рассматривающие ее как источник дохода. Для таких офицеров, по свидетельству солдат, характерно не слишком ревностное отношение к своим обязанностям, зачастую скрытое пьянство, использование своего положения для получения <левых> доходов. Интервью, даваемые такими офицерами, можно охарактеризовать как откровенную демагогию, состоящую из военно-патриотических и газетных штампов. Они категорически отрицали наличие дедовщины в подчиненных им подразделениях и вообще заявляли, что эта проблема надумана и излишне <раздута> прессой. Никакими усилиями реальной информации из таких офицеров получить не удалось.

3. Офицеры - критики армии. Такие офицеры резко и многословно критиковали армейские порядки и охотно давали интервью. В подавляющем большинстве они

заявляли о своем желании уйти из армии, но по сложившейся практике их почему-то не отпускали. Их готовность к сотрудничеству с интервьюерами объяснялась, по-видимому, смутной надеждой на то, что исследователи каким-то образом смогут воздействовать на армейское начальство и помочь им демобилизоваться.

Сформулированный выше принцип охвата исследованием всех значимых ролевых позиций, а внутри них - типов личности, можно охарактеризовать как принцип системности исследования. Нарушение этого принципа, т.е. проведение опроса в пределах какой-то одной ролевой позиции привносит в исследование систематическую ошибку, порождаемую спецификой угла зрения представителей этой позиции и связанными с этой позицией мотивациями. Одна из наиболее серьезных методических ошибок, которую часто допускают неопытные исследователи, состоит в том, что они строят анализ проблемы на основе опроса лиц, занимающих какую-то одну ролевую позицию, а порой и относящихся к одному типу личности в пределах ролевой позиции. В таком случае они невольно становятся <глашатаями> интересов соответствующей социальной группы. Подобную ошибку часто бывает легко совершить по той причине, что представители каждой ролевой позиции говорят о своих проблемах убежденно и искренне, поэтому их мнения, а также претензии к смежникам (как по вертикали, так и по горизонтали) выглядят очень убедительными. Важно отметить, что указанные мнения не всегда бывают намеренной ложью. Часто речь идет о специфике мотивации людей, связанных с той или иной ролевой позицией.

Искажения информации, связанные с ролевой позицией респондентов, могут быть, как уже отмечалось, неосознанными и сознательными. Последние, в частности, вызваны опасениями навлечь на себя санкции или осуждение. Заверения социолога об анонимном характере опроса и о том, что он не намерен давать оценку действиям опрашиваемого, далеко не всегда способствуют снятию барьера недоверия. Очевидно, что искажения, связанные с сознательной неискренностью респондента, более серьезны, чем неосознанные, хотя последние также могут быть значительными. Тем не менее, даже сильно искаженное интервью может послужить источником ценной информации, если исследователь сумеет правильно ею воспользоваться. Во-первых, отметим, что опасность получения неверной информации вследствие создания респондентами ложных версий часто преувеличивается. Об этом свидетельствуют, в частности, материалы опроса следователей, занимающихся расследованиями уголовных дел. По их общему мнению, любая ложная версия всегда вращается вокруг истины, и необходимо только за некоторыми наслоениями лжи увидеть действительные, соответствующие истине данные. Во-вторых, исследователь не без оснований может надеяться, что при увеличении числа опрашиваемых в пределах данной ролевой позиции в выборку могут попасть более смелые и более искренние люди. Практика показывает, что такие надежды отнюдь не утопичны. Наконец, в-третьих, повышение достоверности данных интервьюирования эффективно достигается путем опроса лиц, занимающих смежные или противостоящие ролевые позиции. Сопоставление двух, прямо противоположных точек зрения, отражающих противоположные ролевые позиции, может способствовать созданию объективной картины, не совпадающей полностью ни с одним из полученных в ходе исследования мнений.

При сильном расхождении позиций опрашиваемых по поводу одной и той же проблемы оправдано применение <челночного интервьюирования>, при котором несовпадающие точки зрения доводятся до каждого из опрашиваемых с просьбой прокомментировать эти точки зрения и уточнить собственную позицию.

Опрос лиц, занимающих различные ролевые позиции, предполагает различия в вопросниках или в круге охватываемых тем. Сказанное относится не только к глубокому интервью, но и к формализованным анкетным опросам. К последним это

относится даже в большей степени, поскольку при применении формализованных анкет исследователь уже не может надеяться на то, что респондент его в чем-то <поправит>. Необходимость дифференцировать вопросники в зависимости от ролевых позиций респондентов недостаточно разъяснена в отечественной методической литературе. Нарушение этого принципа часто приводит к тому, что опрос различных категорий респондентов проводится по единым вопросникам, неадекватным ни одной из исследуемых ролевых позиций.

Вопросник интервью

Вопросник глубокого интервью принципиально отличается от анкеты с закрытыми вопросами. Если структурной единицей анкеты является вопрос или блок вопросов, то структурной единицей неформализованного интервью является ТЕМА. Тема представляет собой связное (обладающее смысловым единством) изложение какого-либо вопроса. Если анкетные вопросы с формализованными закрытиями можно охарактеризовать как дискретные, то тему можно охарактеризовать как непрерывную смысловую последовательность. Прибегая к геометрической аналогии, анкетный вопрос с закрытыми ответами можно уподобить точке, а тему - линии. Между точками и линией существует определенная асимметрия: линию легко разбить на точки, однако воссоздание незнакомой линии по точкам часто является делом достаточно трудным и технически не всегда возможным. Аналогично и тема сравнительно легко разбивается на дискретные вопросы, которые легко могут быть формализованы, однако возможность воссоздать неизвестную заранее тему, задавая много конкретных вопросов, является, по меньшей мере, проблематичной. Вопросник глубокого неформализованного интервью представляет собой перечень тем, подлежащих выяснению. Этот перечень не обязательно должен иметь форму вопросительных предложений. Темы могут быть сформулированы как в повествовательной, так и в вопросительной форме. Эти грамматические формы взаимозаменяемы, и исследователь может по желанию выбрать любую из них либо использовать их комбинацию.

Центральной проблемой при составлении вопросников, предназначенных для глубоких интервью, является определение последовательности тем и степени их детализации. Эта проблема имеет много сторон, которые будут описаны ниже в виде последовательности типологий, которые в совокупности определяют все многообразие типов вопросников.

Последовательности тем по характеру смысловых связей. В зависимости от типа смысловой связи темы подразделяются на повествования, описания и рассуждения. Данная типология была разработана еще средневековыми логиками, а в русскую научную культуру привнесена М.Ломоносовым.

Повествование - это изложение хода событий во времени или последовательное отображение частей сложного события. Составные части повествования следуют друг за другом в порядке, определяемом связью во времени описываемых в них событий. В методических пособиях по интервьюированию повествование именуется также <хронологической> последовательностью. Разновидностями этой последовательности являются: прямая и обратная хронологии, прямая хронология с отступлениями. Иногда интервью концентрируется вокруг какого-то центрального события. В этом случае задаются вопросы: что было до того, во время того, после того? Хронологическая последовательность может измеряться в годах, месяцах, днях, часах, минутах. Скорость описания событий в ходе интервью обычно бывает неоднородной: ключевые события могут описываться часами и минутами, а

длящиеся процессы - месяцами и годами. Вследствие этого временные рамки повествования в ходе интервью постоянно меняются, расширяясь и сужаясь.

Описание - это последовательное отображение составных частей сложного объекта или явления. Связь между элементами описания может осуществляться на основе пространственных, функциональных или иных отношений. Описание называют также <пространственной> последовательностью, имея в виду, что совокупность формирующих объект составных частей, признаков или функций образуют, говоря языком математиков, признаковое или функциональное пространство. Порядок перечисления элементов описания в идеальном случае должен иметь определенную логическую последовательность. М.Ломоносов приводит следующие типы последовательностей: по важности - сначала о важнейших, затем о прочих по их рангу; по месту - о верхних раньше, нежели о нижних, о передних раньше, чем о задних; по достоинству - о золоте прежде, чем о других металлах, и т.п. В интервью при перечислении респондентом факторов, причин или составных частей, желательно попросить его, по возможности, выстроитых в порядке значимости или иным образом упорядочить свое изложение.

Описания различаются по месту расположения их общей части (общей характеристики объекта описания). В некоторых случаях эта часть открывает тему, в других она ее завершает. М.Ломоносов назвал первый тип описания разделительным (сначала представляется объект в целом, а затем составные части), а второй - соединительным (сначала составные части, а затем объект в целом).

Рассуждение или причинно-следственная последовательность - это тип смысловой связи, основанной на причинно-следственных отношениях. Рассуждение представляет собой мысль, движущуюся от посылок к выводу, например, в форме умозаключения, доказательства, опровержения. Виды рассуждений: от констатаций к обобщению; от тезиса к аргументам и от них к выводу; от фиксации изменений - к анализу их причин; от элементов - к их связям; от установления закона - к раскрытию его модификаций; индуктивные и дедуктивные умозаключения.

Описанные выше виды последовательности тем являются идеальными типами в том смысле, что интервью вовсе не обязательно должно реализовывать какую-то одну из них. Напротив, реальные интервью часто состоят из комбинаций этих последовательностей. Важно однако, чтобы при составлении вопросника и подготовке к интервью исследователь умел четко определять, каким способом должна быть раскрыта та или иная интересующая его тема. Это важно, в частности, при проведении работы по детализации вопросника, поскольку такая детализация должна осуществляться в соответствии с законами членения тем. Умение различать виды последовательности тем важно и непосредственно в ходе интервью, поскольку оно помогает поддерживать логический строй беседы.

В качестве примера комбинированного типа последовательности можно привести интервью с работником отдела снабжения машиностроительного завода (В.Игруновым). Респонденту был задан вопрос:

<По каким видам материалов Вам удалось добиться существенных успехов, т. е. заметно увеличить фонды Вашего завода?> Ответ был: <По жидкому кислороду, этиловому спирту, льняному шпагату, битумированной бумаге>. Далее был задан вопрос: <Расскажите, каким образом Вам это удалось?> В ответ респондент рассказал конкретно, какие действия и в какой последовательности он производил по каждой из названных выше позиций. Таким образом, возникла комбинированная описательно-повествовательная последовательность, на первом уровне раскрытия темы ответ был дан в категориях описания, а на втором уровне - в категориях повествования.

При составлении вопросников темы, связанные с рассуждениями, целесообразно ставить в конец интервью, после того, как фактическая сторона дела прояснена в ходе повествования или описания (либо их комбинации).

Вопросы, запланированные заранее, и вопросы, формулируемые по ходу интервью. Вопросы, задаваемые респонденту, подразделяются на те, что подготовлены заранее и сведены в план-вопросник, и те, что задаются непосредственно в ходе беседы и представляют собой оперативную реакцию интервьюера на получаемую информацию. Второй тип вопросов в данной главе не рассматривается, поскольку в ней идет речь только о заранее подготавливаемых планах интервью. Однако для данного раздела важно, что интервью могут различаться по соотношению удельных весов вопросов обоих типов. Исследователь должен выбирать, на что он больше будет полагаться: на заранее подготовленные или на оперативно формируемые вопросы.

Число тем в интервью. План глубокого интервью может включать в себя либо одну тему, либо несколько независимых тем. Первый тип вопросника можно охарактеризовать как простой, а второй - как составной. Составные интервью реже встречаются в социологической практике глубокого интервьюирования, поскольку полноценное раскрытие одной темы (или нескольких взаимосвязанных тем) требует обычно достаточно много времени. Соединение в одном интервью нескольких разнородных тем может привести к тому, что не все они будут полноценно раскрыты. В связи с этим наше дальнейшее изложение будет в основном ориентировано на описание правил составления вопросника простого интервью, во-первых, потому, что оно более употребительно, а во-вторых, потому, что составной тип складывается из нескольких простых.

Степень логической детализации вопросника. Это идеально-типическая шкала, на одном полюсе которой находятся вопросники с высокой, а на другом - с низкой степенью детализации. Если для проведения интервью формируется подробный план, состоящий из многих вопросов, и если эти вопросы представляют собой составные части одной общей темы, то мы имеем дело с вопросником детализированного типа.

Детализация вопросников осуществляется путем деления большой общей темы на составляющие ее частные темы. Поскольку каждая тема может в определенном смысле рассматриваться как понятие, то делить, членить тему на составные части необходимо с соблюдением соответствующих логических правил. Деление темы - это логическая операция, посредством которой раскрывается ее объем, т.е. число предметов или явлений, охватываемых темой. В соответствии с общепринятыми логическими правилами, деление темы на составные части (подтемы) должно быть: а) обоснованным, т.е. проводиться только по одному основанию, лежащему в основе видовых различий подтем. Данное правило является основным, и его несоблюдение разрушает весь логический строй интервью, приводя к хаотичному чередованию вопросов.

Допустимо, а порой и необходимо, чтобы в пределах одного вопросника тема членилась по нескольким основаниям (сначала по одному, затем по другому и т.д.), что позволит отразить различные стороны исследуемого предмета. Однако эти основания должны быть четко отрефлексированы и разделены исследователем, который не должен допускать их смешивания;

б) соразмерным, т.е. сумма логических объемов подтем должна быть равна логическому объему основной темы. При соблюдении данного правила в интервью уменьшается вероятность пропусков и непоследовательности. При его нарушении сумма объемов подтем оказывается либо меньшей, либо большей, чем основная тема. В первом случае тема оказывается раскрытой не полностью, в ней остаются крупные, заложенные в самом вопроснике, пропуски. Во втором случае ряд вопросов

выходит за границы основной темы, и исследователь должен принять решение: либо отбросить лишние (нерелевантные проблеме исследования) вопросы, либо расширить основную тему и начать заново ее членить, не допуская при этом логических пропусков и иных ошибок;

в) взаимоисключающим, т.е. расчленяющим тему на такие части, которые по содержанию не перекрывают друг друга. Несоблюдение этого правила приведет к тому, что респондент вынужден будет освещать одни и те же вопросы в различных частях интервью. В ходе интервьюирования такие ситуации довольно часто встречаются, поскольку респонденты в своей речи не всегда придерживаются логических правил, но не следует усугублять этот хаос при составлении вопросника;

г) непрерывным, т.е. основная тема (родовое понятие) должна быть сначала разделена на подтемы (виды), для которых они являются ближайшим рядом, а затем уже на более мелкие части (подвиды), для которых каждый вид выступает как род. Иными словами, последовательность род-вид-подвид должна строго соблюдаться. Нарушение этого правила, при котором подвиды ставятся в один ряд с видами (так называемый <скачок в делении>), нарушает логическую стройность изложения и усложняет понимание материала. Сказанное в особенности верно применить к интервью, имеющим сложную структуру.

Хорошо разработанный вопросник сложного интервью должен иметь вид подробного оглавления книги. Число ступеней деления детализированного интервью может достигать до трех или четырех, напоминая рубрикацию оглавления, включающего части, главы, параграфы, подпараграфы и т.д. Сравнение с оглавлением книги не случайно, поскольку хорошо проведенное и хорошо отредактированное интервью (о редактировании см. ниже) и должно иметь вид логично построенной статьи или книги.

Кан и Кеннел проводят другую аналогию. Роль вопросника, по их мнению, сходна с подготовкой конспекта выступления, речи. <Даже опытный оратор, - пишут они, - считает полезным расчленить предмет выступления на некоторые подтемы, которые он хотел бы обсудить и принять решение о порядке их освещения>. Такой тематический подход для оратора аналогичен списку конкретных целей для интервьюера. Тематический план обеспечивает освещение содержания, необходимого для достижения общей цели выступления, создает определенную последовательность и структуру. Оратор, имея план выступления, гораздо больше готов к встрече с аудиторией, но он еще не полностью подготовлен. Наиболее опытные ораторы готовят некоторый конспект каждого вопроса, который должен быть обсужден. Такой конспект может включать в себя перечень ключевых слов, предложений или абзацев, которые создают уверенность, что основная мысль не будет упущена. Формулирование подобных конспектов очень похоже на разработку вопросника для интервьюера.

Методические принципы построения вопросников формализованного и неформализованного глубокого интервью отличаются друг от друга в одном важном аспекте. При составлении вопросников формализованного интервью рекомендуется отделять друг от друга тематически взаимосвязанные вопросы, чередуя их с вопросами на другие темы. Считается, что наличие логических связей между предыдущими и последующими вопросами создает у опрашиваемого определенную установку, влияющую на его ответы. В противоположность этому вопросник глубокого интервью должен быть по возможности логичным, чтобы помочь опрашиваемому, да и интервьюеру, не терять нить изложения. Исключение могут составлять некоторые специальные методические случаи (например, когда респондента сознательно провоцируют на противоречивые высказывания), но в данной книге эти случаи не рассматриваются.

В противоположность вопроснику с высокой степенью детализации, часто представляющему собой сложную многоуровневую систему вопросов, вопросник с низкой детализацией может состоять только из одного вопроса или формулировки темы. При этом интервью, состоящее из одного вопроса, вовсе не обязательно должно быть кратким. Вполне возможно, что продолжительность такого интервью составит много часов. Это связано с тем, что единственный вопрос, образующий план интервью, как правило, бывает вопросом большого логического объема.

Вопросник с низкой тематической детализацией может состоять из нескольких самостоятельных, но связанных по смыслу тем, не являющихся составными частями. Он может содержать также некоторые раскрытия основной темы, что приближает его к типу вопросника с высокой логической детализацией.

Использование вопросника с низкой степенью детализации предполагает, что часть вопросов будет сформулирована и задана непосредственно в ходе интервью. Однако число таких вопросов по ходу вовсе не обязательно должно быть большим. Если основная тема ясно сформулирована и понятна респонденту, интервью может превратиться почти в монолог. Вместе с тем, составление детализированного вопросника отнюдь не исключает возможности того, что в ходе интервью исследователю придется задать большое число дополнительных вопросов.

Выбор вопросника с высокой или низкой степенью детализации требует сравнительного описания их преимуществ и недостатков. Преимущества детализированных вопросников достаточно очевидны и вытекают из их основных свойств. Глубокое многоступенчатое расчленение тем служит напоминанием интервьюеру и респонденту: первому - не забыть задать важный вопрос, а второму - не забыть на него ответить. Вместе с тем достоинства вопросника данного типа являются одновременно и его недостатками. Создание детализированных вопросников возможно только в том случае, когда исследователем уже заданы основные признаки будущей концепции или типологии. Это, в свою очередь, предполагает наличие у него конкретных знаний или гипотез содержательного характера. Однако выделять типологические признаки без предварительного зондажа по меньшей мере рискованно, поскольку в этом случае, как и в случае с формализованными вопросниками, респонденту может быть навязана чуждая ему логика.

Таким образом, проблема определения целесообразной степени логической детализации интервью является при составлении вопросника одной из центральных. Эта детализация в общем и целом определяется степенью предварительной информированности исследователя. Низкому уровню предварительной информированности должна соответствовать и низкая степень логической детализации. Ни в коем случае не следует стремиться к искусственному, т.е. превышающему пределы предварительной информированности, повышению степени детализации вопросника. С методической точки зрения недостаточная детализация гораздо менее опасна, чем чрезмерная. Начинающему исследователю часто бывает трудно удержаться от соблазна чрезмерной детализации, поэтому он должен усвоить правило: детализация должна быть минимально необходимой.

Одним из приемов, способствующих преодолению противоречий между преимуществами и недостатками высокой и низкой степени детализации, является поэтапная детализация, при которой ее степень возрастает непосредственно в ходе исследования, от интервью к интервью. Вторым средством, способствующим преодолению указанного противоречия, является составление вопросников с неполной логической структурой, которые ниже выделяются в особый тип.

Отметим, что сама по себе логическая детализация вопросника, даже если она достаточно подробна, не превращает неформализованное глубокое интервью в формализованное. Эти два вида интервью все равно остаются принципиально

различными, поскольку в глубоком интервью вопросы не имеют формализованных закрытий и предполагают не краткий однозначный ответ, а раскрытие определенной темы.

Степень логической разветвленности вопросника. Это идеально-типическая шкала характеризует вопросники со сложной логической структурой. На одном конце шкалы план интервью напоминает линию, а на другом - ветвистое дерево. Необходимость составления вопросников типа <дерева> возникает в тех случаях, когда при расчленении темы на составные части встает проблема <логических развилочек>. Эта проблема актуальна при составлении схем как формализованного, так и глубокого интервью. Логической развилкой в данном случае называется ситуация, при которой исследователь прогнозирует, что в зависимости от ответа на определенный вопрос выборка респондентов распадется на несколько существенно различающихся по своим свойствам совокупностей, для каждой из которых потребуется составление специфического вопросника. Поясним сказанное на примере. Предположим, что проводится опрос, направленный на изучение типов восприятия эстрадной песни. Как правило, в таких опросах обнаруживается, что для одной части респондентов более важным является поэтический текст, а для другой - музыка. Поскольку системы критериев и понятийный аппарат оценки словесной и музыкальной составляющих существенно различаются, то вопросник анкеты или интервью должен предусматривать эту развилку, т.е. наличие специфических блоков вопросов для респондентов различных типов.

Хотя рассмотрение методических проблем формализованных вопросников не входит в задачу данной книги, отметим, что отсутствие предусмотренных в анкете логических развилочек - одна из главных черт, отличающих отечественные анкеты от зарубежных. Структура отечественных анкет обычно представляет собой логическую <линию>, а зарубежных - <дерево>, что отражает громадный разрыв в уровнях методической культуры отечественных и зарубежных исследователей. Образцы анкет, приведенные в качестве примеров в книге Э.Нозль, изобилуют логическими развилками. При этом хорошо видно, что, если бы они не были предусмотрены, то о получении релевантной информации просто не могло бы быть и речи.

Подобно тому, как это делается при составлении анкет, при составлении тематического плана интервью исследователь также, по возможности, должен прогнозировать возникновение логических развилочек и закладывать их в структуру вопросника. Вопросник приобретает в этом случае сложную структуру, в которой интервьюер должен уметь оперативно ориентироваться. В зарубежной литературе вопросники такого типа называют <путеводителями> (они указывают, по какому пути следует вести интервью в зависимости от характера ответов респондента).

В целях установления терминологического соответствия укажем, что в зарубежной литературе описанные выше логические развилки принято трактовать как различия в так называемых <рамках соотнесения респондентов>. Смысл этого термина станет ясным из следующей цитаты из учебника Кана и Кеннела: <Предположим, респондентам задается вопрос: <Что вы думаете о производстве автомобилей в настоящее время?>. Более половины респондентов говорят, что производится слишком много машин, 10% - что слишком мало, остальным кажется, что производство находится как раз на нужном уровне. Если же мы спрашиваем людей, почему они думают так или иначе, мы выясняем, что существуют различные рамки соотнесения, основанные на различных критериях. Первый критерий - будущее экономики в целом. Люди рассуждают, что, если будет сокращено производство, то это приведет к безработице и т.д. Второй критерий содержит в основе мнение о снижении морали. Говорится о том, что если бы не было столько автомобилей, то люди чаще ходили бы в церковь, и не было бы всех этих пикников. Третий критерий - это забитые шоссе. Видимо, это рамки соотнесения водителей. Четвертый критерий

включает личные чувства владельцев автомобилей, они говорят о том, что слишком часто меняются модели, а они не в состоянии каждые два года менять автомобиль. Вывод состоит в том, что точная интерпретация ответов может быть сделана только в том случае, если мы знаем и правильно трактуем рамки соотнесения респондента. Соответственно, интервью должно вестись внутри смыслового пространства, заданного этими рамками соотнесения.

Существование различных рамок соотнесения ставит перед исследователем двойственную задачу. Во-первых, необходимо получить информацию, которая проясняет рамку, в которой находится ответ. Во-вторых, следует изучить ход мысли и логику респондента в пределах его собственной рамки соотнесения. На ранних этапах исследования, т.е. при опросе самых первых респондентов, это можно сделать, только задавая неподготовленные заранее вопросы по ходу интервью. Однако по мере повышения степени логической детализации вопросника может усложняться и его логическая структура, приближаясь к типу <дерева>.

Полнота логической структуры вопросника. Вопросники неформализованного интервью могут иметь полную либо неполную логическую структуру. Полная логическая структура возникает в том случае, когда темы интервью расчленены на подтемы в соответствии с описанными выше четырьмя правилами деления (см. вопросник с высокой степенью логической детализации). Однако реально уровень предварительной осведомленности исследователя далеко не всегда позволяет осуществить такое деление. Часто исследователь располагает лишь общей формулировкой темы и наряду с этим - набором частных вопросов, входящих в данную тему, но не покрывающих ее целиком. Такие ситуации, в частности, возникают в прикладных исследованиях, поскольку заказчиков обычно интересует как общее состояние проблемы, так и получение ответов на ряд конкретных вопросов. Иногда заказчик формирует проблему путем составления обширного списка конкретных вопросов. В этом случае исследователь может пойти по формальному пути и составить план интервью исключительно на основе заданного заказчиком перечня вопросов. Этот подход нельзя, однако, считать профессионально добросовестным, поскольку заказчик, скорее всего, сформулировал лишь часть вопросов, являющихся элементами более общей проблемы. Задача социолога состоит не только в том, чтобы дать ответ на заданные вопросы, но и в том, чтобы попытаться выявить и осветить те вопросы, которые не заданы заказчиком, но релевантны интересующей его проблеме. Сделать это можно только путем включения в вопросник общих вопросов, нацеленных на освещение всей проблематики в целом.

Таким образом, вопросник с неполной логической структурой представляет собой смешанный тип недетализированного и высокодетализированного вопросника, иными словами - комбинацию общих и частных вопросов, логическое пространство между которыми остается незаполненным. Общий вопрос ставится в этом случае перед частными, а частные вопросы задаются только после того, как респондент самостоятельно и полностью раскрыл сформированную в общем вопроснике тему. В ходе ответа на общий вопрос респонденты могут, и это случается довольно часто, осветить некоторые из предусмотренных планом частных вопросов. Необходимость задавать их в таком случае сама собой отпадает.

Постановка и раскрытие общего вопроса до перехода к частным, не устраняя частные вопросы из плана интервью, вместе с тем позволяет выявить:

а) неучтенные логические развилки и принципиально новые направления раскрытия темы. Новый и неожиданный для исследователя поворот темы зачастую обесмысливает всю остальную часть детализированного вопросника, если исследователь поторопился с его составлением;

- б) неучтенные основания деления темы, раскрывающие объект с неожиданной стороны;
- в) неполноту заданной исследователем типологии, которую респондент может дополнить новыми объектами, явлениями или переменными;
- г) ранги значимости элементов тем, составных частей исследуемых объектов или явлений, а также их взаимосвязи в сознании респондента.

Если опрос проводит не сам исследователь, а привлеченные к работе интервьюеры, текст вопросника должен содержать указания, какие вопросы требуют детального и длительного по времени раскрытия, а какие в силу своей конкретности такого раскрытия не требуют. Важным элементом профессиональной подготовки интервьюера является его способность распознавать наличие <логической пустоты> между общими и конкретными вопросами.

Прямая и обратная <воронка>. Ряд вопросов, в котором каждый последующий имеет меньший логический объем, чем предыдущий, называется последовательностью <прямой воронки>. Противоположный тип, в котором общий вопрос расположен после частного, называется <обратной воронкой>. Указанные типы последовательностей могут характеризовать либо все интервью в целом, либо отдельные его темы или подтемы.

Последовательность <прямой воронки> наиболее употребительна. Можно сказать, что она используется во всех случаях, когда нет специальных методических оснований для принятия противоположного решения. Среди основных преимуществ последовательности <прямой воронки> могут быть названы следующие:

а) если целью интервью является получение детального описания события, ситуации или проблемы, постановка общего вопроса позволяет избежать множества частных. Если, к примеру, темой интервью является воссоздание картины какого-либо необычного события (аварии, преступления или явления НЛО), то респонденту может быть задано очень много частных вопросов, напоминающих известную игру <холодно - горячо>. Для прояснения деталей такие вопросы могут быть заданы, но они не заменят постановки первоначального общего вопроса: <Расскажите по порядку, что произошло?> Этот вопрос не только достаточно широк, в нем уделяется большое внимание также опыту респондента, что позволяет ему высказать собственную версию произошедшего. Этот вопрос к тому же показывает большую заинтересованность интервьюера в опыте респондента, чем при выпрашивании бесконечного множества деталей;

б) последовательность <прямой воронки> позволяет респонденту строить свой ответ более связно и вспоминать детали более эффективно, следуя своему собственному пути ассоциаций. Если задавать респонденту вопросы о десятках конкретных деталей, то это может дезорганизовать ход изложения его мыслей, тем более, что многие детали могут для респондента оказаться незначимыми;

в) начиная интервью с постановки общего вопроса, исследователь страхует себя от привнесения в беседу своего взгляда или установки своих рамок соотнесения прежде, чем он получит информацию о представлениях респондента. Иными словами, многие конкретные вопросы могут незаметно для исследователя оказаться наводящими. Постановка вначале общего вопроса позволяет задавать частные вопросы, соотнося их с рамками соотнесения респондента;

г) если цель интервью заключается в обнаружении непредвиденных релевантных ответов, методически более правильна постановка общего вопроса, так как частные вопросы этой цели не достигают.

Выше были перечислены основные преимущества последовательности типа <прямой воронки>. Ясно, что использование обратного принципа перечеркивает эти преимущества. Тем не менее, существуют специальные методические основания, которые могут склонить выбор исследователя к использованию последовательности

<обратной воронки>. Таких оснований существует, как минимум, три (следует иметь в виду, что реальные вопросники могут содержать в себе комбинации двух типов последовательностей на уровне подтем):

а) отсутствие у респондента достаточно сильных мотиваций для предоставления информации по теме интервью. Такая ситуация может, к примеру, возникнуть в том случае, когда релевантный для исследования опыт респондента представляется ему мало важным и неинтересным, либо он слишком отдален во времени и в значительной степени стерся из памяти. Есть данные, что в таких ситуациях люди легче отвечают на конкретные, чем на общие вопросы. В связи с этим, интервью целесообразно начать с частных вопросов, а более общие задать в конце, когда респондент <разговорится>. Сходные проблемы возникают в тех случаях, когда тема интервью сложна для респондента и вызывает затруднения либо в связи со своей сложностью, либо с тем, что, по мнению респондента, раскрытие темы займет слишком много времени. Наконец, тема может в том или ином отношении вызывать у респондента отрицательные эмоции (смущение, опасение и т.п.). Эмоционально закрытыми могут быть, например, супружеские проблемы, неприятные воспоминания и т.п. Во всех этих случаях есть веские основания начать интервью с простых и эмоционально нейтральных вопросов, постепенно переходя к более важным для исследователя сложным или эмоционально закрытым проблемам.

Как можно понять, аргументами типа изложенных выше руководствовались авторы известного в западных странах учебника В.Гуда и П.Хэтта, которые считают, что последовательность вопросов в интервью должна отвечать следующим требованиям:

- по ходу опроса интерес опрашиваемого должен расти. Необходимо, чтобы первый вопрос, по возможности, привлекал внимание, заинтересовывал опрашиваемого, но не был дискуссионным. В противном случае процент лиц, отказывающихся отвечать, гораздо больше, чем тогда, когда дискуссионный вопрос ставится в середине интервью;

- более сложные вопросы должны следовать за более простыми. Чем далее опрашиваемый вовлекается в интервью, тем труднее ему отказаться от продолжения ответов на вопросы. Поэтому, если некоторые вопросы требуют размышления, их не рекомендуется ставить слишком рано. Но они не должны идти и слишком поздно, ибо опрашиваемый утомляется;

- нельзя слишком поспешно задавать опрашиваемому сугубо интимные вопросы. Лучше прибегать к концу интервью, когда между участниками уже установлен известный контакт;

б) необходимость создания единых рамок соотнесения у различных респондентов. Как отмечалось выше, при постановке общих вопросов респонденты строят свой ответ исходя из собственных рамок соотнесения. При этом, поскольку эти рамки не совпадают друг с другом, разным становится и предмет обсуждения. Преимущества такого подхода обсуждались выше; недостаток же в том, что интервью получаются несопоставимыми. Для исправления недостатка исследователь может использовать последовательность вопросов по типу <обратной воронки>, при которой все интервью ведутся по единому плану, где конкретные вопросы по наиболее важным аспектам проблемы поставлены перед общим вопросом. В качестве иллюстрации можно привести последовательность вопросов, направленных на выяснение оценки респондента своей работы. Сначала могут быть заданы конкретные вопросы, касающиеся оплаты труда, отношений с непосредственным начальником, физических условий труда, содержания работы и т.д. Завершающий интервью общий вопрос в этом случае формулируется так: <Имея в виду все сказанное Вами, что Вы думаете о своем месте работы?>;

в) в определенном отношении последовательность <обратной воронки> оказывает на интервью примерно то же влияние, что и наводящий вопрос. Как и в случае с наводящим вопросом, смещающее воздействие последовательности <обратной воронки> следует считать нежелательным эффектом во всех случаях, когда оно не имеет веских методических обоснований. Существуют однако особые случаи, когда заложенное в методику смещающее воздействие служит противовесом искажениям, которые, по мнению исследователя, свойственны восприятию респондентами определенных ситуаций. В качестве примера Р.Горден приводит исследование, посвященное вопросу эффективности проведения спасательных работ в городе во время стихийного бедствия. Поскольку число погибших в целом оказалось невелико, распространилось мнение, что спасательные работы были очень эффективными. Именно так высказывалось большинство респондентов, когда им прямо задавался этот вопрос. Однако, при постановке ряда конкретных вопросов многие респонденты оказывались склонны пересмотреть свое мнение. Такими конкретными вопросами, в частности, были:

- Сколько человек раненых или убитых Вы видели?

- Сколько времени прошло, прежде чем пострадавших отправили в госпиталь? Видели ли Вы, чтобы кто-то оказывал пострадавшим первую помощь, делал искусственное дыхание или останавливал кровотечение? Если да, то кто это был?

Далее Р.Горден указывает, что при постановке общего вопроса об эффективности спасательных работ респондент исходил из того, что, если в городе с населением 3000 человек, где 90% домов были разрушены, погибло всего лишь 50 человек, то это похоже на чудо. Имея это в виду, респонденты отвечали, что работы велись очень эффективно. Однако при постановке конкретных вопросов до респондентов начинало доходить, что это не совсем так. Ответы на эти вопросы показали, что, когда людей откапывали из-под обломков, раненые лежали рядами на обочине в ожидании, когда дорога будет расчищена, так как <Скорая помощь> или грузовик не могли проехать. Было холодно и дождливо, но иногда проходил час или два, прежде чем человека забирали в госпиталь, и за это время респондент ни разу не видел, чтобы кто-нибудь останавливал кровотечение или оказывал другую помощь. Когда эта картина начала проясняться, респондентам становилось ясно, что многие люди, видимо, умерли из-за потери крови или от шока, лежа под дождем. Таким образом, постановка обобщающего вопроса после выяснения конкретных приводила к тому, что респонденты строили свое заключение на определенном размышлении, благодаря которому они способны были дать более реалистическую оценку произошедшему.

Логика исследователя и логика респондента. До сих пор речь шла в основном о типах последовательностей, отражающих логику исследователя. Однако респондент может иметь свою логику, в которой основные темы интервью также могут быть определенным образом связаны. Последовательность тем, соответствующая логике респондентов, называется <естественной> последовательностью. Такая последовательность не может быть априорно задана исследователем. Следовательно, она должна быть определена эмпирически в ходе проработки и детализации вопросника. В качестве примера Р.Кан и С.Кеннел приводят вопросник, на основе которого осуществляются опросы по поводу потребительских расходов населения. Основная цель этих ежегодных опросов - установление годовых доходов респондентов, их модели сбережений и величина средств в различных формах сбережений, крупные покупки за прошедший и планы покупок на предстоящий год и т.д. Структура данного вопросника разрабатывалась очень тщательно на основе большого числа предварительных интервью. Исследователи сознательно ставили своей целью максимальное приближение логики вопросника к типичной логике респондентов. Эти усилия увенчались успехом, поскольку в ходе опросов

интервьюеры часто слышали от респондентов: <Я так и знал, что Вы сейчас меня об этом спросите>. Нередко респонденты предвидели логику интервью, отвечая сразу на следующие, еще не заданные вопросы.

Таким образом, чем больше исследователь знает о структурировании темы исследования в сознании респондентов, тем ближе к <естественной> последовательности окажется составленный им вопросник. В этом случае план интервью будет отражать такую последовательность, которая является осмысленной для респондента, что, в свою очередь, ведет к достижению более высокого уровня его мотивации и более полному раскрытию тем.

Специальные виды последовательностей. В эту группу объединены различные типы последовательностей, разработанные для достижения тех или иных специальных целей. Приведем примеры некоторых таких последовательностей.

<Тематическая> последовательность. Она используется в тех случаях, когда цель интервью распадается на ряд параллельных тем. Например, исследуя мнения о кандидатах в президенты, каждого кандидата можно рассматривать как отдельную тему, формируемую из одних и тех же вопросов. Таким образом достигается сопоставимость результатов по каждой теме.

Последовательность <проблема - решение> предложена амери-канским исследователем Д.Дэрвиллом. Включает в себя 5 следующих вопросов: Что является сутью проблемы? Что является ее причиной? Какие возможны решения? Какое решение наилучшее? Как это решение может быть реализовано?

<Воронка Гэллапа>, состоящая из пяти вопросов, служит для составления как формализованных, так и неформализованных опросников. Первый вопрос предназначен для того, чтобы выяснить, осведомлен ли опрашиваемый о проблеме вообще и думал ли он о ней. Второй направлен на выяснение того, как опрашиваемый в общем относится к данной проблеме. Третий предназначен для получения ответов по конкретным аспектам проблемы. Четвертый помогает выявить причины взглядов опрашиваемого. Пятый направлен на выяснение силы этих взглядов, их интенсивности.

Язык интервью. Данный аспект проблемы не формирует типологии, но важен при составлении вопросников. Основным критерием для выбора языка и синтаксиса вопросника является необходимость обеспечения максимально полного и точного донесения смысла сообщений от интервьюера к респонденту и обратно. Иначе говоря, язык интервьюера должен соответствовать общему словарю интервьюера и респондента. Наличие общего словаря не означает, что интервьюеру следует использовать те же самые народные либо простонародные выражения или говорить с тем же акцентом, что и респондент. Это означает, что язык, на котором говорит интервьюер, должен быть понятен респонденту, даже если респондент выражает ту же мысль каким-то другим способом. Ответы респондента также вовсе не обязательно должны быть сформулированы в терминологии интервьюера, но обязательно должны быть понятны ему. Словарь и манера выражения должны быть общими в том смысле, чтобы создавать единую основу для понимания.

Если общий язык интервьюера и респондента оказывается недостаточным для обсуждения темы интервью, то необходимо расширить словарь той или другой стороны. В отношении респондента это кажется сложным, но как показывает практика, вполне возможным. В качестве примера можно привести исследование, проведенное в конце 80-х годов Е.Антоновой (Дальневосточный филиал НИИТруда, г.Владивосток). Е.Антонова изучала предпочтения промышленных рабочих в отношении различных премиальных систем. Первые же пробные интервью показали, что рабочие не понимают языка экономистов (вопросы типа: <Какие показатели премирования Вы предпочитаете?> ставили их буквально в тупик). В связи с этим была применена следующая методика. На протяжении приблизительно

20 минут исследователь объяснял опрашиваемому, в чем заключается суть различных премиальных систем, добиваясь полного понимания. После этого задавался короткий вопрос, какую из этих систем респондент считает для себя более предпочтительной. Данное исследование можно рассматривать как пример эффективного расширения словаря респондентов непосредственно в ходе интервью.

Противоположная возможность заключается в том, чтобы расширить или, точнее, адаптировать язык интервьюера, сделав его понятным для той категории лиц, которых предполагается опросить. Решение данной задачи может потребовать проведения специальных зондажных исследований по изучению словаря респондентов, чтобы на основе этого обучить интервьюеров тем словам и выражениям, которые, как можно ожидать, будут использовать респонденты.

Расширение словаря интервьюера не означает, что он должен пытаться имитировать речь респондента. Такие попытки могут привести лишь к нежелательным последствиям. В частности, имитация речи может серьезно обидеть респондента, поскольку ее причины могут быть неправильно истолкованы. Далее, опыт показывает, что, хотя интервьюер и может попытаться приноровиться к языку респондента, эти попытки не эффективны, если сильно противоречат образованию и происхождению интервьюера. Таким образом, изучение и использование словаря респондентов не означает необходимость его имитации. По-видимому, адаптация речи интервьюеров должна быть достаточной для обеспечения коммуникации, но не более того. Интервьюер должен задавать вопросы, понятные респонденту, и правильно понимать его ответы, но при этом сохранять свое собственное <лицо>, отражающее его социальный статус.

Наряду с проблемой учета специфики языка респондентов существует проблема уровня сложности вопросов. Степень сложности вопроса должна приблизительно соответствовать уровню понимания респондента. С методической точки зрения нежелательно задавать как слишком сложные, так и слишком упрощенные вопросы. Слишком большое упрощение формулировок вопросов подчеркивает, а не нивелирует социальную дистанцию, нанося тем самым обиду респонденту. Противоположная ошибка, а именно постановка вопросов, которые выше уровня понимания респондента, вызывает два очевидных негативных эффекта. Первый - это сложность в общении, когда респондент не понимает, чего от него хотят.

Вторая проблема - мотивационная. Респондент в этом случае может ощутить большой социальный разрыв между собой и интервьюером, поэтому ему будет казаться, что он разговаривает с человеком, который никогда правильно его не поймет. Если так случается, респондент утрачивает один из основных мотивов общения. Как уже было сказано, язык интервью - это не только средство коммуникации, но и важный атрибут социального статуса интервьюера. Один из основных выводов, который делает для себя респондент уже в самом начале интервью, - является ли интервьюер похожим на него или, наоборот, отличающимся от него человеком. Попытка уравнивать статусы путем имитации языка и атрибутов внешнего вида может быть использована во включенном наблюдении, но для проведения интервью такая тактика обычно нецелесообразна, поскольку, как правило, она по многим причинам не удается. В частности, потому что в случае успешной имитации интервьюер не сможет объяснить респонденту, зачем он делает запись беседы в блокнот или на диктофон. Поэтому интервьюеру не остается ничего другого, как оставить при себе свой собственный статус (возможно, лишь с некоторым его <повышением> или <понижением>).

Приняв решение о сохранении своего статуса, интервьюер должен его выдерживать. Применительно к языку это означает, что некоторые виды выражений подходят для роли интервьюера, другие же резко из нее выбиваются. Например, сомнительно, что

использование нецензурных выражений будет способствовать улучшению взаимопонимания с респондентом даже в тех случаях, когда такие выражения действительно широко распространены в социальной среде респондента, являются для него привычными, а также, возможно, используются им в ответах.

Время, место и способ записи

Время проведения интервью. Относительно оптимального времени проведения интервью существует мало обоснованных рекомендаций. Предпринимались попытки экспериментально определить, когда лучше брать интервью : утром или вечером. Эти попытки не дали определенного результата, из чего следует сделать вывод, что само по себе время начала интервьюирования не играет существенной роли. Более существенным фактором является соотношение времени интервью с обычным распорядком дня респондента. Очень важно, чтобы время интервьюирования по возможности вписывалось в распорядок дня и не слишком сильно его нарушало. Назначать время следует таким образом, чтобы респондент никуда не торопился, иначе интервью получится скомканным. Данное правило относится также к интервьюеру, который и подавно не должен никуда торопиться. Далее важно, чтобы респондент не был слишком уставшим. Если, к примеру, интервьюер добивается встречи с работником, только что вернувшимся из ночной смены или из длительной командировки, шансы на получение серьезной информации не слишком велики. Поскольку респондент дает согласие на интервью добровольно, окончательный выбор времени всегда остается за ним.

Интервью не должно совмещаться с какими-либо иными занятиями респондента (домашней работой, производственной деятельностью и т.д.), так как качество ответов и глубина раскрытия в этом случае резко снижаются. Наиболее отрицательно на качестве интервью сказывается намерение уйти (спешка), занятие домашним трудом (уборка помещения и др.), профессиональная деятельность.

Влияние фактора времени на интервью сказывается в отношении не только момента выбора его начала, но и его продолжительности. Типичная продолжительность интервью составляет от 40 минут до 2 часов. Это своего рода <естественная> продолжительность, которая мало зависит от логического объема темы и требуемой глубины ее раскрытия, а определяется балансом между желанием включившегося в интервью респондента продолжить беседу и противостоящим этому желанию возрастающим чувством усталости и беспокойства по поводу других дел, которые из-за интервью остаются незавершенными. Сказанное не означает, однако, что логический объем темы вообще не оказывает никакого влияния на продолжительность интервью. Если этот объем мал, то интервью может продлиться 10-15 минут. Такие <короткие> интервью, по-видимому, должны быть выделены в особый тип. Коротким может быть также неудавшееся интервью, в котором исследователю так и не удалось <разговорить> респондента.

Если тема настолько велика, что не укладывается в <естественные> 1-2 часа, а также в тех случаях, когда респондент испытывает сильное добровольное стремление к сотрудничеству (такие респонденты бывают и, как правило, они являются ценной находкой для исследования), интервью может затянуться до трех и даже четырех часов, но не более, поскольку даже самый стойкий респондент (и самый стойкий интервьюер) пожелает сделать перерыв. После перерыва работа может быть продолжена и, как уже отмечалось выше, общая продолжительность интервью может составить в этом случае десятки часов.

Как очень короткие, так и очень длинные интервью являются скорее исключением из правила. В практике полевой работы продолжительность интервью обычно укладывается в описанный выше <естественный> интервал.

Объективную продолжительность интервью следует отличать от его субъективной длительности. Последняя представляет собой оценку продолжительности интервью, сделанную респондентом субъективно, без помощи часов. Субъективная длительность может отклоняться от объективной как в большую, так и в меньшую сторону. Наличие этих отклонений легко установить на практике, задавая респонденту в конце беседы вопрос: <Как Вы думаете, сколько времени длилось интервью?>.

Основным фактором, определяющим соотношение объективного и субъективного времени, является интерес респондента к проблематике опроса. Интерес респондента к беседе, в свою очередь, во многом предопределяется степенью интереса, проявляемой интервьюером. Замечено, что активность респондента, его готовность серьезно и вдумчиво отвечать на вопросы заметно возрастает, если он видит, что интервьюер с интересом слушает, помнит и понимает его ответы на предыдущие вопросы и т.д.

Чем больше интерес, тем меньше субъективное время интервью: увлекаясь беседой, респондент не замечает течения времени. Благодаря этому свойству соотношение объективной и субъективной длительности может служить косвенным индикатором, характеризующим степень успешности интервью. В случае успешного интервью с высокой степенью включенности респондента субъективное время может быть приблизительно вдвое меньше объективного. Случаи, когда субъективное время превышает объективное, в социологической практике довольно редки, поскольку от неинтересного или тягостного интервью респондент, как правило, просто отказывается. Однако в специальных случаях, например, в следственной практике, такой вариант возможен.

Наличие существенных расхождений между объективным и субъективным временем позволяет интервьюеру прибегать к своего рода <хитрости> на стадии установления контакта с респондентом. Известно, и это подтверждено специальными исследованиями, что наиболее часто высказываемым мотивом отказа от интервью является нехватка времени, неважно, реальная или декларируемая. Силу этого отрицательного мотива можно уменьшить, занизив в 1,5-2 раза ожидаемую продолжительность интервью. Так, при ожидаемой продолжительности 1,5-2 часа на вопрос: <Сколько это потребует времени?> можно ответить: <Около одного часа>. В.Донохью рекомендует, чтобы реальная продолжительность интервью не превышала заявленную более чем на 50 минут. Кроме того, если событие оказало на респондента большое психологическое воздействие, можно ожидать, что его потребность в осмыслении и сочувственном понимании, а, следовательно, и готовность к сотрудничеству будут выше. Применение данной хитрости морально дозволено, поскольку респондент всегда может проконтролировать время и прервать интервью. Если он этого не делает, то добровольно, поскольку интервью его увлекло. При использовании данного приема, однако, важно убедиться, что респондент не имеет жестких ограничений во времени (точно назначенных встреч, деловых совещаний и т.п.), которые вынудят его прервать интервью, несмотря на увлеченность беседой.

Существует еще один аспект, в котором время интервью имеет значение. Речь идет об интервью, темой которого является описание какого-либо события. Достаточно очевидно, что полученная информация будет более качественной, если это событие произошло недавно. Интервьюирование людей непосредственно после события снижает действие таких факторов, как забывчивость и хронологическая путаница.

Место проведения интервью. Эффективность беседы в значительной степени зависит от обстановки, в которой она проводится. Место проведения интервью прежде всего должно быть уединенным. Если в помещение, где проводится интервью, кто-то постоянно входит и выходит, обращается к респонденту с вопросами, раздаются телефонные звонки и возникают другие отвлекающие дела, беседа либо сокращается, либо прерывается вовсе. В связи с этим, договариваясь о встрече, интервьюер с самого начала должен оговорить, что желательна беседа наедине.

Присутствие посторонних в помещении, где проводится интервью, часто порождает искажающий эффект, получивший название эффекта <третьих лиц>. Эти лица нередко включаются в беседу, высказывают свои мнения, поправляют респондента, уличают его в неточностях или в том, что он говорит неправду и т.д. Иногда <третьи лица> создают шутивную атмосферу, побуждают респондента к несерьезным ответам. Даже если <третьи лица> не вмешиваются в разговор, их влияние на респондента все равно может быть значительным, так как он невольно соотносит свои ответы с их возможной реакцией. Польский социолог К.Лютинская провела специальное обследование, в котором установила, что около половины всех интервью проводится в присутствии <третьих лиц>. Из общего числа случаев присутствия таких лиц они вмешивались в беседу в 56% случаев. По степени влияния на ответы К.Лютинская выделяет три категории третьих лиц: 1) находящиеся в помещении, но не прислушивающиеся к беседе; 2) слушающие беседу; 3) вмешивающиеся в беседу.

Таким образом, место интервью по возможности должно быть выбрано так, чтобы минимизировать факторы, препятствующие установлению контакта с интервьюируемым. В частности, этого можно достичь, если увести респондента из той обстановки, которая постоянно напоминает ему о его обязанностях и делах. Интервьюируемые чувствуют себя более раскованно, если сидят в удобных креслах и между ними и интервьюером нет преград в виде столов или конторок. Американский автор В.Донохью считает, что, если стол все же должен быть использован, то интервьюеру и респонденту следует расположиться с угла на угол, а не так, чтобы между ними была вся поверхность стола.

Способ записи интервью. Существуют три способа записи: магнитная звукозапись, запись от руки в процессе интервью и запись по памяти.

Если респондент не возражает против использования диктофона, такой способ записи является наилучшим. Случаи отказа записываться на диктофон, разумеется, бывают, но не так часто, как это думают люди, незнакомые с практикой интервьюирования. По имеющемуся опыту в проведении обследований на производственные, семейные, армейские и некоторые другие темы, согласие дать интервью практически всегда влекло за собой и согласие на применение звукозаписи. Даже в интервью на темы преступности, теневой экономики и рэкета использовать диктофон удавалось гораздо чаще, чем этого можно было ожидать. Насколько можно судить, согласие дать интервью - более фундаментальное решение, чем решение о дозволении звукозаписи, и если респондент доверяет интервьюеру настолько, чтобы согласиться на первое, то часто это доверие распространяется и на второе.

Помимо повышения вероятности отказа от интервью использование звукозаписи создает также опасность искажений информации, так как не исключено, что при выключенном диктофоне респондент будет говорить более откровенно. Эта опасность тоже реальна, но и она часто преувеличивается людьми, лично не занимавшимися интервьюированием. Практика показывает, что, если респондент увлечен темой интервью, он забывает о диктофоне. Влияние диктофона часто бывает заметно только в первые минуты беседы, когда устанавливается контакт.

Иногда респондент просит интервьюера остановить диктофон, чтобы сообщить некую информацию <не для записи>. Интервьюер должен пойти навстречу этому требованию, но в нашей практике такие случаи возникали не так уж часто.

При использовании диктофона интервьюер должен:

- привыкнуть к нему настолько, чтобы забыть о его существовании (нервозность опрашиваемого передается респонденту);
- безусловно знать технику его использования (путаница в проводах и кнопках воспринимается респондентом как несобранность);
- до начала интервью проверить исправность диктофона и его готовность к работе;
- во время записи внимательно следить за его работой с целью своевременной фиксации остановки движения пленки.

В интервью с применением звукозаписи иногда возникают ситуации, когда респондент, в принципе не возражая против использования диктофона, просит до его включения заранее <отрепетировать> интервью. Интервьюер ни в коем случае не должен на это соглашаться. Как отмечает Э.Чамокова, последующее интервью превращается в спектакль, да еще фальшиво сыгранный. Респондент (это неоднократно проверено практикой) не может повторно воспроизвести сказанное им с той же искренностью, увлеченностью и детальностью, как во время <репетиции>. Очевидно, как пишет Э.Чамокова, в этом случае происходит нарушение спонтанности интервью. Если респондент все же настаивает на <репетиции>, возможно применение следующей тактики: интервьюер внимательно слушает, запоминает или записывает сказанное, но не проводит работы по конкретизации тем и раскрытию их содержания. Когда магнитофон включен, опрос строится не как повторение сказанного, а как его детализация и уточнение. Респондент в этом случае не воспроизводит сам себя наподобие диктофона, а думает, уточняет, переформулирует. Пример на эту тему из статьи Э.Чамоковой выглядит так:

Интервьюер: Вы сказали, что оценивая произведения искусства, эксперт должен руководствоваться законами прекрасного. Правильно я Вас воспроизвожу?

Респондент: Да. Да. Именно.

Интервьюер: А теперь давайте уточним. Что Вы понимаете под законами прекрасного?

Высоко оценивая предложенный Э.Чамоковой методический прием, отметим однако, что он, к сожалению, не всегда срабатывает. Порой во время <репетиции> респондент начинает говорить столь подробно и детально, что, во-первых, интервьюер не в состоянии все запомнить, а во-вторых, полнота раскрытия тем такова, что детализировать их дальше уже не имеет смысла. В таком положении интервьюер имеет два выхода. Первый - это отказаться от звукозаписи и сделать ставку на запись от руки. Второй выход - это оборвать интервью, попросив разрешения прийти снова примерно через неделю. В последнем случае интервьюер должен честно объяснить респонденту мотивы такого решения. Следует сказать примерно следующее: <Поймите, мы делаем пустую работу. Все, что Вы говорите, для нас очень важно, но я не в состоянии это запомнить>.

Следующий способ записи интервью - это запись от руки непосредственно в ходе беседы. Идеальным вариантом было бы использование стенографии, однако интервьюеры, как правило, не владеют этим искусством, а использование стенографистов резко удорожает процесс исследования. В связи с этим наиболее типичный вариант заключается в том, что интервьюер сам записывает интервью, не пользуясь методом стенографии. Записать дословно все высказывания респондента в таком случае невозможно. В связи с этим, данный способ записи не совсем правильно было бы назвать записью от руки. Речь должна идти о сочетании записи от руки в процессе интервью с последующим восстановлением полного текста по памяти. Делая записи по ходу интервью, интервьюеру не следует стремиться к

воспроизведению полных фраз. Если он пойдет по такому пути, то, записав одну фразу, он пропустит несколько следующих. Поэтому путем записи следует фиксировать не фразы, а скорее ключевые слова и обрывки фраз, которые потом, опираясь на собственную память, интервьюер сможет расшифровать.

Как показывает практика, данным методом можно получить достаточно полные тексты интервью без существенных искажений. Разумеется, расшифровка должна по возможности скорее следовать за интервью, чтобы его детали не стерлись из памяти. Некоторые авторы считают, что ее обязательно следует делать в тот же вечер. Наш опыт показывает, однако, что сделанные в ходе интервью обрывки записей помогают восстановить текст и через существенно большие промежутки времени, а именно, и через одну-две недели, возможно, даже через месяц. Основным недостатком данного метода являются не искажения и сокращения, как думают многие, а то, что к стадии обработки текста интервью нельзя подключить помощников. Записи, сделанные интервьюером, может расшифровать только он сам, и это накладывает очень существенные ограничения на объем материала, которое может быть собрано. Следует еще учитывать, что запись от руки с последующей расшифровкой должен осуществлять только квалифицированный и, главное, сильно мотивированный и заинтересованный в результатах работы интервьюер. При использовании диктофона теоретически можно (хотя и нежелательно) привлекать к работе интервьюеров не очень высокой квалификации, работающих только за деньги, а не <за интерес>, в надежде на то, что опрашиваемый разговаривает сам и диктофон полностью зафиксировал его высказывания. При записи от руки этот вариант не срабатывает, так как не очень заинтересованные интервьюеры в подавляющем большинстве случаев очень сильно (вплоть до обесмысливания) сокращают тексты интервью.

Интервьюирование с использованием записи от руки целесообразно производить тандемом, т.е. вдвоем. Это позволяет ввести разделение труда, при котором один из исследователей преимущественно ведет беседу, делая, возможно, краткие записи, а второй по большей части записывает, задавая собственные вопросы в конце интервью. Отметим попутно, что интервьюирование тандемом может вестись и при использовании магнитофонной записи, но и в этом случае исследователи должны разделить функции так, чтобы интервью вел кто-то один, а второй приберегал свои вопросы под конец. Несоблюдение этого правила обычно ведет к хаотичной смене и обрывам тем, поскольку у каждого из опрашивающих возникают свои ассоциации и свои вопросы, не связанные с вопросами его коллеги в единую логическую структуру.

Учитывая, что скорость записи от руки намного отстает от скорости устной речи, интервьюер вправе просить опрашиваемого говорить медленнее или делать небольшие паузы. Слова интервьюера: <Подождите, я записываю> практически во всех случаях воспринимаются респондентом с пониманием и не нарушают хода интервью.

Запись по памяти после интервью используется в случае категорического запрета на какие-либо формы записи со стороны респондента или в том случае, если нет надежды получить разрешение на запись. Недостатки этого метода достаточно очевидны. Прежде всего укажем, что даже очень квалифицированный интервьюер не всегда правильно понимает опрашиваемого в ходе интервью, а порой, при обсуждении сложных вопросов, перестает понимать его вообще. В случае применения магнитной записи в этом нет ничего страшного, поскольку исследователь имеет возможность понять суть обсуждаемого вопроса в ходе обработки интервью. Сложнее это сделать при использовании записи от руки. Что же касается записи по памяти, то здесь восстановление непонятых интервьюером частей невозможно, поскольку то, что непонятно, вообще не сохраняется в памяти.

Далее, отсутствие подспорья хотя бы в виде очень отрывочных записей резко сокращает продолжительность сохранения в памяти содержания интервью. Здесь, по-видимому, правомочно настаивать на том, чтобы интервьюер сделал запись немедленно, как только предоставится возможность. Эффективным средством получения более полных и качественных текстов является интервьюирование тандемом, которое из-за отсутствия записи более необходимо, чем в двух предыдущих случаях. Если в беседе участвовали два интервьюера, то, как правило, в памяти у них откладываются разные элементы интервью, которые они могут соединить воедино путем совместной работы. Очень эффективно помогает работе памяти совместное вспоминание, напоминание друг другу высказываний респондента, так как воспоминание одного вызывает ассоциативную связь у другого и наоборот.

Высокая трудоемкость восстановления текстов интервью в случае записи от руки или по памяти может быть сокращена за счет надиктовки на магнитофон с последующей передачей кассет техническим исполнителям для их расшифровки.

Начало интервью

Под начальной стадией интервью понимается достижение предварительной договоренности с респондентом, если таковое имеет место, и первые минуты непосредственного общения с ним, включая вводную или вступительную часть беседы и первые вопросы.

Начало интервью выделяется в особый этап в связи с тем, что оно выполняет специфические функции. Эти функции связаны не с получением информации, а с установлением психологического контакта с респондентом. В зарубежных учебниках слово <контакт> часто определяется такими выражениями, как <установление атмосферы открытости и доверия> или <разбивание льда>.

Описание проблемы установления контакта целесообразно начать с характеристики двух специфичных видов интервью, в которых наиболее ярко представлена природа явления, которое может быть охарактеризовано как <психологический контакт>. Первый вид - это так называемые клинические или психотерапевтические интервью. Как известно, клиническое интервью используется в психиатрии и медицинской психологии как средство для оказания помощи пациенту в осознании им своих внутренних затруднений, конфликтов, скрытых мотивов поведения. При этом решающим фактором эффективности лечебного воздействия является психологический контакт, основанный на взаимном доверии и способности врача к сопереживанию (эмпатии).

Исследования в области психотерапии показали, что индивид способен испытывать положительные эмоции от процесса общения как такового и от личных взаимоотношений, которые тоже являются частью процесса общения. Влияние этого фактора возрастает в тех случаях, когда интервьюер предлагает респонденту поговорить на волнующие его темы, особенно если у респондента нет иной адекватной возможности выразить свои мнения или проблемы. Иными словами, практика психотерапии показывает, что респондент получает удовлетворение от разговора с понимающим и чутким человеком.

Интервьюеры, работающие в сфере социологических исследований, часто бывают удивлены, неожиданно встретив такую мотивацию в интервью, которое не предполагает терапевтического воздействия на респондента и вообще не приносит ему никакой <пользы>. Тем не менее опыт показывает, что если интервью проводится правильно, то такая внутренняя мотивация обычно присутствует. В подтверждение сказанному Р.Кан и С.Кеннел описывают следующий эксперимент.

Исследовательский центр по проведению опросов в США разослал почтовые анкеты респондентам, которые незадолго до этого были проинтервьюированы по различным проблемам. В анкете задавался вопрос, что больше всего произвело впечатление на респондентов. Анализ ответов показал, что основным фактором установления и поддержания контакта был не сам предмет интервью и не вопросы, которые задавались, а характер взаимоотношений, который устанавливался между интервьюером и респондентом.

Известный американский психотерапевт К.Роджерс определил ряд качеств или характеристик психологической атмосферы, которая помогает интервьюеру добиться установления контакта. Первое - это теплота и отзывчивость со стороны интервьюера, которая выражается в интересе к респонденту и в принятии его как личности. Второе качество характеризуется как позволение выражать свои чувства. Интервьюер принимает утверждения респондента при абсолютном отсутствии какого-либо морализирующего или осуждающего отношения. Придерживаясь такой доверительной установки, пронизывающей всю атмосферу интервью, он добивается того, что респондент понимает: все его чувства и все мнения могут быть высказаны. В этом случае опрашиваемый не испытывает ни агрессивных побуждений, ни слишком большой вины или стыда - все может быть вынесено на обсуждение. Третья характеристика - это свобода от любого типа давления или принуждения. Умелый интервьюер воздерживается от <навязывания> своих собственных мнений, суждений или оценок в ситуации интервью.

Основное условие оптимальной коммуникации заключается в том, что респондент должен воспринимать интервьюера как человека, готового понять и принять его самого и все, что он скажет. В психотерапии и в большинстве социологических интервью интервьюер не должен восприниматься как человек, реакции которого могут быть враждебными или неожиданными. Это означает, что респондент должен воспринимать интервьюера как человека, способного понять его точку зрения. Климат интервью в большей степени будет зависеть от поведения интервьюера и от характера отношений, которые он установит, чем от таких внешних факторов, как одежда или внешность, хотя и они могут давать определенные начальные импульсы.

Наряду с терапевтическими интервью проблему установления контакта целесообразно рассмотреть еще на одном примере, который будет заимствован нами из интересного, но малоизвестного и, пожалуй, неожиданного источника. Это статья Л.Филонова и В.Давыдова <Психологические приемы допроса обвиняемого>. Статья представляет интерес сразу в двух отношениях. Во-первых, это исследование было выполнено исключительно на основе метода глубокого интервью со следователями по уголовным делам. Материал, полученный в результате исследования, демонстрирует силу этого метода и, применительно к данному случаю, полную невозможность получить аналогичную информацию с помощью формализованных анкет. Во-вторых, допрос обвиняемого - это, по сути, интервью, хотя и очень специфичное, поэтому рассмотрение аналогий с социологическим интервью может оказаться полезным.

Один из главных выводов, сделанных исследователями (а точнее, самими опрошенными следователями, поскольку исследователи в данном случае лишь ретранслировали их выводы), заключается в следующем: очень часто успех следствия зависит от того, в какой мере следователю удалось установить контакт с обвиняемым. Под словом <контакт> в данном случае понимается достижение упомянутой выше атмосферы искренности и доверия, под влиянием которой обвиняемый сам рассказывает о совершенном им преступлении, порой даже выражая стремление <излиться в беседе> и <поговорить по душам>. Парадоксально

при этом, что на основании полученных от обвиняемого сведений следователь оформляет ему уголовное дело.

О психологической природе <контакта> исследователям мало что удалось узнать, так как опрашиваемые следователи затруднялись вербализовать свои представления по данному вопросу. Совершенно очевидно, что природа этого явления лежит в области бессознательного, причем мотивационные механизмы установления контакта с разными людьми могут быть различными. Это подтверждается тем, что, по мнению следователей, к каждому обвиняемому нужен специальный подход. Неопытные следователи говорили, что определить нужный подход - дело сложное, и это не всегда получается. В противоположность им наиболее опытные следователи заявляли, что с определениями правильного подхода у них нет никаких проблем. Часто правильный подход можно определить при первом же знакомстве с обвиняемым, даже по тому, как он здоровается, как садится, какие слова произносит первыми и т.п. При этом ни один из опрошенных следователей не смог дать ясного ответа на вопрос, на основе каких критериев они выбирают ту или иную тактику ведения допроса в каждом конкретном случае. Не отвечая на этот вопрос по существу, следователи обычно ссылались на свое <чутье> и на <следственную интуицию>.

Нет нужды повторять, что допрос - это очень специфичное интервью, в котором следователь располагает мощными инструментами давления на психику обвиняемого и принуждения его к даче показаний. Для социологического исследования такие методы абсолютно неприменимы. Тем не менее, описанное выше исследование показывает иррациональную природу контакта, которая явно не сводится к тем или иным соображениям респондента о <выгоде> или <пользе> участия в интервью.

Наличие иррациональных (бессознательных) мотивов стремления к искренней беседе, несмотря на отсутствие от этой беседы какой-либо <пользы> для респондента, позволяет сделать вывод о том, что мотивы, побуждающие к участию в интервью и к отказу от него, по своей природе асимметричны. Данный вывод сродни выводу Ф.Херцберга, занимавшегося изучением трудовых мотиваций, об асимметрии мотивов, формирующих позитивное и негативное отношение к труду. Данное сравнение является, вероятно, чем-то большим, чем простая аналогия. Думается (это наша гипотеза), что мотивы, порождающие так называемые хотторнские эффекты, позитивные стимулы к труду Ф.Херцберга и мотивы, формирующие позитивное отношение к интервью, имеют сходную психологическую природу, однако этот вопрос требует экспериментальной проработки.

Не располагая собственной типологией позитивных и негативных мотивов к участию в интервью, приведем типологию, предложенную Р.Горденом. По аналогии со сказанным нами выше, Р.Горден указывает, что устанавливая контакт с респондентом, интервьюер сталкивается с наличием в его сознании как <ингибиторов> (т.е. замедлителей, препятствий), так и <помощников> общения. Природа ингибиторов видится в виде барьеров или препятствий к общению, которые должны быть устранены, обойдены или отодвинуты из сознания респондента. Помощники общения - это не просто отсутствие препятствий, но наличие позитивной силы, мотивирующей респондента к общению. На стадии установления контакта с респондентом перед интервьюером стоит задача понять, какие из ингибиторов имеют место в данном случае и какая тактика может быть наиболее эффективна для их обхода.

В первые моменты встречи с респондентом ингибиторы почти всегда доминируют. Если <разбивание льда> проходит успешно, их действие постепенно ослабевает, освобождая место для позитивных мотивов. В тех случаях, когда это замещение происходит успешно, контакт устанавливается, и интервью начинает набирать темп.

Задача интервьюера заключается, таким образом, в минимизации влияния ингибиторов и максимизации действия <помощников>.

Р.Горден описывает систему из восьми <помощников> и восьми ингибиторов, оговаривая при этом, что предлагаемая им классификация грешит эклектизмом, но зато выведена практически из анализа сотен интервью.

ПОМОЩНИКИ ОБЩЕНИЯ

1. *Стремление к исполнению ожиданий.* Если на человека воздействуют извне чьи-то ожидания, то он часто, сознательно или бессознательно, стремится на них отреагировать. Р.Горден считает, что стремление к выполнению ожиданий - одна из главных сил в социальном общении. Как отмечают Р.Кан и С.Кеннел, среди социальных норм, принимаемых большинством людей, существуют и такие простые добродетели, как вежливое обращение с незнакомыми людьми, гостеприимство по отношению к визитерам, ответы на вопросы, правдивость, уважение к людям, выполняющим свои должностные обязанности и т.п. Эти мотивы не настолько сильны, чтобы обеспечить участие респондента в долгом и трудном интервью, но во всяком случае, они дают интервьюеру возможность актуализировать более сильные мотиваторы, которые будут описаны ниже. Наличие указанных норм означает также, что в типичном случае респондент не склонен вести себя, как злоумышленник на допросе. При отсутствии каких-то веских причин к сокрытию информации респонденты склонны отвечать на вопросы, а не отмалчиваться, говорить правду, а не заниматься вымыслами. В тех ситуациях, когда требования интервьюера скромны и потенциальная угроза для респондента сведена к минимуму, эти нормы могут выработать существенные мотивации для достижения цели интервью.

Сказанное означает, что при установлении контакта с респондентом интервьюер должен передавать ему общие ожидания сотрудничества и ответов на конкретные вопросы. Это не столь банально, как кажется. Когда мы говорим о передаче интервьюером своих ожиданий, следует различать вербальный и невербальный аспекты. Неопытный интервьюер, которому не хватает уверенности или который не считает свою задачу важной, часто только на словах просит респондента предоставить информацию, в то время как все его невербальное поведение свидетельствует о наличии сомнения в том, что у него есть право надеяться на ответ. Интервьюер должен сознавать, что его невербальное поведение по отношению к респонденту играет очень большую роль, работая по принципу <эмоциональной индукции>. В некоторых случаях негативные ожидания (бессознательный страх) интервьюера мешает ему правильно понимать реакции респондента (позитивные реакции последнего истолковываются как негативные вследствие предубежденного отношения). Если поведение респондента истолковывается интервьюером негативно, это ощущение ретранслируется обратно к респонденту. Возникает круговая реакция, в которой один аспект усиливает другой, в результате чего интервьюер приходит к выводу, что контакт с респондентом установить невозможно.

2. *Потребность в признании и одобрении.* Как известно, все люди нуждаются в признании и одобрении со стороны других. Опытный интервьюер часто использует это свойство, стараясь при любой возможности высказать респонденту свое искреннее одобрение. В дополнение к прямой похвале существуют и косвенные способы. К примеру, респонденту можно польстить, сказав, что он выбран потому, что компетентен и располагает нужной информацией. Как и в предыдущем случае, важную роль играет невербальное поведение интервьюера. Это поведение должно демонстрировать искренний интерес ко всему, что говорит респондент.

Согласно статье Л.Давыдова и В.Филонова, следователи по уголовным делам используют в своей работе потребность человека в признании и одобрении. Это находит свое отражение в применении ими специального психологического приема,

который они называют <использование положительных черт личности>. Часто при допросах они апеллируют к смелости допрашиваемого, к его честности, прямоте, бескорыстию. Для достижения той же цели могут упоминаться заслуги обвиняемого в прошлом, его служебное и семейное положение. Все эти меры способствуют установлению контакта с обвиняемым, а контакт - к достижению признания.

3. *Использование альтруистических мотивов.* У людей существует потребность в служении какой-то высшей цели или делу, выходящих за рамки их непосредственных личных интересов. Поступки, исходящие из этих мотиваций, можно охарактеризовать как альтруистические. Альтруистическая установка - важный мотив к сотрудничеству в социологических, психологических и антропологических исследованиях. На практике нередко респонденты добровольно предоставляют информацию, приносящую им неприятность и боль, если они считают, что это может помочь другим людям или служит иной важной цели.

4. *Потребность в сочувственном понимании.* Данная потребность отличается от потребности в одобрении, которая требует констатации успеха со стороны окружающих. Существуют, по-видимому, два основных мотива, формирующих потребность в сочувственном понимании - это стремление пожаловаться собеседнику на трудности и тяжелую жизнь и стремление к самооправданию в ситуации внутреннего морального конфликта. Обычно люди ищут сочувственного понимания у родных и близких, но оно может быть оказано также врачом или интервьюером. Стремление к сочувственному пониманию помогло, в частности, одному российскому журналисту, писавшему очерк о валютных проститутках. Пробившись сквозь барьер недоверия, он, по его словам, обнаружил у них большую потребность выговориться, благодаря чему и сумел собрать обширный материал.

Многие люди готовы говорить о своих проблемах бесконечно, лишь бы был сочувствующий слушатель. Данное качество превращается порой из помощника в препятствие к получению информации. Это происходит в тех случаях, когда тема интервью не совпадает с плоскостью проблем, в области которых респондент хотел бы получить сочувственное понимание интервьюера. В этом случае интервьюер должен поддерживать определенный баланс между своим стремлением направить беседу в нужное для исследования русло и стремлением респондента поговорить о своих проблемах. Жесткий обрыв тем, не связанных с проблематикой интервью, и сопутствующий ему отказ в сочувственном понимании может разрушить достигнутую в начале беседы атмосферу искренности и доверия. Следует еще отметить, что проблемы, о которых хочет говорить сам респондент, могут неожиданно оказаться релевантными для исследования, порой даже более релевантными, чем вопросы, заготовленные исследователем. В связи с этим исследователю следует внимательно относиться к сообщениям респондента, высказанным им в расчете на сочувственное понимание.

5. *Приобретение нового опыта.* Часто интервью становится для людей новым и интересным занятием. Это может являться самостоятельным мотивом к сотрудничеству. Просьба дать интервью может восприниматься респондентом как престижное предложение, повышающее его самооценку.

6. *Катарсис (очищение).* Под катарсисом в данном случае понимается процесс, посредством которого человек, выговариваясь, получает освобождение от неприятного эмоционального напряжения. Священники и психотерапевты часто сталкиваются в своей практике с явлением катарсиса как освобождения от чувства вины (сознательной или подсознательной). Следователи, стремящиеся вызвать у обвиняемого упомянутое выше стремление <излиться в беседе> и <поговорить по душам>, по сути также стремятся спровоцировать катарсис.

Катарсис и потребность в сочувственном понимании взаимосвязаны, но это не одно и то же. Возможна ситуация, когда потребность в сочувственном понимании может

быть удовлетворена без катарсиса, но невозможно обратное, т.е. сочувственное понимание предшествует катарсису. <Черствому> интервьюеру, у которого нет желания слушать то, что ему кажется несущественной эгоцентрической болтовней, часто не удается получить важного конфиденциального признания.

7. *Потребность в познании смысла.* Это стремление получить ответы на вопросы типа <К чему мы идем?>, <Почему все происходит так, а не иначе?>. Согласно трактовке Р.Гордена каждое общество и составляющие его субкультуры имеют системы ценностей, объяснений и мифов, упорядочивающих реальность, в которой живут его члены. При изменении социальных условий система представлений индивида оказывается несостоятельной в отношении тех реальных событий, которых невозможно избежать. Социологи хорошо знают, что разрушение привычного образа жизни в результате войн, депрессий и других больших кризисов (наподобие <перестройки>) заставляет людей пересматривать свои ориентации и заново искать смысл существования. Индивиды, у которых сломана прежняя система жизненных ориентации, активно занимаются поиском новых, что усиливает их склонность к социальным контактам и к активному участию в беседах.

Другим источником нарушения социальных ориентаций и необходимости выработки новых являются не общественные изменения, а индивидуальные (личностные) жизненные кризисы, связанные, в частности, со сменой жизненных циклов индивида. Поиск молодежью смысла жизни, разрыв с родителями, отказ от иллюзий, осознание того, что жизнь не вечна и другие аналогичные жизненные кризисы создают сильную мотивацию поговорить на эти темы.

8. *Внешние стимулы.* Эти стимулы связаны не с активизацией внутреннего стремления индивида <поговорить>, а со своего рода наймом его для работы респондентом. Основным внешним стимулом является оплата времени, затраченного респондентом. Другим вариантом таких стимулов может быть оказание помощи в решении проблем индивида. Необходимость в использовании внешних стимулов возрастает по мере снижения внутренних мотиваций и по мере роста затраченного времени и усилий респондента. Использовать внешние стимулы целесообразно лишь в тех случаях, когда внутренних стимулов оказывается недостаточно. Это не только вопрос экономии средств исследователя, но и в определенном смысле вопрос исследовательской этики, бережного отношения к ресурсу общества добровольно содействовать социальным исследованиям. Бесконтрольная и зачастую безответственная выплата денежных сумм респондентам закрывает путь для дальнейшего сотрудничества с ними на добровольной основе, иными словами, портит <социологическое поле>. В связи с этим при подготовке к работе необходимо взвесить, действительно ли затраты времени и труда респондента столь существенны, а специфика обследования столь мало затрагивает их внутренние мотивации, что использование внешних стимулов становится необходимым.

Описанный выше перечень позитивных стимулов к участию в интервью, по-видимому, не является исчерпывающим, а классификация - единственно возможной. В литературе можно встретить множество разнообразных рекомендаций и наблюдений, касающихся проблемы <пробуждения> у респондента позитивных мотиваторов к беседе. Эти рекомендации было бы целесообразно систематизировать, но нами такая работа не проводилась.

Ингибиторы общения

Р.Горден предлагает типологию из восьми <ингибиторов> - то есть их столько же, сколько и <помощников>. Однако в данном случае это лишь простое численное

совпадение, поскольку перечень ингибиторов не является зеркальным отражением перечня помощников. Четыре из восьми ингибиторов ведут к тому, что респондент не хочет предоставлять информацию, а четыре - к тому, что он не может ее предоставить. По нашему мнению, типология ингибиторов Р.Гордена не вполне логична, поскольку часть из них препятствует установлению и поддержанию контакта, другая же часть - получению нужной информации вне связи с проблемой установления контакта (имеются в виду ограничения памяти и т.п.). В связи с этим в данном разделе будут описаны лишь первые четыре ингибитора, препятствующие установлению контакта.

1. *Необходимость найти время для интервью.* Респондент колеблется, следует ли ему принять участие в интервью, потому что он может использовать это время как-то по-другому. Дефицит времени следует разделять на абсолютный и относительный. Некоторые респонденты (например, руководители высокого ранга) действительно бывают настолько загружены, что им физически трудно найти время для интервью. Относительный дефицит времени - это скорее нежелание давать интервью в тех случаях, когда респондент считает его ненужным и пустым занятием. На практике исследователи, как правило, встречаются со вторым случаем. Даже очень занятые респонденты, если они убеждены в значимости интервью и добровольно хотят предоставить информацию, находят время для беседы.

Отказ, мотивированный дефицитом времени - это типичный случай ингибитора, действующего по принципу <барьера>, который в случае его преодоления перестает играть какую-либо роль. Самое трудное в этом случае - убедить респондента вступить в беседу. Если интервью начато и пошло успешно, ощущение ненужности и скуки исчезает, сменяясь увлечением.

2. *Угроза своему <я>.* Этот фактор сопротивления часто является основным и наиболее труднопреодолимым. По понятным причинам респондент склонен скрывать информацию, которая в том или ином смысле может угрожать его <я>. Это чувство может варьироваться от легкого колебания до безоговорочного отказа в предоставлении информации. Часто бывает, что респондент разрывается между желанием скрыть информацию и желанием выговориться.

Существует три типа угрозы <я> респондента.

а) Подавление или вытеснение сведений из сферы сознания. Респондент при этом не просто отказывается предоставить информацию, но скрывает ее даже от самого себя, чтобы сохранить чувство собственного достоинства или избежать чувства вины. Респондент бывает честен, когда говорит о том, что не знает или не помнит чего-то. Этот уровень угрозы <я> обычно занимает психиатра, психоаналитика и клинического психолога, но он может встречаться и в социологическом интервью.

б) Психологические факторы угрозы <я>, не связанные с подавлением или вытеснением. В этом случае респондент, хотя и располагает информацией, не решается ее предоставить, например, из опасения, что интервьюер ее не одобрит. Респондент может также отказываться предоставлять информацию, считая ее интимной и сугубо личной. Иногда респондент боится реакции не столько самого интервьюера, сколько своего окружения в случае <утечки информации>. В последнем случае интервьюер должен попытаться убедить респондента в полной конфиденциальности.

в) Реальная угроза, которой подвергнется респондент в случае <утечки> сообщаемой им информации. Нередко эта угроза бывает столь серьезной, что респондент, невзирая на заверения об анонимности, просто не желает рисковать, опасаясь, что по случайности или небрежности интервьюера информация все же может дойти до тех лиц или организаций, от которых исходит угроза. Такова, например, типичная причина уклонения от интервью либо неоткровенности многих хозяйственных руководителей, опасющихся, что информация о совершаемых ими

нарушениях хозяйственного законодательства может повлечь за собой возбуждение против них уголовного дела.

3. *Этикет*. Этот тип ингибиторов является своего рода этическим фильтром, поощряющим передачу информации одного типа и препятствующим передаче информации другого типа. Здесь возможны такие мотивы, как стремление пощадить чувства интервьюера, нежелание разглашать чужие секреты, стремление скрыть негативную либо интимную информацию о лицах, которым респондент чем-то обязан, от которых зависит, с кем он в хороших либо, наоборот, в плохих отношениях. Искажающее влияние этикета может также проявиться в предоставлении той информации, которая, по мнению респондента, порадовала бы интервьюера.

4. *Травма*. Данное слово используется для обозначения неприятного опыта, связанного с каким-то критическим событием. Это неприятное чувство переживается вновь, когда человек рассказывает о пережитом. Травму следует отличать от угрозы своему <я>, связанную с переживанием чувства вины. В случае травмы респондент не чувствует своей вины в совершившемся, но ему неприятно говорить о том, что произошло.

Как и в случае с мотивами, побуждающими респондента к беседе, предложенная Р.Горденом типология мотивов противодействующего характера не является исчерпывающей. Продолжая их перечень, можно назвать такие: цель интервью кажется респонденту маловажной, содержание - неинтересным; интервьюер представляется респонденту не внушающим доверия человеком; опрашиваемый может не стремиться к популярности, опасаться рекламы; мотивом отказа может быть недоверие к <науке>, в частности, к социологии (в последнем случае можно услышать фразы типа <Зачем вам это нужно?>, <Кто-то диссертацию пишет> и т.п.). Р.Кан и С.Кеннел отмечают, что в некоторых случаях мотивом отказа от интервью может быть определенный негативный стереотип, накладываемый респондентом на интервьюера. К примеру, если респондент ощущает недостаток образования или разницу в экономическом положении между ним и интервьюером, он может решить, что интервьюер не в состоянии понять его семейные обстоятельства или иные трудности. Другой пример: респондент, придерживающийся радикальных политических взглядов, может воспринимать интервьюера настолько <иным>, что не пожелает относиться к его взглядам и, соответственно, вопросам, терпимо. Когда респондент заключает, что интервьюер находится вне определенных рамок коммуникации, вероятность получения полного и значимого интервью сокращается. Практический вывод, который должен быть сделан на основе рассмотрения системы побуждающих и противодействующих мотивов, заключается в следующем. Приступая к установлению контакта, интервьюер может априори предполагать, что у респондента имеются позитивные мотивы к сотрудничеству, которые необходимо актуализировать. Существуют также мотивы отказа от сотрудничества, которые необходимо прежде всего правильно понять и, исходя из этого, попытаться преодолеть. В преодолении этих мотивов всегда труден первый шаг. По мере развития интервью актуализируются позитивные мотивы и сопротивление, как правило, идет на убыль.

Установление контакта с респондентом является, по-видимому, наименее методически отрефлексированным этапом интервью. Большую роль в успешном преодолении <барьеров> играют индивидуальные способности интервьюеров. Обучение играет значительно меньшую роль, поскольку рациональные стратегии установления личностного контакта не отработаны. Факты свидетельствуют, что при проведении одного и того же исследования некоторые интервьюеры практически не сталкиваются с отказами респондентов вступить в беседу, тогда как у других интервьюеров число отказов бывает достаточно высоким. Определенную роль при

возникновении отказов играют внешние данные интервьюера, например, молодость или неряшливый внешний вид. Первое, в отличие от второго, не поддается исправлению; тем более примечательно, что некоторые молодые интервьюеры с хорошими способностями, несмотря на их внушающий доверия внешний вид, оказываются в состоянии не только установить контакт со старшими по возрасту респондентами, но и провести с ними серьезные интервью.

В целях совершенствования системы подготовки интервьюеров было бы полезно провести специальное исследование, подобное тому, какое Л.Филонов и В.Давыдов провели по отношению к следователям. Опросив опытных и успешно работающих интервьюеров (социологов и журналистов), можно получить сведения об используемых ими методах и приемах. В середине 70-х годов в нашей стране такую работу попыталась провести журналист Т.Шумилина. Насколько можно судить, Т.Шумилина опросила большое число журналистов, собрав богатый первичный материал. К сожалению, этот материал не был должным образом обработан, и вместо типологии в книге Т.Шумилиной просто приводятся описания различных конкретных случаев в виде прямых цитат из интервью.

Таким образом, в отличие от основного этапа интервью, где накопленный поколениями социологов методический опыт служит существенным подспорьем в овладении искусством интервьюирования, на этапе установления контакта интервьюер по-прежнему в значительной мере вынужден делать ставку на свой опыт, интуицию и чутье. Сказанное не означает, что методический опыт по проблеме установления контакта вообще отсутствует. Скорее он не подвергся должному осмыслению и поэтому подается в учебниках как недостаточно упорядоченный и отчасти <сырой> материал.

Ниже будет приведено описание способов установления контакта, основанное на литературных источниках и на личном опыте автора данной работы.

Процесс установления контакта с респондентом включает в себя предварительный сбор сведений о нем, достижение договоренности о встрече и, наконец, само начало интервью. Это, так сказать, полная схема, поскольку на практике первые два элемента по тем или иным причинам не всегда выполняются. Тем не менее, целесообразно рассмотреть именно полную схему, которая, в случае следования ей, создает наибольшую вероятность успешного установления контакта.

Сбор сведений о респонденте. Этот этап особенно необходим при проведении наиболее важных интервью, в которых избранный респондент является уникальным, т.е. беседа с ним не может быть заменена беседой с другим лицом. Сбор сведений не только способствует установлению контакта, но и повышает качество самого интервью, содействуя лучшей ориентации интервьюера.

Предварительный сбор информации может преследовать две цели. Во-первых, это получение сведений о личных качествах респондента, которые могут способствовать либо препятствовать установлению контакта. Во-вторых, это своего рода предметная подготовка, т.е. подготовка по предмету и основным темам интервью. Такая подготовка проводится в основном в тех случаях, когда предмет интервью связан с профессиональной деятельностью респондента.

Сведения о личностных качествах могут быть получены путем опроса друзей (или недругов) респондента, а также его родственников, знакомых, сослуживцев или бывших сослуживцев. В ходе такого опроса важно выявить <больные места> респондента, т.е. вопросы, которые лучше либо вообще не задавать, либо задавать с осторожностью и не в самом начале интервью. Могут быть также получены сведения о привычках и слабостях респондента, а также о том, как лучше построить тактику установления контакта.

Сбор информации по предмету интервью целесообразно в основном проводить в библиотеке, просматривая учебники или иные общедоступные источники. Это

необходимо потому, что респондент, как правило, не хочет давать информацию, которую можно найти в любом другом месте. Особенно это относится к респондентам, сильно загруженным на работе: ничто так не раздражает занятого человека, как разговор с неподготовленным интервьюером. Если опрашиваемый сам публиковался в прессе, целесообразно ознакомиться с его работами, а также с выступлениями и трудами его оппонентов.

Иногда в ходе интервью интервьюер может заметить, что респондент также собирал сведения о нем. Занимающие высокие посты респонденты нередко именно так и поступают. Журналисты, к примеру, часто замечают, что респонденты при встрече с ними не скрывают, что читали почти все материалы, написанные данным журналистом.

Выше говорилось, что предварительный сбор сведений необходим перед проведением особо важных интервью. В менее ответственных случаях такая работа тоже желательна и полезна, но здесь интервьюер вправе принимать решение, соотнося трудоемкость сбора информации с тем, насколько увеличится риск отказа респондента от интервью в связи с невыполнением интервьюером данной методической рекомендации. В практике полевых исследований интервьюер часто не имеет времени, чтобы столь фундаментально подготовиться и вынужден поэтому идти <напролом>, стараясь компенсировать свою неподготовленность высокой интервьюерской квалификацией (мобильностью, артистическими данными, серьезностью отношения к делу и т.д.)

Тезису о необходимости предварительной подготовки по предмету интервью, на первый взгляд, противоречит другой тезис, который гласит, что одна из распространенных ошибок начинающего интервьюера состоит в том, что он поддается искушению произвести на респондента впечатление своим знанием предмета интервью. Это противоречие является кажущимся по следующим причинам. Во-первых, очень часто респондент, пытающийся показать свою осведомленность, на самом деле демонстрирует лишь явную некомпетентность. Понятно, что мотивы респондента продолжать интервью в этом случае резко ослабевают. Во-вторых, предварительная осведомленность нужна интервьюеру вовсе не для того, чтобы похвастать ею перед респондентом. Как будет разъяснено ниже, интервьюер в ходе интервью вообще должен как можно больше молчать. Реальная польза от предварительной подготовки заключается в том, что интервьюер будет лучше ориентироваться в высказываниях респондента, правильнее их понимать, задавать более компетентные вопросы (последнее как раз и будет свидетельством для респондента, что интервьюер разбирается в предмете беседы). Интервьюер должен иметь в виду, что сколь бы фундаментально ни готовился он по предмету беседы, он все равно не сможет достичь столь же высокой квалификации, как респондент, посвятивший данной предметной области многие годы или всю свою жизнь. В связи с этим интервьюер имеет право и обязан просить объяснений у респондента в тех случаях, когда высказывания последнего становятся слишком сложными и непонятными. Мотивировка таких просьб должна быть честной: <Вы же знаете, я не специалист в этом вопросе>.

Специфичный пример тактики установления контакта, основанной на предварительной подготовке, приводит журналист А.Аграновский в своих воспоминаниях о писателе Александре Беке: <Часто я вспоминаю урок, который преподал мне, когда я только начинал работать, писатель Александр Бек. Он великолепный <беседчик>, профессионал этого дела. Вместе с ним я попал однажды к известному авиаконструктору, ныне покойному. Он принял нас в генеральском мундире, в кабинете, где был его же мраморный бюст. Не скрою, я оробел. Бек же в три минуты заставил конструктора стать самим собой. Он спросил, кивая на бюст:

- Это кто вас делал, Виленский? (После я узнал: Бек заблаговременно выяснил, что в кабинете есть бюст и что автор его - скульптор Виленский).

Конструктор подтвердил. Бек посмотрел на него, посмотрел на бюст, сравнивая. Наконец сказал:

- Понимаете, это ведь было трудно. Дать сочетание высокого интеллектуального лба с курносым простонародным носом и безвольным подбородком... В общем, получилось.

И конструктор на глазах превратился из генерала в обычного человека, который готов был запросто говорить с нами о жизни>.

Не отрицая, что <театральные представления>, подобные описанному выше, могут быть очень эффективными (кто умеет, пусть пользуется), отметим, что социологи обычно применяют в своей работе более деловой стиль установления контакта.

Договоренность о встрече может быть достигнута при личном контакте, по телефону или путем письменного обращения. Все три варианта имеют между собой как общие черты, так и отличия.

Контакт с респондентами очень часто устанавливается именно на стадии достижения договоренности о встрече, поскольку согласившись и назначив время, люди в редких случаях нарушают данное ими слово. Назначенная встреча может по вине респондента несколько раз откладываться, что обычно представляет собой одну из форм психологического сопротивления, но полный отказ от данного ранее обещания - это не столь часто встречающийся случай. Интервьюер, проявивший терпение в случае откладывания встречи, как правило, бывает вознагражден хорошей беседой.

В условиях полевой работы интервьюер, добившийся личной встречи с респондентом без предварительного оповещения, часто не знает, будет ли эта встреча началом интервью или всего лишь попыткой договориться о новой встрече. Предложение дать интервью, как уже говорилось, далеко не всегда встречается с энтузиазмом. Наиболее чистая мотивировка отказа - <я слишком занят> - может отражать как действительную занятость респондента, так и формальную мотивировку, прикрывающую иные мотивы нежелания сотрудничества. В этой ситуации интервьюер уже не может настаивать на немедленном начале интервью, но за ним остается право предложить встретиться в другое время. При этом интервьюер должен постараться максимально развить возникший весьма слабый и шаткий контакт, который выразился в том, что респондент, хотя и неохотно, но все же соглашался вступить в переговоры. Обращаясь к респонденту с просьбой о встрече, следует <на том же дыхании> описать тему интервью, его значимость, вероятную продолжительность, дать познакомиться с вопросником либо зачитать из него первый вопрос. Все эти действия помогают преодолеть первоначальное сопротивление и способствуют <потеплению> отношения к интервьюеру.

В условиях, когда спешка или иные условия полевой работы не слишком давят на интервьюера, целесообразно не врываться в кабинет или квартиру опрашиваемого, а достичь с ним договоренности по телефону. Принципы ведения переговоров по телефону в основном те же, что и при личной встрече. Интервьюер или руководитель исследования должен представиться, назвать организацию, которая проводит исследования, его цели, разъяснить, в чем конкретно заключается просьба к респонденту. Иногда интервьюируемые просят показать им список вопросов, на которые им необходимо будет ответить. Если это не противоречит замыслу исследования, следует пойти навстречу подобной просьбе.

При наличии предварительной договоренности начало интервью можно рассматривать как продолжение уже достигнутого ранее контакта. В этом случае первый вопрос может быть сформулирован как отсылка к уже состоявшейся беседе: <Когда мы говорили по телефону, мы коснулись того-то и того-то. Не могли бы Вы об

этом рассказать?». В большинстве случаев наличие предварительного контакта способствует быстрому установлению дружелюбной атмосферы. Люди чувствуют себя более раскованно, если прежде уже разговаривали с вами.

Как уже было сказано, усилия по установлению контакта не всегда завершаются успехом. В практической работе всегда бывает больший или меньший процент отказов от участия в интервью. Сталкиваясь с такими случаями, интервьюер должен иметь в виду, что отказ тоже может дать много информации. Несмотря на то, что респонденты, как правило, мотивируют свой отказ ссылками на занятость или иными нейтральными причинами, подлинные причины нежелания, как правило, прорываются сквозь скрывающие их формулировки. С целью получения более развернутых мотивировок интервьюер может спровоцировать респондента на разъяснение причин своего негативизма, т.е. дать ему выговориться, хотя бы и в негативном плане. Полученная таким способом информация часто бывает очень ценна, так как по ней исследователь может отыскать путеводную нить к подлинным причинам сопротивления.

Письменное обращение с просьбой об интервью может быть вруче-но лично, либо отправлено по почте. В первом случае письмо служит лишь дополнением к устным переговорам, во втором - основным средством установления контакта. При отправке по почте письмо должно быть составлено особенно тщательно, поскольку для отказа может быть использована любая <лазейка> в корреспонденции, содержащей просьбу о сотрудничестве. В частности, американские социологи провели следующий эксперимент. Руководителям промышленных компаний посылались два варианта писем. Первый из них содержал просьбу о предоставлении интервью, а второй также еще и список литературы по проблеме исследования. В ответах нескольких компаний отказ предоставить интервью мотивировался отсутствием названной литературы. Хотя такой ответ и нелогичен, он закрывает путь исследователю, так как отказ на верхнем уровне труднее всего обойти. Исходя из этого, цитируемые авторы указывают, что письменное обращение должно содержать только одну просьбу. Если целью является интервью, то письмо должно строиться на этом, а не содержать дополнительных просьб, которые могут быть использованы как повод для отказа. Вообще письма должны быть по возможности короткими. Полезно подчеркнуть практические стороны исследуемой проблемы и, если возможно, связать их с интересами респондента или представляемой им организации.

Начало интервью. Независимо от того, предпринимались ли усилия по установлению предварительной договоренности или нет, решающую роль в установлении контакта с респондентом играет момент личной встречи. Положительный или отрицательный итог этого момента в значительной мере определяется двумя группами факторов: внешними данными интервьюера (имеются в виду пол, возраст и внешний вид) и его поведением.

Хотя для каждого отдельного человека пол и возраст являются константами, в крупных исследованиях существует возможность варьировать эти переменные путем подбора интервьюеров. В странах Запада различными исследователями проводилось много методических экспериментов, касающихся влияния пола и возраста интервьюера на установление контакта и на ход интервью. Результаты этих экспериментов частично отражены в отечественных учебниках, к которым во избежание дублирования мы и отсылаем.

Относительно внешнего вида интервьюера, т.е. его одежды, прически, для женщин - косметики, все исследователи сходятся на том, что этот вид должен быть <деловым> или <служебным>. Недопустимы две крайности: с одной стороны - неряшливость, слишком <вольный> стиль одежды, с другой - чересчур дорогая или модная одежда и прическа. Женщинам-интервьюерам не следует злоупотреблять

косметикой и украшениями, хотя умеренное и умелое их использование вполне уместно.

Большое значение для установления контакта между интервьюером и опрашиваемым имеет соответствие их социальных статусов. Заметные различия в социальных статусах мешают установлению контакта, в результате чего интервьюируемые либо вообще отказываются от беседы, либо ее результаты бывают сильно искаженными. Сказанное можно проиллюстрировать данными американских исследователей, которые пишут, что респонденты, принадлежащие к высшим социальным классам, разговаривали с интервьюерами, как с шоферами такси, тогда как респонденты из низших классов, не привыкшие, чтобы люди более высокого статуса беседовали с ними так уважительно, попадали в нетипичную ситуацию, что искажало результаты опроса.

Социальный статус человека определяется большим числом компонентов, в состав которых входят упомянутые выше пол, возраст и атрибуты внешнего вида. Нежелание людей среднего и пожилого возраста, а также лиц, занимающих руководящие посты, беседовать с молодыми интервьюерами объясняется, по-видимому, в первую очередь статусными различиями (пример из интервью с заместителем председателя облисполкома: <Я впервые обсуждаю столь серьезные вопросы с такой молодой женщиной>.) Требования к одежде и внешнему виду интервьюеров, по-видимому, должны возрастать в случае опроса лиц с высоким статусом (должностным положением) и снижаться при интервьюировании лиц с низким общественным положением. Сказанное не означает, однако, рекомендации копировать одежду респондентов; речь идет лишь о варьировании атрибутов внешнего вида в пределах статуса должностного лица среднего ранга или, как теперь принято говорить, представителя <среднего класса>. Копирование атрибутов внешнего вида людей с низким социальным положением требует от интервьюера сокрытия своего реального должностного положения и принятия роли <человека> со статусом, равным статусу интервьюируемого. Это очень специфичный вид интервью, близкий по своим характеристикам к включенному наблюдению.

Статус интервьюера определяется также его должностным положением, статусом представляемой им организации и статусом спонсоров. При интервьюировании лиц с высоким должностным положением интервьюер должен по возможности <повысить> свой статус (например, с помощью рекомендательного письма, подписанного высоким начальником). В практике интервьюирования встречались случаи, когда должностные лица высказывали недовольство тем, что беседу с ними ведет <всего лишь> младший научный сотрудник, а не лично заведующий лабораторией.

Вторая группа факторов, влияющих на установление контакта с респондентом, это, как было сказано, стиль поведения интервьюера.

Стиль поведения включает в себя вербальную и невербальную компоненты. Последняя, как показывают эксперименты, очень важна. Многие квалифицированные интервьюеры почти не используют слова для достижения благоприятного климата. При установлении контакта они улыбнутся, пожмут руку, предложат удобное кресло и предпримут прочие аналогичные действия, чтобы снять первичное напряжение.

Невербальные способы установления контакта могут быть дополнены вербальными. Некоторые авторы рекомендуют начать разговор о чем-нибудь нейтральном, например, о погоде. Не отрицая возможности использования данного метода, отметим, что невербальные способы установления контакта, по нашему мнению, являются главными, и при умении интервьюера ими пользоваться он может практически сразу переходить к делу. Помимо перечисленных выше, невербальные способы включают в себя открытый взгляд, естественную позу, внимание, тон

разговора. Очень важны собранность и быстрая реакция, выражающаяся в способности <на лету> схватывать слова и реакции респондента.

Общепризнанно, что важным мотивирующим фактором, которым располагает интервьюер, является серьезность его намерений. Американский журналист Х.Шервуд, обобщая свой многолетний опыт, писал: <Покажите, что Вы ставите серьезную задачу, и Вы обязательно увлечете этим интервьюируемого>. Это подтверждают и высказывания советских журналистов, собранные Т.Шумиловой. В частности, она приводит пример из интервью с журналистом Е.Фадеевым: <Первая встреча с разведчицей Марией Ф. у меня не получилась. Стал думать, почему. И понял, что она посчитала меня мальчишкой, неопытным в жизни, неспособным понять всей сложности ее судьбы. Тогда я попросил разрешения прийти еще раз и принес свои работы - интервью с различными людьми, в том числе с известными общественными деятелями, учеными, военачальниками. Она спросила, зачем. Я говорю: <Мне показалось, что Вы не воспринимаете меня всерьез>. Она удивилась, но материалы прочла. После этого беседа пошла совсем по-другому>.

Общепринятая рекомендация интервьюеру при установлении контакта заключается в том, чтобы он вел себя естественно. Естественное поведение человека всегда индивидуально окрашено, поэтому данная рекомендация может быть интерпретирована как совет использовать свои личные умения и достоинства. Начинающие интервьюеры часто боятся использовать свои личные качества. К примеру, они стараются сохранить непроницаемое, чопорное выражение лица. Это ошибка. Респонденту легче раскрыться и поговорить с человеком, который не боится быть самим собой. Если в обычной жизни интервьюер является человеком, обладающим чувством юмора, то эта способность может быть с успехом применена и при установлении контакта. Сказанное относится и к различным другим способностям, например, к умению многих интервьюеров-женщин формировать (путем использования косметики и других средств) располагающий к беседе внешний вид.

В ходе установления и поддержания контакта ни один, даже самый опытный, интервьюер не застрахован от ошибок. К примеру, может оказаться (хотя такие вещи необходимо проверять заранее), что упоминание имени спонсора вызовет не положительную, а отрицательную реакцию. В связи с этим интервьюер должен уметь внимательно следить за реакциями респондента, прежде всего за его невербальными реакциями, включая мимику и интонацию. Малейшие проявления недовольства должны быть сразу замечены интервьюером, их причина, по возможности, тоже должна быть понята. Исправление ошибки зависит от способности интервьюера к импровизации, относительно которой трудно дать какие-либо советы. Но наличие эмпатии, т.е. умения мысленно поставить себя на место опрашиваемого, понять его чувства, точку зрения, установки и склонности - необходимое качество хорошего интервьюера.

Хотя установление контакта с респондентом требует от интервьюера определенных усилий, эти усилия не должны быть чрезмерными. Как и во многих других делах, здесь важно не перестараться. В частности, это касается длительности процесса установления контакта. По выражению В.Донохью, интервьюер должен внимательно следить, сколько порций <разбивания льда> хочет принять респондент. Интервьюируемый в какой-то момент сам подает сигнал (чаще всего невербальный) о том, что контакт установлен и пора переходить к делу. Интервьюер, упустивший этот момент и вынудивший респондента сказать об этом вербально, должен будет отметить про себя, что он, по-видимому, перестарался.

Интервьюер, устанавливающий контакт с респондентом, часто сталкивается с той или иной формой сопротивления. Эти формы сопротивления могут совпадать с истинными мотивами нежелания дать интервью, но могут и маскировать эти мотивы

путем выдвижения вежливых формулировок отказа. Ниже приводятся наиболее часто встречающиеся формулировки, и описывается возможная реакция на них интервьюера. Общим принципом во всех описываемых ниже случаях является отказ от каких-либо методов оказания психологического давления на респондента.

<Я слишком занят>. Эта мотивировка подробно рассматривалась выше. Оптимальным вариантом является предложение со стороны интервьюера назначить встречу в другое время. В.Донохью с присущим ему юмором отмечает, что в ответ на слова <я занят> интервьюеру не следует отвечать: <Не похоже, чтобы Вы были заняты чем-то серьезным>.

<Я ничего не знаю по этому поводу>. Если темой исследования является не изучение мнений, а получение информации, то следует иметь в виду, что респондент действительно может быть не осведомлен по интересующим интервьюера вопросам. В этом случае необходимо выяснить, правда ли респондент ничего не знает или эти слова являются формой сопротивления. Если респондент настаивает на своем незнании, можно спросить: <Кто мог бы ответить на этот вопрос?>.

В случаях, когда методом интервью изучается мнение, ссылку на незнание практически всегда можно рассматривать как форму сопротивления, поскольку мнения и установки могут формироваться в сознании людей даже при очень низком уровне фактической информированности. Однако низкая информированность (связанная, например, с незнанием того, что пишут в газетах) может вызвать у респондента опасение, что его ответы будут выглядеть глупыми или неадекватными, что и явится подлинной причиной сопротивления.

<Я не помню>. Эта форма сопротивления похожа на предыдущую. Респондент может действительно не помнить о чем-то. В этом случае ему следует дать время подумать и вспомнить. Изменение угла в постановке вопроса может также оказать респонденту помощь. Если это не помогает, лучше временно оставить данный вопрос и вернуться к нему позже.

<Почему я должен верить, что это не пойдет мне во вред?>. В такой формулировке причину и внешнюю форму сопротивления можно считать тождественными. Единственное, что может ответить на это интервьюер - это гарантировать сохранение тайны разговора. Р.Горден назвал такую форму сохранения тайны конфиденциальностью (интервьюер знает фамилию респондента, но обещает использовать материал в научных целях) в отличие от анонимности (фамилия опрашиваемого неизвестна). Можно, как пишет Э.Чамокова, упомянуть об этой норме вскользь, как о всем известном правиле: <Вы же знаете, социолог не имеет права разглашать содержание разговора>. Если респондент попросит рассказать, что говорил по такому-то поводу кто-либо из опрашиваемых, следует продемонстрировать верность профессиональной этике: <Простите, я не имею права рассказывать о содержании интервью>.

<Слишком много социологов развелось>. Это одна из многих возможных формулировок, выражающих недоверие к социологии как к науке. В такой ситуации интервьюер должен помнить правило: никогда не вступать в полемику с респондентом. В самых резких высказываниях надо найти то, с чем можно согласиться: <Всеякие бывают социологические исследования. Бывают и не очень нужные, здесь Вы правы>. И только после того, как респондент <подобреет>, можно перейти к мягкой защите: <Вопрос, с которым мы к Вам обращаемся, очень важен ...>.

В случае, когда объектом исследования являются не отдельные лица, а организации, процесс установления контакта приобретает как бы двухступенчатый характер. В иерархических организациях основная проблема заключается в том, чтобы получить согласие на проведение исследования от руководства этих

организаций. Сказанное относится также к различного типа закрытым сообществам, возможность проведения исследования в которых зависит от позиции их лидеров. Если есть основания ожидать сопротивления со стороны лидеров организации, целесообразно заранее выработать план, чтобы встретить ее конструктивно. В этом случае необходимо понять (возможно, путем предварительного зондажа) мотивы сопротивления и мотивы <позитивного> типа, к которым можно апеллировать. Практика показывает, что особенно важно при установлении контакта с организацией не личное обаяние интервьюера, а наличие у него связей и спонсоров. Если рекомендуемые лица, спонсоры либо сама проводящая исследование организация обладают достаточной репутацией в глазах руководства организации, то согласие, скорее всего, будет получено.

В переговорах с лидерами организации исследователь должен быть готов быстро ретироваться (временно), если он чувствует, что ему будет дан отрицательный ответ. Насколько возможно, окончательного <нет> следует избегать даже ценой временного отступления, так как отказ на верхнем уровне труднее всего обойти.

В случае, когда в разрешении отказано, следует рассмотреть два вопроса. Во-первых, обязательно ли исследовать именно данную организацию и нельзя ли переместиться в более дружественную? Во-вторых, столь ли велика власть лидеров, что они закрывают все каналы общения с подчиненными, и нельзя ли побеседовать с ними как с отдельными людьми?

Тактика проведения исследования вопреки запрету высшего руководства бывает особенно эффективной в тех случаях, когда среди рядового персонала удастся найти неформальных лидеров, поддержка которых подобно <волшебному ключику> открывает возможность побеседовать практически с любым респондентом в пределах зоны влияния этого лидера. Зоны влияния неформальных лидеров порой бывают весьма широки и дополняются контактами таких лидеров друг с другом, благодаря чему лидеры могут по цепочке <передавать> исследователя друг другу.

Если высшее руководство организации дало согласие на проведение исследования, следует сразу же приступить к работе, так как первоначальное согласие может перерасти в сопротивление. При этом надо иметь в виду, что разрешение, данное руководством, не всегда избавляет исследователя от трудностей. К примеру, в поляризованных сообществах (начальники - подчиненные) данное администрацией разрешение может не вызвать энтузиазма рядового персонала. Поскольку интервьюер первоначально обращался к руководству организации, респонденты могут воспринимать его как <одного из них>. Эту трудность можно попытаться преодолеть разъяснением, что исследователь не действует по поручению руководства, а просто должен был получить разрешение. Но и такое объяснение, как бы ни было оно правдиво и логично, не обязательно обеспечивает доверие респондентов. Интервьюер должен своим беспристрастным поведением и искренним интересом к точкам зрения респондентов убедить их, что он не является шпионом правящей верхушки.

При проникновении в организацию <сверху>, т.е. через руководство, для реализации всей программы исследования целесообразно попросить назначить человека из числа помощников высших руководителей, который содействовал бы выполнению работы, и к которому интервьюеры могли бы обращаться в случае возникновения у них трудностей. Опыт показывает, что если руководители назначают такого человека, он чаще всего вполне удовлетворяет необходимым требованиям.

Основная часть интервью

Основная часть интервью начинается с того момента, когда респондент дал свое согласие на интервью, иначе говоря - с момента установления контакта. В основной части все функции разговора с респондентом интервьюер подчиняет одной - информативной. В итоге интервью он должен получить полную и глубокую информацию по проблеме исследования. Все поведение интервьюера определяется этой целью.

Внешне процесс интервьюирования похож на непринужденную беседу двух людей, увлеченных разговором. Такое сравнение отчасти верно, поскольку неподдельный интерес к разговору и <индуцирование> у респондента ответного интереса - профессиональный долг интервьюера. Вместе с тем интервью - это не просто беседа. По крайней мере для одной из сторон - для интервьюера - это исполнение служебной обязанности. За внешней непринужденностью действий хорошего интервьюера всегда скрывается строгая внутренняя дисциплина.

Многие исследователи, осваивающие для своих профессиональных нужд методику глубокого интервью, признают, что интервьюирование оказывается более трудным делом, чем они первоначально предполагали. Их можно понять. Работа интервьюера требует постоянной концентрации внимания и быстрой реакции. Интервьюер должен правильно понимать респондента, следить непрерывно за ходом его мысли и одновременно фокусировать беседу на проблеме исследования. Все это требует мастерства, навыков и соблюдения методических принципов интервьюирования.

Методические принципы ведения глубоких интервью отработывались и рефлексировались несколькими поколениями исследователей. Как уже говорилось, эти принципы во многом отличаются от принципов ведения формализованных интервью и анкетных опросов. Глубокое неформализованное интервью не случайно называют свободным. Оно свободно не в смысле произвольности действий интервьюера, а в том смысле, что как бы тщательно ни был подготовлен вопросник, процесс интервьюирования требует от опрашивающего постоянной готовности к импровизации, осуществляемой, однако, по определенным правилам. Слова <импровизация по правилам> отражают, пожалуй, самую суть специфики метода глубокого интервью. Ниже эти правила будут систематизированы и описаны.

Раскрытие темы

Целью глубокого интервью является не получение от респондентов односложных ответов типа <да> или <нет>, а подробное раскрытие предусмотренных вопросником тем. Раскрытие темы - процесс, длящийся во времени и предполагающий спонтанность речевого потока респондента. Спонтанность речи выражается в том, что респондент, не побуждаемый дополнительными вопросами интервьюера, дает длинные и связные тексты ответов, иначе говоря, раскрывает тему. Показателями нарушения спонтанности являются короткие односложные формулировки ответов, паузы, появляющиеся в беседе, ответы-междометия и т.д.

Необходимость получения от респондента развернутых спонтанных ответов - один из основных методических принципов глубокого интервью. Этот принцип не следует понимать как невмешательство интервьюера в речевой поток респондента. Если интервьюер просто пассивно слушает, то респондент спустя некоторое время либо замолкает, либо возникающие в его сознании ассоциативные связи уводят его в сторону от проблем, интересующих интервьюера. Следовательно, позицией интервьюера должно стать так называемое *активное слушание*, направленное на поддержание беседы как таковой и одновременно фокусирующее ее на предмете исследования.

Необходимость полноценного раскрытия тем требует от интервьюера умелого применения инструментария, необходимого для развертывания интервью. В англоязычной литературе этот инструментарий обозначается словом <probling>,

которое дословно переводится на русский язык как <зондирование>. Хотя некоторые авторы используют термин <зондирование> в качестве эквивалента указанному английскому термину, нам этот перевод не кажется удачным. Возможно, более точным по смыслу переводом было бы выражение <нейтральные пробы>. Слово <нейтральный> подчеркивает здесь тот аспект, что своими воздействиями интервьюер стремится ни прямо, ни косвенно не влиять на содержание высказываний респондента, а лишь поощрять его к спонтанному расширению ответов по теме исследования.

Для уяснения более точного значения слова <probling> дадим сначала своего рода негативное определение, данное в учебнике Р.Гордена: <Probling - не единственная тактика для достижения необходимого расширения и уточнения релевантной информации. Некоторые интервьюеры используют другую тактику, например, делятся с опрашиваемыми своими соображениями и опытом по обсуждаемому вопросу, чтобы поощрить интервьюируемого к даче полных и искренних ответов. Другие используют тактику рефлексии слов и чувств респондента по тем пунктам, которые требуют развития и уточнения. Эксперименты показали, однако, что probling является наиболее эффективной тактикой>.

В позитивном смысле слово <probling> объединяет набор методических приемов, направленных главным образом на поддержание спонтанности речевого потока респондента. Как будет видно из дальнейшего, эти приемы различаются по степени своего влияния на содержание высказываний респондента. В известном фантастическом романе Айзека Азимова <Конец вечности> употребляется термин <минимально необходимое воздействие>. Данный принцип применим также и к интервьюированию: интервьюер не должен вводить в действие более сильный стимул до тех пор, пока не исчерпано действие более слабого. Ниже набор приемов, входящих в состав тактики probling, будет расположен в порядке возрастания силы их воздействия, от более слабых к наиболее сильным. Слова <слабый> и <сильный> употребляются в данном случае в условном значении, обозначая различную степень вмешательства интервьюера в естественный ход развития интервью.

1. Пауза или молчание. Это один из наиболее эффективных приемов поддержания спонтанности речевого потока. Прием заключается в том, что, если респондент умолкает, интервьюер не спешит заполнить возникшую паузу каким-либо вопросом, задерживая свою реакцию. Исследования показали, что использование молчания ведет к спонтанному расширению ответов в 25% случаев. Личный опыт автора данной книги свидетельствует о том, что эта цифра, возможно, даже занижена.

Объективные замеры, сделанные с помощью секундомера, показали, что у опытных интервьюеров время паузы составляет от одной до пяти секунд. Верхний предел продолжительности молчания составляет около десяти секунд. Приведенные данные, однако, мало помогают интервьюеру на практике, поскольку в ситуации интервью он не может позволить себе пользоваться секундомером. В связи с этим интервьюер должен полагаться на свое собственное субъективное восприятие времени. Существует граница, за пределами которой молчание превращается в неловкую или недоуменную паузу. Интервьюер должен интуитивно ощущать такую границу и не переступать ее.

Начинающие интервьюеры обычно оставляют очень малое время для пауз. Они боятся молчания и стараются сразу его заполнить. Способность продлить время реакции возрастает по мере роста квалификации интервьюера. Данную ситуацию можно соотнести со знаменитой фразой, которая неоднократно повторяется в романе Сомерсета Моэма <Театр>: <Большая актриса - это большая пауза>. Также и про интервьюера можно сказать, что хороший интервьюер - это хорошая пятисекундная пауза, сделанная в ключевых (требующих дополнительного раскрытия) моментах интервью.

Использование молчания - один из наиболее сложных аспектов интервьюирования. Оно не должно быть интерпретировано как отсутствие коммуникации. Напротив, это молчание, полное смысла. Оно означает обращенную к респонденту мысленную просьбу: <Скажите еще что-нибудь по данному вопросу>. Существует много различий между растерянным молчанием, когда интервьюер или респондент не знают, что говорить, и молчанием, полным смысла и поиска нужных слов для выражения.

2. *Подбадривание или номинальная поддержка.* Этот прием включает в себя вербальные и невербальные реакции интервьюера, которые выражают одобрение респонденту за то, что он говорит, поощряя его продолжить высказывания. Невербальный аспект подбадривания включает в себя мимические реакции, выражающие заинтересованность, кивки головой и иные жесты, выражающие внимание и одобрение. Вербальный аспект включает в себя различные одобрительные возгласы типа: <да-да>, <вот как!>, <продолжайте, пожалуйста!>, <очень интересно> и т.п.

Начинающие интервьюеры порой слишком активно используют тактику подбадривания. Они стараются всеми силами заполнить паузы, и тогда поддержка становится навязчивой. Другая ошибка заключается в том, что с помощью номинальной поддержки интервьюеры пытаются имитировать внимание. Они все время улыбаются, кивают головой в знак согласия, но не включаются полностью в то, что говорит респондент. Иногда это непроизвольно происходит и у опытных интервьюеров вследствие усталости или плохого самочувствия. Интервьюер должен держать себя в руках, не допуская того, чтобы его мысли отвлекались от высказываний респондента.

Поскольку кивки делаются невпопад, внешне такие интервьюеры выглядят как куклы, которые кивают головой, когда их дергают за веревочку. Иногда имитация внимания поглощает у интервьюера столько усилий, что он оказывается уже не в состоянии слушать и понимать услышанное. Другой негативный аспект заключается в том, что респондент быстро распознает имитацию. Часто имитация выдает себя невпопад заданным вопросом.

3. *Отражение или <эхо>.* Суть этого приема заключается в повторении с вопросительной интонацией последней фразы респондента. Например:

Респондент: Темы такой художник берет из народной жизни.

Интервьюер: Из народной жизни?

Прием <эха> не должен применяться слишком часто. Кроме того, его не следует использовать для отражения фраз интервьюируемого, которые не несут в себе большой смысловой или эмоциональной нагрузки. <Эхо> должно отражать ключевые фразы респондента, на которых сделано смысловое ударение. Удачно отраженная <эхом> ключевая фраза часто является эффективным стимулом для расширения ответа.

4. *Вопросы-синонимы.* Интервьюер может задавать одному и тому же респонденту фактически один и тот же вопрос, слегка меняя его формулировку: В чем это выражено? Как это проявляется? Покажите конкретно, как это представлено? и т.п.

5. *Прямая просьба расширить ответ.* Это вопросы типа: <Что случилось потом?>, <Что Вы имеете в виду?>, <Расскажите об этом подробнее...>, <Не хотите ли Вы что-нибудь добавить?>, <Не могли бы Вы развить вашу мысль?>. Подобные вопросы представляют более сильное воздействие на высказывания респондента, поскольку интервьюер прямо указывает, какой именно аспект темы его интересует. Вместе с тем эти вопросы формулируются так, чтобы они не имели конкретного содержания, так как в противном случае они превратятся в наводящие.

Просьба расширить ответ может быть немедленной или ретроспективной. Под ретроспекцией в данном случае понимается возврат к ранее обсуждавшейся в этом

же интервью теме. Ретроспективный расширяющий вопрос выглядит примерно так: <Вы говорили то-то. Расскажите об этом подробнее>.

6. Парафраза. Вопрос этого типа похож на отражение (<эхо>), но с той разницей, что в нем не используются слова, сказанные интервьюируемым. Парафраза представляет собой упрощенное и переформулированное на язык интервьюера высказывание респондента. Цель парафразы состоит не в том, чтобы заставить респондента расширить ответ, а в том, чтобы прояснить его или убедиться в правильном понимании. Ответ на такой вопрос может быть либо утвердительным, либо отрицательным. В случае отрицательного ответа респондента следует попросить разъяснить, что именно было неправильно понято интервьюером.

Пример парафразы из учебника В.Донохью:

Респондент: Обычная причина моего опоздания на работу состоит в том, что я должна забросить своего сына сначала в детский сад, а он мне хочет показать что-то новое, например, животных из глины. И я не думаю, что была бы хорошей матерью, если бы не проявила интереса к тому, чем мой сын занимался в детском саду.

Интервьюер: Вы опаздываете потому, что ваша семья предъявляет к вам некоторые требования, и вы чувствуете за собой определенные обязательства. Так?

Респондент: Да, так.

7. Суммирующий вопрос. Это как бы расширенный тип парафразы. Если парафраза представляет собой переформулировку отдельного высказывания, то суммирующий вопрос включает в себе на языке интервьюера главную мысль какой-либо темы или совокупности высказываний. Суммирующий вопрос начинается со вступительной фразы типа: <Давайте посмотрим, правильно ли я Вас понял>. Как и в случае с парафразой, ответ может быть утвердительным или отрицательным. В последнем случае респондента следует попросить дать разъяснения. При утвердительном ответе у респондента стоит поинтересоваться: не хочет ли он что-либо дополнить.

При использовании парафразы или суммирующего вопроса возникает опасность, что интервьюер неправильно отразит слова или чувства респондента. Американский исследователь С.Ричардсон в специальном эксперименте установил, что из 43 респондентов только один поправил интервьюера, который нарочно неправильно резюмировал их ответы. Мы думаем, что этот эксперимент был слишком <жестким> в том смысле, что содержания резюме резко расходились со смыслом высказываний респондентов, что приводило к разрушению мотивации к сотрудничеству. В реальных интервью, когда интервьюер искренне пытается понять респондента, процент согласившихся с неточным резюме будет, очевидно, значительно меньше. Тем не менее при использовании суммирующих вопросов интервьюер должен быть очень внимательным и уметь улавливать в утвердительном ответе оттенок сомнения или несогласия.

8. Прямая просьба разъяснить ответ. Если в высказываниях респондента имеются неясности или противоречия, уместно напрямик попросить респондента дать разъяснения. В этом случае задаются вопросы: <Можете ли Вы объяснить точнее?>, <Я не уверен, что понял Вас правильно ...>, <Для меня не совсем ясно...>, <Вы говорили то-то и то-то. Нет ли в этом противоречия?> и т.д. Неясности и противоречия часто бывают следствиями неполноты ответов. Прямая просьба о разъяснении, обращенная к респонденту, нередко вызывает пространные пояснения, способствуя более полному раскрытию темы.

Как и просьба расширить ответ, просьба о разъяснении может быть непосредственной либо ретроспективной, т.е. обращенной к предшествующим частям интервью.

9. Конкретизирующие вопросы. Это, по существу, разновидность расширяющих или разъясняющих вопросов. Они содержат в себе ссылки на конкретные высказывания

респондентов, сопровождаемые просьбой об их пояснении. Примеры таких вопросов дает в своей статье Э.Чамокова, которая опрашивала экспертов самодеятельного изобразительного искусства: <Что Вы имели в виду, говоря о <мыльном> цвете американских художников?>, <Игрушку в виде <старикашки> Вы назвали <нездоровой стилизацией>. Что характерно для нее? Чем отличается <нездоровая стилизация> от следования народным традициям?>. <Вы отметили, что плохо смотрится красный цвет с розовым. Всегда ли?>. <Каковы признаки <милой наивности>?> и т.д.

10. <Мутация> или изменение темы. Это постановка вопроса, служащего введением к новой теме, которая не является развитием или уточнением предыдущих ответов. Используя этот прием, интервьюер сам вводит новую тему, а не ждет, когда опрашиваемый перейдет к ней по собственной инициативе. По сравнению со всеми предыдущими приемами, <мутация> представляет собой наиболее сильное вмешательство в естественный ход высказываний респондента. Выше был перечислен широкий диапазон методических приемов, позволяющих получить от респондентов развернутые спонтанные формулировки ответов, мотивирующих их продолжить рассказ, в минимальной степени контролируя выбранный ими путь. Анализ интервью, проведенных начинающими интервьюерами, показывает, что они просто незнакомы или не умеют пользоваться всем диапазоном методов, особенно теми, которые являются наименьшими по силе воздействия (молчание, подбадривание и др.). В результате они используют в основном <мутационные> вопросы, вводя новые темы, не раскрыв предыдущие. Как будет показано ниже, это серьезная методическая ошибка, которая резко сокращает возможность получения релевантной информации.

Переходы в темах

Переходы в темах не являются неотъемлемым правом интервьюера. Каждая тема обладает своей собственной логикой раскрытия. Если тема релевантна проблеме исследования, в логику ее развития не следует вмешиваться.

Важным элементом квалификации интервьюера является его умение фиксировать момент завершения темы. Завершенную или исчерпанную тему следует отличать от темы оборванной. Обрыв темы часто происходит по вине неопытного интервьюера, который, не дожидаясь полного раскрытия предыдущей темы, задает респонденту новый вопрос. Поэтому интервьюер должен усвоить правило: не переходить к новой теме до тех пор, пока предыдущая не будет полностью исчерпана.

Противоположная ошибка заключается в чрезмерном затягивании обсуждения темы, которая по сути завершена, т.е. респондент не может добавить ничего существенного. Существует ряд признаков, свидетельствующих об исчерпании темы: повторение респондентом уже сказанного, утрата интереса к беседе, паузы и иные признаки нарушения спонтанности. Таким образом переходить к новой теме нужно после завершения предыдущей, не раньше, но и не позже.

Переход от темы к теме, если он производится по инициативе интервьюера, должен предваряться утверждением, информирующим респондента, что одна тема завершена и начинается другая. Хорошо сделать некоторое заключение, финальное резюме, построенное по типу суммирующего вопроса. Постановка такого вопроса информирует респондента о том, что интервьюер внимательно его слушал, получил исчерпывающую информацию и теперь намерен перейти к другому вопросу. Информировав респондента о завершении темы, целесообразно одновременно предоставить ему возможность что-то добавить или дополнить. Пример из терапевтического интервью: <Ну хорошо, я получил всю информацию относительно Ваших проблем. Теперь давайте перейдем к обсуждению возможных решений, если Вы уже все сказали>.

Переходы в темах должны помогать респондентам следовать логике интервью. По этой причине переход должен содержать в себе определенную связующую мысль между завершающейся и начинаемой темами. Такой переход называется мягким или плавным. Плавные переходы предотвращают перескакивание от темы к теме, что помогает респонденту более последовательно излагать свои мысли. Резкие переходы могут сбивать респондента с толку и нарушать достигнутую атмосферу сотрудничества. Переходы в темах и связующие <мостики> между ними следует, по возможности, планировать заранее, включая в вопросник основные переходные слова. Вместе с тем, интервьюер должен уметь делать плавные переходы, заранее их не планируя. Если последовательность тем хорошо спланирована и соответствует логике респондента, то требуется очень мало переходов. Частые и быстрые переходы нежелательны, так как они могут вызвать потерю информации, еще не высказанной респондентом.

Если тема, начатая респондентом, явно нерелевантна проблеме исследования, интервьюер вправе ее прервать. Делать это следует тактично и по возможности так, чтобы респондент не заметил намерения оборвать тему. Лучший способ обрыва нерелевантной темы - это предложение развить одну из предшествующих. Иными словами, интервьюер должен высказать не отсутствие интереса к данной теме, а повышенный интерес к другой, ранее затронутой, которая не получила полного развития. Примерная формулировка высказывания интервьюера в этом случае такова: <Простите, перед этим Вы говорили то-то. Это очень важно для нас. Не могли бы Вы уточнить...>. Обрыв темы - это сильное воздействие на речевой поток респондента, и интервьюер должен тщательно взвесить, следует ли на это идти. Часто бывает, что тема, начатая респондентом по собственной инициативе, лишь на первый взгляд нерелевантна, тогда как при зрелом размышлении она оказывается способна высветить новые аспекты исследуемой проблемы.

Обрыв или резкий переход к новой теме может осуществляться по инициативе не только интервьюера, но и респондента. Часто это бывает следствием ассоциативных связей, возникающих в сознании респондента. Под действием той или иной мысли или ассоциации респондент может незаметно для себя перескочить к новой теме, не раскрыв полностью предыдущей. Если обе темы релевантны проблеме исследования, перед интервьюером возникает выбор: либо поощрить развитие новой темы, а затем вернуться к обсуждению старой, либо наоборот. Явление спонтанного перехода к новой теме без завершения старой - довольно распространенная ситуация в интервью. Зная об этом, опытный интервьюер обязательно должен иметь при себе блокнот и авторучку даже в тех случаях, когда интервью полностью записывается на магнитофон. Дело в том, что процесс интервью создает очень высокую нагрузку на внимание интервьюера, практически поглощая его целиком. Через несколько минут интервьюер уже не сможет вспомнить, какая тема осталась незавершенной и в каком месте она оборвалась. По этой причине темы, оставшиеся неразвитыми вследствие спонтанного перескока мысли респондента, должны быть сразу же отмечены интервьюером в блокноте и позднее развиты путем постановки дополнительных вопросов.

Аналогичная проблема возникает в тех случаях, когда по ходу изложения респондент косвенно затрагивает важный для исследователя вопрос. Здесь опять существует выбор: либо временно прервать развивающуюся тему и попросить респондента осветить этот вопрос, а затем вернуться к прерванной теме, либо отсрочить постановку нового вопроса до окончания темы или всего интервью. Оба решения в принципе правомочны, хотя более предпочтительным является второе. Но независимо от того, какое из двух решений примет интервьюер, он обязательно должен сделать пометку в блокноте, чтобы не забыть вернуться к тому моменту интервью, когда возник новый вопрос.

В некоторых случаях переход к новой теме по инициативе респондента может означать сознательное или полусознанное уклонение от тех вопросов, которые в том или ином отношении несут в себе угрозу его <я>. Первоочередная задача интервьюера в этом случае - понять, что переход в теме является не случайной ассоциативной связью в сознании респондента, а именно формой уклонения от ответа. Если вопрос важен для интервьюера, он может проявить определенную настойчивость в его выяснении. В ином случае, если для интервьюера более важно сохранить атмосферу сотрудничества, он может сознательно увести беседу от тревожащих респондента вопросов.

Иногда в высказываниях респондента возникает явление, которое можно назвать перемешиванием тем. Обычно оно возникает в тех случаях, когда в сознании респондента имеются конкурирующие мотивы: сообщить интервьюеру об одном, другом или третьем. Примером такого перемешивания может служить интервью, взятое журналистом у одного из очевидцев известных событий в городе Новочеркасске (имеется в виду расстрел властями демонстраций рабочих в 60-х годах). Рассказчик явно хотел довести до сведения интервьюера два сообщения: первое - о самих событиях, коих он был свидетелем и участником, и второе - о том, что с точки зрения классиков марксизма-ленинизма стрелять в рабочих нельзя. Магнитофонная запись интервью выглядела примерно так: рассказчик начинал говорить о событиях, к примеру, о возникновении стихийного митинга рабочих на заводском дворе. Затем у него срабатывала ассоциация, и он переходил к изложению по памяти цитат из Маркса, Энгельса и Ленина о том, что рабочие должны иметь право собираться на митинги. Развивая эту тему, респондент переходил к тому, что рабочие, опять же по мнению Маркса и Ленина, должны иметь право на демонстрации. Здесь вновь срабатывала ассоциативная связь, и рассказчик возвращался к изложению хода событий, но не к тому событию, на котором он сам себя оборвал (митингу на заводском дворе), а к более позднему, когда рабочие уже шли по улице, скандируя: <Дорогу рабочему классу!>. Затем следовал новый переход к мысли классиков марксизма о недопустимости разгона рабочих демонстраций, потом мысль респондента вновь возвращалась к какому-то моменту событий и т.д. При прослушивании магнитофонной записи этого интервью у слушателей возникало желание ножницами разрезать на куски магнитную ленту и склеить ее вновь таким образом, чтобы получить последовательное изложение событий. К сожалению, полностью восстановить хронологию событий таким способом было бы невозможно, потому что в ходе изложения были крупные пропуски, и последовательность многих событий оставалась неясной. К примеру, демонстрации рабочих проходили как в первый, так и на второй день восстания, и не всегда было ясно, к какому дню относится тот или иной эпизод.

Очевидно, что для предотвращения перемешивания тем интервьюер должен был предложить респонденту простую вещь: сначала последовательно изложить одну тему (фактическую сторону событий), а затем другую (мнение классиков марксизма о свободе рабочих демонстраций). Вторая тема, возможно, была нерелевантна намерениям интервьюера, в этом случае ее можно было либо отклонить, либо выслушать респондента из вежливости. Если эта тема была релевантна, ее следовало записать, но обязательно отделив от первой. Изложение обеих тем только выиграло бы в том случае, если бы они излагались последовательно одна за другой, а не вперемешку.

Контроль над темой

Контроль над темой - это одна из центральных методических характеристик глубокого интервью. Р.Горден определяет это понятие как степень, в которой интервьюер проявляет инициативу, направляя ход интервью. Иначе его можно определить как степень фокусирующего воздействия интервьюера. Степень

контроля может быть малой или большой. Соответственно в первом случае интервьюер проявляет мало инициативы, практически не вмешиваясь в естественный ход высказываний респондента, а во втором это вмешательство (направляющее воздействие) может быть значительным.

Вопрос о наиболее целесообразной (оптимальной) степени контроля в методической литературе проработан слабо. К примеру, в учебнике В.Донохью сказано по этому поводу лишь следующее: <В ходе интервьюирования необходимо контролировать ход беседы. Контроль осуществляется путем задавания вопросов, это в своем роде власть со стороны интервьюера. Не увлекайтесь своей властью и жестким контролем, но и не позволяйте интервьюируемому уходить в сторону. Чересчур активный контроль может создать напряженность, ослабить мотивацию респондента. При постановке вопросов старайтесь подчеркнуть наиболее важную их часть, на которой вы фокусируете внимание. Правильная постановка вопроса также позволяет вам удерживать контроль над содержанием интервью>.

С нашей точки зрения, понятие <контроль под темой> слабо проработано в литературе потому, что оно является сложным понятием, включающим в себя определенный набор разнородных методических приемов. Использование некоторых из этих приемов может привести к нарушению спонтанности речи и ослаблению мотивации. По-видимому, именно этот аспект имеют в виду многие авторы, которые указывают, что контроль сверх необходимого препятствует полноценному раскрытию темы. Однако, с нашей точки зрения, это относится не ко всем приемам, с помощью которых интервьюер контролирует и направляет ход интервью.

Ниже будут рассмотрены следующие методы контроля: усилия по фокусировке, контроль релевантности, контроль полноты, конкретизация тем, логический контроль.

Усилия по фокусировке. Формулируя принцип <минимально необходимого воздействия> или минимального вмешательства интервьюера в ход интервью, мы подчеркивали своего рода негативную функцию опрашивающего: необходимость не оказывать влияния на то, что говорит респондент. Существует однако и позитивная функция, которую должен выполнять интервьюер: это усилия по фокусировке беседы, которые направляли бы ее таким образом, чтобы были достигнуты основные цели интервью. Иначе говоря, настоящее продуктивное интервью характеризуется не только искренним и свободным общением, но и тем, что общение в нем сфокусировано на достижении основных целей исследования. Постановка лишь общей цели (или проблемы, темы, вопроса) не дает респонденту достаточно информации, чтобы ясно понять, на каком именно содержании должно быть сфокусировано интервью. Следовательно, в процессе раскрытия темы от интервьюера требуются определенные дополнительные усилия по более точной фокусировке высказываний респондента. Как уже говорилось, слушание интервьюером высказываний респондента - это не пассивное, а активное слушание. Каждое сообщение респондента должно вызывать определенную, понятную для него, реакцию интервьюера. Эти реакции не обязательно должны быть вербальными; напротив, чрезмерная вербализация реакций интервьюером нарушает спонтанность хода мысли у респондента. Основную роль здесь играет мимика лица, выражающего заинтересованность, а также короткие реплики интереса, которые выше были охарактеризованы как <подбадривание>. Подбадривание или своего рода эмоциональное вознаграждение, адресованное респонденту, должно быть избирательным. Интервьюер эмоционально вознаграждает ответы, релевантные целям интервью, и старается не поддерживать те направления беседы, которые нерелевантны этим целям.

Поскольку сама постановка темы или вопроса часто не в полной мере может объяснить респонденту, какую именно информацию хочет получить от него интервьюер, респондент в ходе беседы нуждается в дополнительных сигналах и указаниях. Процесс интервью можно в определенном смысле охарактеризовать как обучение респондента пониманию того, чего хочет от него интервьюер. Это обучение происходит следующим образом. Интервьюер поощряет полные и релевантные ответы; если же ответ неполон или нерелевантен, интервьюер тактично, но определенно дает понять респонденту, что тот не выполнил своей роли. В ходе интервью основным средством дать понять респонденту, что его ответ неадекватен, является прямое вмешательство интервьюера. Формулировка этого вмешательства должна быть примерно такова: <То, что Вы говорите, очень интересно, но мне хотелось бы побольше узнать о другом...>. Средство поощрения релевантных ответов должно быть, по возможности, менее явным, выражающимся в одобрительных кивках головой и легких поддакиваниях. По мере развития интервью поощряющие и непоощряющие действия опрашивающего становятся понятными респонденту. В ответ он сознательно или бессознательно стремится помочь интервьюеру, получая за это эмоциональное поощрение. Если респондент обучается вести себя так, это означает, что фокусирующие усилия интервьюера достигли цели.

Обучение респондента реагировать на поощряющие и непоощряющие действия интервьюера может быть эффективным инструментом для достижения целей интервью, но может при неквалифицированном использовании быть также источником существенных искажений. Р.Кан и С.Кеннел пишут по этому поводу: <В интервью должны поощряться полные и завершённые ответы, направленные на раскрытие цели интервью. Не должны поощряться высказывания, не относящиеся к этой цели. Искажения информации возникают, когда поощряющие и расхолаживающие действия интервьюера не ограничиваются этими областями>.

Умение интервьюера правильно направлять беседу зависит от его квалификации, т.е. степени владения методикой интервьюирования, и еще от того, насколько ясно он представляет себе цели интервью. Понимание целей означает, что интервьюер непосредственно в ходе беседы может оперативно принимать решения, какая информация является релевантной, а какая - нерелевантной. Следовательно, в основе усилий по фокусировке должны лежать ясные критерии, позволяющие контролировать релевантность получаемой информации.

Контроль релевантности. Английское слово <релевантный> означает: значимый для чего-либо, имеющий отношение к делу. Поскольку продуктом научной деятельности является конструирование концепций, применительно к ситуации интервьюирования слово <релевантный> можно перевести как имеющий отношение к формируемой исследователем концепции.

В предыдущих разделах данной книги подчеркивалось, что при проведении неформализованных глубоких интервью функции интервьюера и исследователя, как правило, совпадают. Это связано с тем, что только исследователь, имеющий в своем сознании определенную концепцию, может определить, какая информация релевантна, а какая нет. Если в сознании интервьюера нет такой концепции, слово <релевантный> утрачивает смысл и контроль релевантности не может быть осуществлен. Интервьюер, не имеющий концепции, либо становится пассивным слушателем, либо задает хаотичные, не имеющие общей концептуальной основы вопросы, разрушая этим логический строй интервью, сбивая с толку респондента и ослабляя его мотивацию к сотрудничеству.

Утверждение о том, что в сознании интервьюера должна содержаться концепция, с позиций которой и выслушиваются высказывания респондента, не означает, что эта концепция должна быть полностью отработанной и завершённой. Завершённая

концепция не нуждается ни в дополнительных доказательствах, ни в материале для ее дальнейшего формирования. Следовательно, в типичном случае исследователь проводит полевые исследования с незавершенными и зачастую слабо разработанными концептуальными представлениями, для развития которых ему нужен <строительный материал>. Таким <строительным материалом> могут быть сообщаемые респондентом факты, типологические случаи, а также наработанные им на основе практического опыта концептуальные представления, созвучные концептуальным представлениям исследователя.

Интервьюер, занятый поиском релевантной информации, должен в ходе беседы быть постоянно настороже, чтобы вовремя сделать замечания, задать дополнительный вопрос или иным образом указать респонденту, какую тему следует развить подробнее. Неспособность выделить важные утверждения, направлять беседу в сторону развития релевантных тем - один из основных факторов, делающих интервью неэффективным. Этот факт может быть проиллюстрирован результатами проведенного в США специального эксперимента, ставившего целью определить наиболее частые ошибки при интервьюировании. В ходе эксперимента четыре опытных эксперта прослушали шестьдесят одно интервью. Выводы были таковы. В 40% случаев, когда интервьюерам следовало бы задать дополнительный вопрос, они этого не делали. Кроме того, из оставшихся 60% случаев одна пятая часть вопросов была задана неправильно. Это означает, что ошибка, связанная с нарушением контроля релевантности, возникла в 52% случаев: в 40% - из-за отсутствия вопросов и в 12% - из-за неправильно заданного вопроса.

Контроль полноты. Теоретически стремлением к полноте можно назвать стремление интервьюера к получению всей релевантной информации, которая содержится в сознании респондента. Операционально Р.Мертон и его соавторы определили полноту как получение всей информации, которая предусмотрена заранее разработанным вопросником, плюс максимального количества незапланированной, но релевантной целям исследования информации. Первое определение можно также рассматривать как отчасти операциональное, поскольку существуют описанные выше признаки завершения темы (повторы в высказываниях респондента, снижение мотивации и т.д.), свидетельствующие об исчерпанности релевантной информации в сознании респондента.

Разделение Р.Мертоном и соавторами всей релевантной информации на запланированную и незапланированную предполагает два типа контроля за полнотой. Оценить полноту запланированной информации несложно. В ходе интервью опрашивающий постоянно сверяет ответы респондента с вопросником, проверяя степень охвата предусмотренных тем. По мере развертывания беседы интервьюер обнаруживает, что некоторые пункты вопросника не освещены и информация, касающаяся соответствующих тем, не получена. Способность проводить такую последовательную проверку возрастает с опытом. Со временем интервьюер убеждается, что он привычно производит сравнение хода интервью с вопросником без каких-либо дополнительных усилий. Таким образом, в том, что касается запланированных тем, сверка хода интервью с вопросником позволяет достаточно точно оценить степень полноты.

Сложнее обстоит дело с той информацией, которая является релевантной, но заранее непредвиденной. Строго объективного критерия здесь нет. Общее правило в этом случае таково: чем больше, тем лучше. Говоря более точно, интервьюер должен стремиться максимизировать число незапланированных релевантных ответов, так как это превратит интервью в более плодотворный источник для новых гипотез. Конечно, невозможно сказать заранее, какое число непредвиденных ответов можно получить в ходе интервью. Тем не менее принцип, согласно которому интервьюер должен стремиться к получению как можно большего числа

непредвиденных ответов, представляет нечто большее, чем просто благое пожелание. Если интервьюер заранее осознает важность получения такой информации, то он с большей вероятностью сфокусирует свои усилия на развитии тех намеков, которые указывают на ее существование. Соблюдение этого принципа особенно важно для начинающих интервьюеров, которые имеют склонность обрывать комментарии интервьюируемых, если они не точно соответствуют запланированным вопросам. Акцент на поиск непредвиденной информации помогает интервьюеру достичь той гибкости в интервью, которая обеспечивает свободный поток высказываний со стороны респондента.

Недостаточная полнота раскрытия тем может возникнуть не только по вине интервьюера из-за незаданного вопроса или чересчур строгого следования составленному заранее тематическому плану.

Иногда она возникает вследствие умолчания со стороны респондента, например, вследствие приближения беседы к эмоционально закрытым зонам. Интервьюеру требуется чувствительность для того, чтобы определить не только значимое замечание, но и значимое умолчание - высказывание, которое не было сделано, хотя логично было бы его ожидать. Конечно, интервьюер не может заставить респондента говорить о том, о чем он не хочет говорить, но он вправе проявить известную настойчивость в своих просьбах. Настойчивую просьбу интервьюер должен мотивировать, например, тем, что получение данной информации передает жизненный опыт респондента и тем самым может помочь другим людям. Опыт показывает, что тактичная настойчивость, сопровождаемая значимой для респондента мотивировкой, приводит к <раскрытию> эмоционально закрытых зон примерно в 70% случаев. Самое трудное, следовательно, заключается не в том, чтобы убедить респондента сообщить закрытую информацию, а в том, чтобы зафиксировать умолчание и направить усилия по фокусировке именно в этом направлении.

Конкретизация тем. Как уже было сказано, под конкретизацией понимается постановка дополнительных вопросов, направленных на развитие или разъяснение высказываний респондента. Хотя В.Донохью отмечает, что хороший вопрос не только не сбивает респондента, но помогает ему оформить и развить свои мысли, существует некий критический порог, за которым слишком большое число дополнительных вопросов нарушает спонтанность речи и может привести к остановке или <распаду> интервью. По-видимому, именно эту ситуацию имеют в виду многие авторы, говоря о недопустимости чрезмерного контроля над темой. Так, российский социолог Э.Чамокова отмечает, что чрезмерная конкретизация противоречит принципу поддержания спонтанности речи. <Если мы осознаем, - пишет Э.Чамокова, - что одно требование ограничивает другое, то между ними нужно поддерживать равновесие. В связи с этим интервьюер должен решительно сокращать конкретизацию в тех случаях, когда она начинает мешать спонтанности высказываний. Если усиление конкретизации все же является необходимым, следует подождать с ее введением до тех пор, когда респондент снова <разговорится> (т.е. его речь вновь станет спонтанной)>.

По-видимому, все авторы согласны с тем, что не следует проводить конкретизацию сверх необходимого (сохраняется принцип <минимального необходимого воздействия>). Нередко бывает, что работа по конкретизации почти не требуется, поскольку респондент самостоятельно раскрывает тему в нужном для интервьюера направлении. Возможны, однако, случаи, когда конкретизация становится необходимой. Таких случаев можно перечислить несколько:

1. Степень необходимой конкретизации заметно варьируется в зависимости от типа личности опрашиваемого. Беседа с некоторыми респондентами требует лишь формирования общей темы, после чего они самостоятельно ее развертывают,

практически не нуждаясь в направляющих усилиях со стороны интервьюера. По-видимому, респонденты этого типа обладают способностью хорошо понимать исследовательские цели интервьюера и сообщать релевантную информацию. Респонденты другого типа, даже обладая мотивацией к сотрудничеству (проблема отсутствия мотивации здесь не рассматривается), плохо понимают, какая информация является релевантной. Они искренне пытаются помочь интервьюеру, но их попытки не всегда адекватны целям интервью, вследствие чего от интервьюера требуются большие направляющие усилия для получения релевантной информации.

2. Чем дальше продвинулся исследователь в изучении своей проблемы, тем более специфичными становятся вопросы, которые его интересуют. Если использовать слабый контроль, респондент может спонтанно сообщить много релевантной информации, которая, однако, уже известна исследователю (банальна для него). В этом случае интервьюер вынужден фокусировать беседу на том, что ему неизвестно, на важных для него специфичных деталях. Это может потребовать усиления конкретизации, особенно в тех случаях, когда исследователь имеет дело с типом респондента, плохо понимающим его исследовательские цели.

3. Существуют темы, которые слабо вербализованы или слабо отрефлексированы в сознании респондента. Таковы, например, критерии оценки экспертами произведений изобразительного искусства. Задавая экспертам-художникам вопросы о том, почему они взяли на выставку именно эту картину, а не другую, Э.Чамокова столкнулась с ответами типа: <Я не могу это сказать, я просто чувствую>, <Я работаю по методу айсберга, семь восьмых скрыто от меня самого> и т.д. Тем не менее настойчивость интервьюера приводила к тому, что такие критерии, по крайней мере частично, раскрывались, например путем сравнений, аналогий и т.п. Таким образом, работа со слабо отрефлексированными темами либо со слабо рефлексирующими респондентами требует усиления работы по конкретизации.

4. Работа с эмоционально закрытыми зонами, обнаруживаемыми, например, вследствие замеченного интервьюером умолчания. Это еще один случай, когда необходимо усиление конкретизации. Проблема эмоционально закрытых зон подробно рассматривалась выше, поэтому здесь достаточно ее назвать.

Логический контроль. Нередко в высказываниях респондентов встречаются разного рода логические противоречия и ошибки. Долг интервьюера в этом случае - выяснить их причину и установить, какая же из точек зрения соответствует подлинному мнению респондента.

Природа логических ошибок может быть различной. В психоаналитических интервью существует презумпция, что оговорки, противоречия и ошибки детерминированы подвергшимися вытеснению бессознательными комплексами. С этой точки зрения случайных ошибок не бывает. Целью интервью как раз и является выявление их подлинных причин. Следует, однако, иметь в виду, что психоаналитические интервью в силу своей специфики концентрируются на эмоционально закрытых зонах. В социологических интервью противоречия и ошибки часто возникают из-за неумения респондента ясно сформулировать свою мысль. По выражению Дж.Милля, такие ошибки можно рассматривать как <заблуждения от сбивчивости>. Противоречия и ошибки часто бывают мнимыми: на просьбу интервьюера их разъяснить респондент дает вполне удовлетворительные объяснения.

Хотя случаи лжи и сознательного искажения информации встречаются в практике интервьюирования, обычно респондент все же - не софист, который умышленно пытается ввести интервьюера в заблуждение. В связи с этим логический контроль часто является средством не столько контроля за правдивостью высказываний (хотя он может выполнять эту функцию), сколько более полного раскрытия тем. Фиксация логической ошибки и указание на нее респонденту часто влечет за собой

дополнительные разъяснения, релевантные проблеме исследования, а также помогает респонденту упорядочить и структурировать сообщаемую им информацию. Ниже будут рассмотрены следующие виды логических ошибок: противоречия, ошибки в повествованиях, ошибки в описаниях, ошибки в рассуждениях, ошибки индукции и дедукции.

Противоречия. Данный вид ошибки именуется также нарушением закона тождества. Как уже говорилось, противоречия могут возникать, но они вовсе не обязательно являются следствием сознательной лжи. Психологический механизм возникновения неосознанных противоречий, по-видимому, включает в себя два компонента. Первая из них - это объективная сложность, многоуровневость сообщаемой респондентом информации. Журналисты и редакторы хорошо знают, что изложение какой-либо сложной темы, состоящей из множества подтем, требует такой организации текстового материала, при которой каждая следующая подтема была бы логически связана с предыдущей, а все вместе они образовывали бы единое целое, называемое композицией. В ситуации интервью респондент сталкивается, по сути, с той же проблемой логической организации материала, однако по сравнению с профессиональным журналистом или редактором, его возможности гораздо более ограничены. Во-первых, респондент, как правило, не обладает специальной подготовкой в области компоновки сложных текстов. Во-вторых, респондент излагает свои мысли не в письменной, а в устной форме, причем в виде импровизации, а не заранее подготовленной речи. Все эти факторы резко затрудняют для респондента возможность мысленного <редактирования> своих высказываний. Таким образом, устная речь респондента является, если можно так выразиться, неотредактированной, что и создает предпосылки для возникновения в ней неосознанных противоречий и иных логических ошибок.

Второй компонент в психологическом механизме возникновения противоречий может быть охарактеризован как субъективный. Он заключается в ограниченности операциональных способностей человеческого интеллекта. По степени развития этих способностей респонденты могут сильно отличаться друг от друга, но в принципе подобная ограниченность присуща каждому человеку. Это свойство проявляется в том, что респондент порой не соотносит свои высказывания друг с другом, и заключенные в них несовместимые утверждения не попадают в фокус его логического внимания. Ясно, что чем сложнее и многоплановой сообщаемый респондентом материал, тем труднее ему поддерживать контроль над совместимостью своих высказываний, и тем более велика вероятность возникновения противоречий.

Противоречия могут быть разделены на контактные и дистантные. К первым относятся такие, стороны которых непосредственно контактируют, являются двумя соседними высказываниями. Ко второй группе следует отнести противоречия, стороны которых разделены во времени и, возможно, включены в состав разных подтем.

Далее, существуют еще две группы противоречий: явные и неявные (имплицитные). В явном противоречии его члены прямо соотносятся между собой как некоторое высказывание и его отрицание. В имплицитном противоречии его члены непосредственно не соприкасаются, но они следуют (могут быть логически выведены) из других высказываний. Как было сказано, в практике интервью противоречия в высказываниях респондента возникают в основном в тех случаях, когда логический контроль для респондента особенно затруднен. По этой причине дистантные противоречия встречаются чаще, чем контактные, а неявные чаще, чем явные. Фиксация подобных неосознаваемых респондентами противоречий требует от интервьюера большой концентрации внимания и хороших операциональных способностей интеллекта. Возникновение противоречий в высказываниях

респондента требует постановки дополнительных вопросов, направленных на их устранение. Примерная формулировка вопроса такова: <В начале интервью Вы сказали то-то, а сейчас говорите то-то. Мне кажется, что здесь есть противоречие. Не могли бы Вы это объяснить?>.

Ошибки в повествованиях. Основные ошибки в повествованиях - это пропуски в хронологии и хронологическая путаница. Пропуски в хронологии часто возникают по двум прямо противоположным причинам: либо события, произошедшие в этот период, кажутся неважными респонденту, либо, наоборот, они сильно затрагивают его <я> и поэтому сознательно или бессознательно пропускаются. В любом случае интервьюер должен заметить пропуск в хронологии и попросить респондента его восполнить. При этом следует иметь в виду, что пропуски в хронологии часто бывают неявными: респондент как бы подразумевает, что за определенный период времени не произошло никаких существенных событий.

Насколько можно судить, хорошим <чутьем> на пропуски в хронологии обладают следователи по уголовным делам. В случае образования хронологических пробелов они обязательно задают вопросы типа: <А что Вы делали с такого-то по такое-то время?>. Подобное умение должен развивать в себе и интервьюер-социолог.

Существует еще одна возможная причина возникновения хронологических пропусков - это уже описанный выше эффект <конкурирования> в сознании респондента двух разных тем, о каждой из которых он хочет сообщить интервьюеру. В этом случае респондент начинает хаотично перескакивать от темы к теме, нарушая тем самым хронологическую последовательность. Реакция интервьюера должна быть такой, как сказано выше: следует попросить респондента разделить темы, т.е. раскрыть сначала одну из них, а затем другую. Хронологическая путаница может проявляться в двух видах: респондент описывает события, но он не уверен, что правильно воспроизводит их последовательность; респондент искажает реальную последовательность событий, неправильно предполагая, что одно из них произошло раньше другого.

Первый тип хронологической путаницы связан с ограничениями памяти респондента. Если респондент проявляет неуверенность, ему надо дать время подумать и вспомнить - иногда это приводит к прояснению памяти. Правильная последовательность событий может быть восстановлена на основе сообщений других респондентов или по иным источникам.

Второй тип хронологической путаницы более сложен и требует пояснения. Он часто возникает, когда интервьюер выясняет развитие отношений между людьми, изменения в установках, интерпретации прошлых событий и т.д. В указанных случаях существует тенденция, часто бессознательная, использовать ретроспективный взгляд в трактовке событий прошлого. К примеру, люди часто объясняют свое поведение, основываясь на информации, которой они реально в момент рассматриваемого события еще не располагали. Общих рекомендаций для устранения искажений такого рода не существует. Интервьюер просто должен иметь в виду, что такие эффекты могут иметь место. По возможности правильность изложения последовательности событий данным респондентом следует проконтролировать путем опроса других респондентов или по иным источникам.

Ошибки в описаниях. Выше объяснялось, что описание представляет собой перечисление составных частей сложного объекта. Описание может быть многоступенчатым: каждая составная часть сама может рассматриваться как сложный объект, требующий перечисления его составных частей.

Наиболее частая ошибка при описаниях - это их неполнота (респондент называет не все составные части или признаки сложного объекта). В связи с этим основной задачей интервьюера является контроль полноты. Прежде чем перейти от описания

данного объекта к какой-либо новой теме, интервьюер должен обязательно спросить:

<Все ли составные части или признаки Вы перечислили?>. Этот вопрос следует повторять до тех пор, пока респондент твердо не скажет, что он перечислил все.

Вторая распространенная ошибка при описаниях - это нарушение их последовательности. Как писал еще М.Ломоносов, описание должно быть последовательным и в его основе должен лежать какой-то определенный признак. Описания могут строиться по принципу сверху вниз, справа налево, по рангу значимости и т.д. Сохранение последовательности описания часто бывает важно само по себе. К примеру, если описывается какой-то высокий физический объект, его составные части перечислены хаотично, то исследователь имеет возможность восстановить правильную последовательность путем сравнения описания с оригиналом. Сложнее это сделать в том случае, когда перечисляются ранги или факторы значимости, существующие только в сознании респондента и не допускающие возможности объективной проверки. В связи с этим соблюдение в описании какой-то определенной последовательности очень важно для контроля полноты. Хаотичное перечисление делает невозможным контроль полноты как для интервьюера, так и для самого респондента.

Если респонденту задан вопрос на описание, то он, как правило сознательно или бессознательно стремится следовать в ответе какому-то принципу, т.е. соблюдать последовательность. Следует, однако, иметь в виду, что эта задача далеко не всегда проста для респондента. Во-первых, в его сознании могут конкурировать различные основания описания, вследствие чего он может неосознанно перескакивать с одного основания на другое. Во-вторых, как уже говорилось, ответы респондента представляют собой не заранее продуманные выступления, а импровизацию, при которой усиливается роль таких факторов, как провалы в памяти, следование случайным ассоциациям и т.д. Задача правильного построения описания в ходе импровизации часто бывает трудной даже для хорошо подготовленного интеллектуала. Иногда респондент прямо говорит интервьюеру: <Я сейчас постараюсь перечислить признаки, но только не в порядке их значимости>. Правильная реакция интервьюера на такое вступление будет следующей: сначала дать возможность респонденту сделать перечисление, следуя естественным ассоциативным связям, а затем попросить его установить ранги или иную подходящую к данному случаю систематическую последовательность.

Если респондент строит свой ответ как описание, интервьюер должен постараться понять, какой принцип кладется в его основу и проследить за тем, чтобы этот принцип был реализован последовательно. Если в последовательности возникает сбой, следует понять, связан ли он с провалом в памяти, ограниченностью операциональных способностей интеллекта, либо с принципиально иной причиной - <вторжением> другого, конкурирующего основания. Это конкурирующее основание должно быть понято интервьюером, после чего он сможет помочь респонденту отразить эту ситуацию с целью выяснения вопроса о том, какие вообще основания перечисления возможны в данном случае, какое из них наиболее правильно и т.д.

Ошибки в рассуждениях. Если ответ респондента имеет форму рассуждения, интервьюер должен мысленно придать ему форму силлогизма и проверить, правильно ли он построен. Это нелегкая задача, которая требует от интервьюера хорошего владения логикой. Если силлогизм построен неправильно, респондента можно попросить вновь вернуться к данному рассуждению, указав, в чем заключается логическая ошибка, и попросить построить силлогизм правильно.

На первый взгляд, кажется невозможным, что интервьюер может проделать в уме сложные рассуждения для обнаружения логической ошибки. Практика показывает

однако, что хорошее владение логикой может перерасти в своего рода логическую интуицию, позволяющую интервьюеру либо распознать и диагностировать логическую ошибку, либо, по крайней мере, интуитивно почувствовать, что в высказывании респондента что-то не так, и попросить уточнений.

Ошибки индукции и дедукции. Хотя данные логические операции представляют собой разновидность рассуждений, их целесообразно рассмотреть отдельно. В ходе интервью некоторые респонденты предпочитают сначала высказать основную идею, а затем подкрепить ее примерами. Это подобно дедуктивному подходу. Другие, наоборот, предпочитают привести примеры, а затем сделать основной вывод, заключение. Это сходно с индуктивным подходом. На практике интервьюеры довольно часто сталкиваются с тем, что респонденты делают неправильные шаги вверх и вниз по лестнице абстракции. Даже если память не подводит респондента, в тот момент, когда он начинает интерпретировать, обобщать или объяснять, он может сделать ошибку в выводах.

В индуктивных рассуждениях респондент может сделать три вида ошибок. Во-первых, перечислив ряд конкретных примеров, он может не сделать из них никакого вывода. Точнее, вывод может подразумеваться респондентом, но не быть высказанным явно. Респондент может испытывать затруднения при формулировании вывода из-за неумения логически мыслить либо вследствие ограниченности своего словарного запаса, в котором отсутствуют абстрактные термины. Интервьюеру в такой ситуации следует сделать две вещи. Во-первых, ему необходимо попросить респондента все же попытаться сделать необходимый вывод. Во-вторых, он должен сам, без помощи респондента, постараться понять, что общего имеют приведенные примеры. Если респондент испытывает сильные затруднения в формулировке вывода, интервьюер может предпринять усилия к тому, чтобы сделать этот вывод вместе. В любом случае надо добиться того, чтобы индуктивное рассуждение было полным, т.е. содержало как конкретные примеры, так и обобщающее суждение.

Вторая возможная ошибка индукции заключается в том, что не все примеры, приведенные респондентом, соответствуют сделанному им выводу. Здесь возможны два варианта: либо респондент сделал правильный с его точки зрения вывод, но при этом привел неудачный пример, либо вывод должен быть переформулирован таким образом, чтобы ему соответствовали все приведенные примеры. Иногда несовпадение посылок и вывода происходит из-за того, что в сознании респондента конкурируют два разных набора примеров и соответственно два разных вывода.

Третья ошибка индукции заключается в том, что из приведенных респондентом примеров вытекает не тот вывод, который он сделал. Здесь также возможны два варианта: либо респондент при формулировании вывода неточно сформулировал свою мысль, либо сделанный им вывод отражает его подлинное мнение, но должен быть подкреплен другим рядом примеров. В последнем случае также следует помочь респонденту разделить два различных индуктивных суждения и добиться того, чтобы каждое из них было полным, т.е. содержало в себе как посылки, так и вывод.

Ошибки дедукции сродни ошибкам индукции и представляют собой как бы зеркальное их отражение. Первоочередной проблемой является здесь контроль полноты. Если респондент высказывает какое-то обобщающее суждение, следует обязательно попросить его подкрепить это суждение конкретными примерами. Вторая проблема - это контроль соответствия. Примеры должны подкреплять именно данный вывод, а не какой-либо иной. Как и в случае с индукцией, дедуктивные рассуждения порой распадаются на два, если обобщающее суждение и ряд примеров не соответствуют друг другу.

Поддержание мотивации

Хотя основные трудности установления контакта с респондентом обычно возникают в самом начале интервью, проблема поддержания мотивации к сотрудничеству стоит на всем его протяжении. Все авторы учебных пособий по интервьюированию согласны в том, что респонденту легче вообще отказаться от беседы, чем оборвать ее где-то посередине. Тем не менее возможность внезапного ослабления позитивных мотиваций и возрастания сил противодействия реально существует. В некоторых случаях падение мотивации может привести к прекращению интервью по инициативе респондента. В других случаях, даже если интервью не прерывается, незаинтересованность респондента в продолжении беседы проявляется в краткости ответов, нарушениях спонтанности речи, отказе отвечать на отдельные вопросы, прямых просьбах поскорее завершить интервью.

Выше в разделе <Начало интервью> мы разделили мотивации респондента на позитивные и негативные, иными словами, на содействующие и препятствующие общению. В соответствии с этим падение мотивации к сотрудничеству может быть следствием как ослабления позитивных мотиваторов, так и усиления негативных. Как указывает Р.Горден, задача интервьюера в части поддержания мотивации заключается в том, чтобы максимизировать действие <помощников> общения и минимизировать действие <ингибиторов>.

Поддержание позитивных мотиваций не возникает само собой, оно зависит от поведения интервьюера и от природы вопросов. В поведении интервьюера основными факторами поддержания позитивных мотиваций являются искренний интерес к высказываниям респондента, который выражается мимикой лица и возгласами одобрения, а также уместные дополнительные вопросы, которые свидетельствуют о хорошем понимании интервьюером того, что говорит респондент, и помогают последнему полнее раскрыть свою мысль.

Ослабление позитивных мотивов у респондента (без активизации негативных) может принимать форму усталости или скуки. Усталость является предупреждением о том, что энергетический запас опрашиваемого исчерпан, а скука отражает отсутствие интереса к предмету интервью.

Чувство усталости содержит в себе объективный и субъективный компоненты. Объективная заключается в том, что непрерывно говорить на протяжении полутора и более часов для многих респондентов физически тяжело. В этом смысле чувство усталости объективно. Отметим, что фактором формирования усталости является не только продолжительность интервью, но и степень напряженности работы мысли, которая требуется от респондента. В качестве иллюстрации приведем мнение респондента, высказанное им после интервью, которое длилось всего около получаса (темой интервью было определение критериев восприятия песен самодельных авторов). Уже после того, как интервьюер сказал: <Спасибо за интервью>, респондент добавил: <Скажу единственное напоследок. Интервью давать необычайно трудно, легче выступать самому, потому что там заранее репетируешь, а здесь надо говорить сразу>.

Таким образом, объективный компонент усталости определяется продолжительностью интервью и степенью его сложности для респондента.

Субъективная составляющая усталости порождается скукой, т.е. отсутствием интереса к теме интервью или непониманием респондентом, чего собственно хочет от него интервьюер. Скука сама по себе не только является фактором падения мотивации, но и ускоряет появление у респондента чувства усталости. Еще одним фактором падения интереса, а возможно, и нарастания противодействующих мотиваций, выступает непонимание логики интервью или связи объявленной общей темы с конкретными вопросами. В этом случае респондент мысленно, а порой и вслух задает интервьюеру вопрос: <Зачем Вы меня об этом спрашиваете?>. Чтобы избежать возникновения вопросов такого рода, интервьюеру следует постоянно

соотносить формулировки вопросов с общей темой интервью, а при переходах в темах давать респонденту краткие разъяснения, почему данный вопрос интересует исследователей.

Существует ряд сигналов, свидетельствующих о нарастании усталости или скуки у респондента. Это расслабленная поза, бегающие глаза, короткие и неорганизованные ответы, длинные паузы. Интервьюер должен уметь улавливать эти сигналы и устанавливать их причину. В случае появления скуки следует ослабить контроль над темой и попытаться <разговорить> респондента, нащупывая вопросы, которые были бы тому интересны. Зачастую интересные для респондента темы оказываются релевантными и для исследователя; таким образом, интерес становится взаимным. В случае усталости респондента имеются две возможности: либо попытаться повысить степень его интереса, который поможет преодолеть усталость, либо предложить сделать перерыв или назначить новую встречу. Первый вариант, конечно, предпочтительнее, но на практике это не всегда удается. Назначение новой встречи - вынужденное решение для интервьюера и таит в себе опасность, что респондент не захочет продолжать беседу.

Чувства усталости или скуки могут формироваться не только у респондента, но и у интервьюера. Эти чувства замечаются респондентом, индуцируя падение мотивации у него самого. Относительно скуки можно сказать, что интервьюер ни при каких обстоятельствах не имеет права испытывать это чувство. Скучающий интервьюер профессионально непригоден для этой работы. Что же касается усталости, то это чувство вполне объективно, и оно явственно дает о себе знать уже после двух или трех проведенных за день полуторачасовых интервью. Ранее уже говорилось, что работа интервьюера более трудна и требует большего напряжения, чем это может показаться внешнему наблюдателю. Возникновение усталости ставит вопрос о планировании целесообразной нагрузки интервьюеров. По-видимому, без крайней необходимости интервьюерам не следует планировать более трех продолжительных интервью в день. Проводя четвертое или пятое интервью, интервьюеры явственно отмечают падение внимания и ослабление способности к активному слушанию. Правда, хорошие интервьюеры, являющиеся одновременно исследователями и поэтому обладающие сильными мотивациями к получению информации, могут усилием воли подавить усталость, но и эта способность не беспредельна. Ослабление внимания вследствие усталости обычно бывает произвольным. Порой оно не сразу рефлексируется интервьюером, поэтому иногда он лишь после прослушивания или расшифровки интервью отмечает снижение его качества.

В отличие от снижения позитивных, нарастание противодействующих мотиваций в подавляющем большинстве случаев связано с возникновением угрозы <я> респондента. Эта угроза может возникать в разных формах, которые были описаны выше. В американских учебниках классическим примером вопроса, вызывающим противодействие, является вопрос о личных или семейных доходах респондента. Согласно Р.Кану и С.Кеннелу, отчеты интервьюеров неизменно показывают, что постановка вопросов о размерах и источниках доходов часто ведет к сомнениям или прерыванию общения со стороны респондента. В России до <перестройки> этот вопрос не вызывал сильного сопротивления, но ныне тенденция к сокрытию или занижению доходов у высокодоходных групп населения заметно усилилась.

В случае усиления сопротивления у интервьюера есть три возможности. Во-первых, он может напомнить респонденту о конфиденциальности беседы. Во-вторых, интервьюеру следует объяснить, почему этот вопрос важен для исследования и как он связан с общей целью интервью. Понимание исследовательских целей, их важности и осмысленности часто пробуждает у респондента чувства, которые сродни ощущению морального или гражданского долга. В-третьих, интервьюер

может обратиться к <помощникам> в общении, например, к альтруистическим мотивам.

На всем протяжении интервью интервьюер должен демонстрировать респонденту свою сильную мотивацию, заинтересованность, высокий эмоциональный тонус. Сознание респондента откликается на моральное состояние интервьюера по принципу индукции: скука индуцирует скуку, а эмоциональный подъем индуцирует усиление позитивных мотиваций.

Искажения в интервью

Искажениями мы будем называть те высказывания респондентов, которые не соответствуют их подлинным представлениям. Искажения могут возникать по разным причинам, некоторые из которых будут описаны ниже.

Влияние собственной позиции интервьюера. Это, пожалуй, основной источник искажений, причем сразу в двух смыслах. Во-первых, это один из наиболее частых видов искажений, особенно у неопытных интервьюеров. Во-вторых, этот фактор целиком зависит от поведения интервьюеров и, следовательно, может быть устранен путем более качественной их подготовки.

Предпосылками искажений являются два условия. Во-первых, интервьюер должен иметь свое мнение, не совпадающее с мнением респондента. Во-вторых, это мнение, т.е. несогласие с респондентом, должно найти какое-то внешнее проявление. Если оба этих условия реализуются, то реакция респондента может быть трех видов: он либо вступает в спор с интервьюером, либо замолкает и прерывает интервью, либо подстраивает свои высказывания под мнение интервьюера. В первых двух случаях страдает в основном полнота интервью[13]. Третий случай представляет собой чистый вариант искажения.

Источником несовпадения мнений интервьюера и респондента могут быть ценностные и когнитивные разногласия. Ценностные разногласия содержат в своей основе несовпадения этических позиций. Это несовпадение может быть столь сильным, что интервьюер непроизвольно тем или иным способом выражает свой протест. Когнитивные разногласия имеют своим источником различия в представлениях о фактической стороне обсуждаемого вопроса. Ответы респондента могут противоречить жизненному опыту интервьюера, его исследовательскому опыту или вынашиваемым им гипотезам.

Поскольку источниками искажения являются как восприятие интервьюером высказываний респондента, так и реакции интервьюера на эти высказывания, интервьюер должен выработать у себя два рода навыков, которые вместе образуют то, что может быть охарактеризовано как нейтральное слушание[14]. Во-первых, интервьюер должен научиться спокойно воспринимать те точки зрения, которые не совпадают с его собственными. Э.Чамокова пишет по этому поводу: <Интервьюер должен уметь понимать и принимать любую точку зрения: респондент так думает, значит, он прав. Интервьюер искренне <разделяет> самые различные позиции, он знает: в каждой из них есть своя логика. В основании любых представлений лежат постулаты, а они не опровергаются. Приняв этот принцип, исследователь приходит к необходимости постоянно контролировать собственную систему представлений, рассматривая ее как частную и индивидуальную. Указанный принцип обязывает интервьюера избегать оценочных определений, любых поспешных выводов относительно высказываний респондента>.

Итак, одно из основных качеств, необходимых интервьюеру, заключается в том, чтобы уметь <вживаться> и понимать любую точку зрения, как бы ни была она далека от его собственной. Но интервьюер - тоже человек, и порой его реакции могут быть непроизвольными, особенно если затрагиваются основополагающие ценности его личности. В этом случае действует второе правило: интервьюер не должен показывать явно свои реакции. Следует оговорить, что опрашиваемый

может придавать своему несогласию с респондентом конструктивную и полезную для целей интервью форму, например: <Вы сказали то-то. Но многие люди считают иначе (объяснить, как). Что Вы думаете по этому поводу?>. Таким образом, контролируемые реакции несогласия разрешены и могут быть полезными. Запрещается, следовательно, выражение произвольных реакций. Вот некоторые из них:

1. *Выражение прямого несогласия с респондентом*, спор с ним, попытки его убедить или переубедить. При возникновении подобного желания интервьюер должен вспомнить, что исследователя интересуют мнения респондента, а не его собственные.

2. *Осуждение взглядов респондента*. Эту ошибку очень часто совершают журналисты, хотя во всех пособиях по интервьюированию прямо указано, что этого делать не следует. Тем не менее журналист Р.Киреев пишет: <Я знаю фельетониста, который, не откладывая дело в долгий ящик, тут же на месте, вершит над героем своего будущего фельетона свой этический суд>. Очевидно, что интервьюер должен уметь воздерживаться от вынесения приговора какому-либо человеку или ситуации, не должен показывать свое осуждение. Иными словами, ему необходимо придерживаться строго научного (безоценочного) подхода. Он должен уважать обычаи, ценности и манеру поведения других людей, как бы они ни отличались от его собственных.

3. *Ведение интервью с позиций эмоционального <поощрения> и <наказания>*. Ранее уже говорилось, что интервьюер должен поощрять развитие релевантных тем, образующих проблемный фокус интервью, и не поощрять темы нерелевантные. Поощрение и непоощрение с любой другой позиции, например, с позиции идеологических убеждений интервьюера - грубая ошибка. Некоторые респонденты не приемлют подобного идеологического давления, вступают в спор, и интервью превращается в перепалку. Другие, не желая обидеть или огорчить интервьюера, интуитивно уясняют себе суть желаемых им ответов и <отражают> интервьюеру его собственные представления.

4. *Мысленный спор*. Несогласие интервьюера с респондентом может выражаться не в открытом, а в мысленном споре с ним. Интервьюеры, перебивающие интервьюируемых, часто находятся в состоянии мысленного спора. Другое вероятное последствие мысленного спора - отключение внимания от текущих высказываний респондента, поскольку спор может фиксировать его на каких-то предшествующих моментах интервью. Мысленный спор или несогласие часто произвольно отражаются на лице опрашивающего, что, как правило, не ускользает от внимания респондента, который в ответ либо замолкает, либо старается <исправить> свои высказывания таким образом, чтобы угодить интервьюеру.

5. *Избирательное слушание*. Если позиция интервьюера не совпадает с мнениями опрашиваемого, может возникнуть эффект избирательного слушания, при котором интервьюер <слышит> то, что хочет услышать. Менее опасен такой эффект при использовании магнитной записи, поскольку диктофон точно фиксирует высказывания респондента. При записи от руки избирательное слушание может породить очень значительные искажения, что подтверждено специальными экспериментами. Другой негативный эффект заключается в неадекватном понимании высказываний респондента. Это приводит к постановке неадекватных вопросов и иным неадекватным реакциям, которые замечает респондент. Результат, как и в предшествующих случаях, может быть двойным: либо у респондента падает мотивация к сотрудничеству, либо он начинает подстраиваться под мнение интервьюера.

6. Иногда какие-то высказывания респондента совпадают с идеологическими пристрастиями интервьюера. В данном случае часто возникает то, что можно назвать <чрезмерным подбадриванием>. Если интервьюер с энтузиазмом восклицает: <Я совершенно согласен с Вами!>, то такое оценочное заявление побуждает респондента говорить то, что, как он считает, будет одобрено интервьюером, особенно, если респондент стремится произвести благоприятное впечатление на опрашивающего. Значение этого источника искажений часто недооценивается даже опытными интервьюерами.

Ложь и фантазии со стороны респондента. В отличие от предыдущего, этот источник искажений зависит не от интервьюера, а от интервьюируемого, и поэтому плохо поддается корректировке. Ложь со стороны респондента служит защитной реакцией, которая возникает из-за того, что опрашиваемый в том или ином смысле ощущает в вопросах интервьюера угрозу своему <я>. При проведении опросов в сфере экономики интервьюерам следует иметь в виду, что в ряде отраслей народного хозяйства (торговля, сельское хозяйство, <предпринимательский> сектор) сложились своего рода привычные принципы лжи, благодаря которым эта ложь внешне выглядит вполне логичной и убедительной. Ложь можно встретить также при постановке вопросов, затрагивающих самолюбие людей, интимные стороны их жизни и т.д. Одна из рекомендаций, которая может быть предложена для преодоления лжи, - поиск респондентов, добровольно желающих сотрудничать с интервьюером. Второй возможный путь выяснения истины состоит в опросе лиц, занимающих противоположные или смежные ролевые позиции, либо просто осведомленных о том, как обстоит дело в действительности.

Часто респонденты не лгут явно, но скрывают (затемняют) правду, либо делают заявления, имеющие целью выставить самих себя в лучшем свете. Если интервьюер чувствует, что в высказываниях респондента необходимо что-то исправить или уточнить, делать это следует осторожно. При постановке прямого вопроса респондент может занять оборонительную позицию и совсем замолчать. Неясности, связанные с возможным сокрытием или искажением информации респондентом, лучше выяснять в конце интервью.

Фантазии, как и ложь, служат защитной реакцией, но не от внешнего слушателя или наблюдателя, а от своего собственного <я>. К фантазиям часто бывают склонны лица с неблагополучной личной жизнью, неудачники, алкоголики. Медицинские психологи считают, что женщины больше подвержены фантазиям, чем мужчины. С массовыми проявлениями фантазий, представляющими собой своего рода реконструированные автобиографии, исследователь может встретиться при опросе социально неблагополучных слоев общества. Фантазии могут быть самостоятельным объектом исследования, но их не следует путать с реальной реконструкцией прошлого.

Искажения в процессе коммуникации. Эти искажения являются следствием непонимания респондентом интервьюера или наоборот. Если вопрос непонятен респонденту, интервьюер должен заметить его изумленный взгляд и спросить, ясен ли вопрос. Если этого не сделать, респондент может начать фантазировать или отвечать на какой-то иной вопрос сообразно тому, как он сумел его осмыслить. Обратная ситуация возникает, когда интервьюер, пытаясь понять респондента, задает ему неадекватно сформулированный суммирующий вопрос. Во многих случаях респонденту легче согласиться с интервьюером, чем вступать с ним в спор или повторять свои разъяснения заново. Если респондент все же предпринимает попытку вновь объяснить интервьюеру свою точку зрения, неопытный интервьюер порой начинает настаивать на своей трактовке. В этом случае между ними может возникнуть своего рода перепалка по вопросу о том, что же в действительности сказал респондент. В <жестком> или конфронтационном типе интервью такие споры

могут применяться сознательно как методический прием. Но если причиной спора является неправильное понимание интервьюером высказывания респондента, то конфронтация не способствует адекватному уяснению вопроса. Более разумной тактикой является просьба к респонденту повторить сказанное заново или попросить разъяснений.

Искажения, основанные на стереотипах восприятия. Интервьюер и респондент могут воспринимать друг друга с позиций тех или иных стереотипов, результатом чего может быть искажение информации. Один из возможных случаев заключается в том, что интервьюер воспринимает респондента как человека малообразованного и плохо информированного. Этот стереотип может выразиться в наводящей формулировке вопроса: <Я полагаю, Вы не читали последних материалов, касающихся налогов?>. Представление респондента об интервьюере как о человеке более осведомленном может сыграть свою роль и, завершая уже подготовленное вопросом искажение, респондент, независимо от степени своей реальной информированности, может ответить: <Да, не читал>. Восприятие респондента как человека малоинформированного может порождать также вопросы типа: <Я полагаю, это все, что Вы можете сказать по данному вопросу?>.

Не менее грубые ошибки совершают интервьюеры, которые считают, что могут приблизить ответ, который, как им кажется, готов дать респондент. Очень распространено в таких случаях предварение вопроса фразами типа: <Я полагаю, Вы согласитесь, что...>, или: <Я полагаю, Вы чувствуете, что...>. Наличие у респондента стремления не возражать интервьюеру, особенно если последний обладает более высоким статусом, делает вероятным получение искаженной информации. Если у интервьюера создалось впечатление, что ответ респондента на определенный вопрос будет отрицательным, он неосознанно может сформулировать его таким образом, что респонденту будет легче ответить на него отрицательно.

Респондент также может воспринимать интервьюера с позиций того или иного стереотипа. Это обстоятельство должно учитываться при подборе интервьюеров, выборе их одежды и других атрибутов внешнего вида. В частности, респондент может составить мнение об интервьюере как о человеке слишком молодом, неопытном или несерьезном. Другой возможный стереотип - это идентификация интервьюера с должностным лицом, проводящим ревизию или проверку. Для предотвращения возникновения такого стереотипа интервьюеру следует продумать вопрос о вызывающих доверие спонсорах или рекомендующих лицах, а также о тактике установления контакта.

Для создания положительного имиджа в глазах респондента интервьюер должен быть искренним. Если респондент расценивает интервьюера как нечестного человека, он старается уклониться от ответов, отвечает неохотно, неискренне. По этой причине интервьюер должен вести себя открыто и как можно более дружелюбно. Вопросы интервьюера могут быть трудными, но они не должны быть <ловушкой>. Искренность интервьюера может быть продемонстрирована открытым взглядом, естественной позой, сконцентрированным вниманием, тоном разговора. Такое невербальное поведение создает обстановку не только искренности, но и доверия.

Создание дружеской атмосферы беседы не равнозначно имитации дружбы. Неопытные интервьюеры, наслышанные о важности создания дружественных отношений с респондентом, часто понимают это буквально. Если интервьюер пытается имитировать дружбу, реакция респондента может быть двоякой: либо имитация будет распознана, и тогда резко возрастет недоверие, либо <дружба> будет принята за <чистую монету>, что также может привести к искажениям. К примеру, респондент решит не сообщать информацию, которая может чем-либо

огорчить его нового друга, ради сохранения <дружбы> будет подстраивать свое мнение под мнение интервьюера и т.д.

Ошибки интервьюеров. Некоторые рекомендации

В этом параграфе мы перечислим основные ошибки, допускаемые интервьюерами, а также дадим полезные рекомендации, не пытаясь привести их в единую систему.

А. Ошибки интервьюеров

1. Высказывание личных мнений интервьюера. Одна из наиболее частых ошибок, которую совершают начинающие исследователи, заключается в том, что интервьюер увлекается беседой и начинает говорить сам, порой произнося обширные монологи. Это большая методическая ошибка, независимо от того, выражает интервьюер в своих монологах согласие или несогласие с респондентом. Во-первых, на произнесение монологов затрачивается полезное время интервью, которое всегда ограничено. Во-вторых, монологи интервьюера могут вносить искажения в интервью или вызвать снижение мотивации у респондента. Роли интервьюера и респондента принципиально различны: интервьюеру должно быть интересно все, что говорит респондент. Более того, поскольку интервьюер заинтересован в выявлении логики респондента, он, как уже говорилось, искренне <разделяет> самые разные мнения. Наконец, интервьюер заранее готов к тому, что он будет вести беседу с представителем иной социальной или профессиональной субкультуры, обладающим специфическим языком и специфичными социальными нормами. Все эти требования к ролевой позиции интервьюера отсутствуют у ролевой позиции респондента. Монологи интервьюера вовсе не обязательно должны вызывать у него интерес и согласие. Высказывая свое личное мнение, интервьюер рискует вызвать негативную реакцию респондента, который может быть не согласен с ним либо негативно воспринять манеру изложения этого мнения. Влияние последнего фактора следует подчеркнуть особо: манера изложения мысли и специфика словаря опрашиваемого сразу обнажают различие субкультур интервьюера и респондента. Практика показывает, что реакция на это различие, как правило, бывает негативной.

Учитывая все это, начинающим интервьюерам могут быть даны следующие рекомендации:

а) запрещается произносить какие-либо фразы, которые не заканчиваются знаком вопроса. Лишь в некоторых случаях, когда заданный вопрос сложен, допускается высказывание нескольких разъясняющих повествовательных предложений, после которых обязательно должно следовать вопросительное;

б) интервьюеру вообще следует стремиться как можно меньше говорить. Запрещается высказывать свое личное мнение, произносить монологи.

2. Чрезмерная активность интервьюера. Она выражается в использовании слишком большого числа вопросов, постоянных прерываниях высказываний респондента. Выше уже говорилось, что новый вопрос не следует задавать прежде, чем предыдущая тема будет исчерпана, причем нужно предпринять специальные усилия, чтобы убедиться, что эта тема действительно исчерпана до конца. Слишком частая постановка дополнительных вопросов ведет к обрывам тем и к хаотичному их перемешиванию. Хороший интервьюер старается задавать как можно меньше вопросов и при этом получить как можно больше информации от респондента.

3. Ограничение ответов. Для интервьюера, особенно работающего по найму, существует искушение ограничить интервью теми областями, которые обозначены в вопроснике, и отказаться от всех сообщений респондента, которые не относятся к этим областям. Сообщения и замечания, которые не попадают в эти заранее определенные области, часто интерпретируются как нерелевантные. Конечно, если эти высказывания действительно не относятся к делу, если они уводят интервью в направлении, не имеющем ничего общего с рассматриваемыми вопросами, то такое

отклонение должно быть остановлено. Но часто интервьюер, вооруженный вопросником, слишком поспешно делает вывод о том, что высказывания респондента не относятся к делу, только лишь потому, что соответствующие темы не обозначены в вопроснике. Здесь возникает опасность поддаться преждевременному и ложному суждению и приостановить то, что всегда является самым ценным - непредвиденный релевантный ответ.

4. Навязывание тем. Вопросник может явиться причиной неполноты интервью еще и потому, что интервьюер слишком строго придерживается и навязывает респондентам вопросы и темы, которые включены в план интервью, но которые не связаны с действительным опытом опрашиваемых, и на которые они просто не могут ответить. Навязывание возникает в том случае, когда интервьюер задает вопрос и настаивает на ответе, не убедившись, что респондент действительно может что-то сказать по этому поводу. Часто интервьюеры следуют такой тактике только потому, что считают себя обязанными осветить все темы из своего вопросника.

Навязывание тем влечет за собой два негативных последствия. Во-первых, не зная, что сказать, респондент начинает импровизировать и фантазировать. Во-вторых, навязанные темы подавляют ту релевантную информацию, которую респондент мог и хотел сообщить, что отрицательно сказывается на полноте интервью.

5. Ошибка, состоящая в быстрых переходах. Желая добиться как можно более полного охвата заранее предусмотренных тем, интервьюер часто удовлетворяется поверхностным их рассмотрением. Стремясь к полноте, он жертвует глубиной. Иногда его подталкивает к этому опасение, что он не успеет в отведенное для интервью время охватить все темы, предусмотренные в вопроснике. Часто такой страх бывает необоснованным и интервью заканчивается намного раньше намеченного срока. Но даже если вопросник действительно слишком обширен, чтобы провести интервью в отведенное для него время, ускорение темпа интервью все равно себя не оправдывает. Не много смысла в стремлении номинально охватить широкий круг вопросов, если информация по каждому из них незначительна. Лучше рассмотреть ограниченный круг вопросов, но зато так, чтобы они были раскрыты исчерпывающим образом. Что же касается вопросов, оставшихся нерассмотренными, то можно попытаться договориться с респондентом о новой встрече.

Сказанное можно проиллюстрировать известным логическим правилом: чем больше объем понятия, тем меньше его содержание. К примеру, в ситуации экономического кризиса мы задаем респонденту вопрос о том, как он живет. Ответ <плохо> будет правильным, но банальным, поскольку о плохом состоянии экономики знает и сам интервьюер. При таком ответе остаются за рамками рассмотрения множество важных вопросов: каковы источники доходов респондента, каков потребительский бюджет его семьи, есть ли в семье запасы продовольствия и т.д. Приведенный пример показывает, что чем глубже раскрывается тема, тем более содержательной и менее банальной становится сообщаемая респондентом информация. Иными словами, глубина раскрытия тем важнее широты их охвата. Поверхностное рассмотрение тем редуцирует интервью к набору банальных суждений.

Б. Некоторые рекомендации

1. Использование личных качеств. В интервьюировании нет единого стиля. Каждый интервьюер использует свой стиль поведения, который является для него естественным. Начинающие интервьюеры часто боятся использовать в интервью свой естественный стиль поведения. Они стараются как бы надеть маску, которая, по их мнению, соответствует профессиональной роли интервьюера. К примеру, они стараются сохранять непроницаемое, чопорное выражение лица. Это ошибка.

Респонденту легче раскрыться и откровенно поговорить с человеком, который не боится быть самим собой. Как уже говорилось, уместная шутка может облегчить установление и поддержание атмосферы искренности и доверия. Однако отметим, что здесь, как и во всем, нужна мера. Чрезмерное обилие шуток может настроить респондента на шутливый лад, а это приведет к сильному искажению ответов.

2. Фиксация главной мысли. В ходе интервью очень важно вычленять основные идеи из ответов респондента. Здесь нужен определенный навык, поскольку респонденты редко подают явные сигналы о том, что сейчас будет высказана главная мысль. Очень редко респонденты говорят прямо: <А вот сейчас я скажу самую главную мысль>. Отсутствие явных высказываний такого рода не означает, однако, что респонденты не подают никаких сигналов о том, что является наиболее важным. Сигналами главной мысли могут быть паузы, жесты, усиление голоса, интонации и т.д. Интервьюер должен уметь воспринимать эти сигналы. Кроме того, важно следить за логикой мысли респондента. Интервьюер должен разобраться в том, что является главной мыслью, а что - деталями, примерами и другой дополнительной информацией.

3. Рефлексия чувств. Одним из важнейших умений, необходимых для проведения интервью, является рефлексия чувств. Это избирательная форма слушания, при которой интервьюер различает эмоциональные обертоны сообщений и рефлектирует (отражает) их на респондента, не делая при этом попытки дать оценку услышанному. Рефлексия чувств - это способность, которая требует определенной практики. Если интервьюер владеет таким умением и правильно реагирует на высказывания респондента, это дает последнему большую уверенность в способности интервьюера его понять. В результате это помогает перевести разговор на те проблемы, которые являются для респондента источником беспокойства.

4. Комментарии не для записи. Иногда респонденты готовы дать разъяснения или расширенные комментарии лишь в том случае, если их ответ не будет записан. Если интервьюеру не удастся убедить респондента изменить свое решение, следует закрыть блокнот или выключить диктофон. После окончания интервью можно восстановить сказанное респондентом по памяти, но использовать этот материал следует с особой осторожностью, чтобы не повредить респонденту.

Завершение интервью

Как и начало интервью, завершение выделяется в особый методический этап в связи с его специфическими функциями. Поскольку к моменту завершения интервью сбор информации по теме исследования окончен, эти функции в основном не являются информационными.

Оптимальный вариант заключается в том, что завершение интервью должно совпасть с его естественным концом. Решение об окончании в этом случае оказывается как бы обоюдным, совместным. Никому из участников интервью не должно показаться, что финал слишком поспешный, но также не должно возникнуть ощущения, что интервью растянуто. Интервью должно завершиться, когда все вопросы рассмотрены, - не раньше и не позже.

Завершенное интервью следует отличать от интервью прерванного. Прерывание незавершенного интервью обычно происходит, если кто-то из участников исчерпал свой лимит времени. Бывает (хотя этого следует избегать), что лимит времени исчерпывается у самого интервьюера. Если это все же случилось, надо честно сообщить об этом респонденту, сказав, что вы хотели бы продолжить разговор. Тут же следует обсудить с интервьюируемым время и место новой встречи. В некоторых случаях прерывание интервью может вызвать ряд проблем. Если продолжения не

последует в скором времени, благоприятный климат общения может нарушиться. По этой причине эффективное интервью прерывать нежелательно.

При приближении к финалу задача интервьюера заключается в том, чтобы сохранить хороший <климат> общения. Завершение должно быть обоюдно приятным. Если интервью прервано, то такой финал необходим для успешного установления контакта при новой встрече. Если же интервью полностью закончено, требование сохранения хорошего <климата> из методического превращается в этическое. Респондент не должен почувствовать, что его <отжали> и выбросили, как ненужную вещь. Атмосфера доверия и дружбы, достигнутая в основной части интервью, должна проявиться в его финале.

По финалу интервью можно судить о степени его успеха. Ранее мы говорили о различиях в объективном и субъективном времени интервью, отмечая, что соотношение между ними может быть своего рода тестом его успешности. Другим таким тестом может быть выражение эмоций искренности и дружбы в финальной части интервью. Выражение таких чувств, может быть, и не свидетельствует о том, что интервьюер получил всю необходимую информацию, но во всяком случае свидетельствует о том, что респондент сделал все, что мог. Образцом такого финала может служить рассказ интервьюера о завершении интервью с председателем исполкома одного из краев Российской Федерации (1991 год). Несмотря на чрезвычайную занятость, этот руководитель не пожалел времени для длительной беседы по экономическим и социальным проблемам края, а в конце достал из шкафа бутылку коньяка, разлил по рюмкам и сказал: <Благодарю Вас за хорошую беседу>. Конечно, в жизни не каждое интервью заканчивается рюмкой коньяка и выражением благодарности. В некоторых случаях интервьюеру следует <потрудиться> над созданием соответствующей атмосферы. К примеру, у многих респондентов, особенно с низким уровнем образования, могут возникнуть сомнения, хорошо ли они справились с ролью респондента. В связи с этим обязательной частью финала должно быть не только выражение благодарности интервьюеру, но и заверение его в том, что интервью было очень ценным. По выражению В.Донохью, даже <твердолобые> респонденты улыбнутся, если им сказать, что они дали очень хорошее интервью.

Методические пособия рекомендуют интервьюеру начать думать о завершении интервью за 5-10 минут до его окончания. Это особенно важно в тех случаях, когда время окончания интервью жестко зафиксировано. Существует ряд способов подготовить респондента к завершению интервью. Они могут применяться как в случае исчерпания лимита времени, так и в том случае, если попался <слишком> разговорчивый респондент. Это в основном фразы типа: <В то короткое время, которое у нас осталось...> или <Прежде, чем закончить...> и т.д. Указанные фразы могут в необходимых случаях как сократить продолжительность интервью, так и увеличить его в том случае, если респондент проявляет нервозность в отношении слишком большой, по его мнению, продолжительности беседы. В последнем случае указанные фразы дают ему понять, что беседа близится к завершению, но вместе с тем содержат тактичную просьбу ответить еще на один-два вопроса

Хорошей формой завершения интервью является финальное резюме, которое, в частности, нередко позволяет получить какую-то дополнительную информацию или сделать обобщения. Резюме может быть высказано либо респондентом по просьбе интервьюера, либо самим интервьюером с просьбой к респонденту его прокомментировать, ответив на вопросы, правильно ли оно, верно ли в нем расставлены акценты, не упущено ли что-либо существенное и т.п.

Работа интервьюера не заканчивается в момент выключения диктофона. Об этом хорошо пишет Э.Чамокова, которую следует процитировать полностью: <Конец интервью - очень ответственная часть. К этому времени интервьюер обычно

утомляется. После того, как выключен магнитофон, он считает, что его работа закончена, а для респондента часто это сигнал к откровенной долгой беседе по волнующей его теме. Созданная атмосфера раскованности, проявляемый интерес к собеседнику вызывают доверие к интервьюеру. Респондент легко переходит на личные проблемы, порой он готов обсуждать их часами. Иногда в этом разговоре возникают темы, релевантные тематике опроса». В связи с этим интервьюеру следует дать совет не торопиться убирать диктофон после его выключения и быть готовым (с разрешения респондента) снова его включить. «Момент выключения диктофона - отмечает Т.Шумилина, - психологически интересен тем, что респондент расслабляется, напряжение спадает, он чувствует себя свободнее. Именно в этот момент он может припомнить что-то важное, обронить какие-то интересные замечания, дополнить свой рассказ. Опытные интервьюеры используют этот момент, чтобы получить сведения, отличающиеся «неформальным» характером».

В этих случаях интервьюер должен преодолеть усталость (да, что делать, у него такая непростая профессия). Надо пойти навстречу собеседнику. К этому обязывает долг благодарности - на него только что честно работали. Следует помнить: интервью должно закончиться так, чтобы всегда можно было вернуться к этому человеку как к респонденту».

После обработки текст интервью целесообразно давать респондентам для уточнения. Это желательно как с этической точки зрения, так и с точки зрения уточнения полученной информации. Практика показывает, что иногда уточнения и дополнения респондентов бывают весьма существенными. Вот пример комментария респондента к своему собственному интервью:

Вопрос: «Вы ознакомились с текстом Вашего предыдущего интервью. Что Вы можете сказать по этому поводу?».

Ответ: «Да, я прочитал этот текст и могу отметить некоторое несоответствие тому, что я в действительности хотел сказать. Во-первых, это несоответствие связано с тем, что Ваши вопросы были для меня неожиданными, и я не всегда успевал продумать ответ. Во-вторых, я должен отметить в этом тексте некоторые «перегибы». По-видимому, они возникли из-за того, что я хотел показать, где и как возникают недостатки, поэтому и акцентировал свое внимание на той стороне деятельности, где этим недостаткам легче всего проявиться. Много в планировании материально-технического снабжения жестче и строже, чем это показано в тексте предыдущего интервью. Но общее впечатление таково, что в целом картина получилась верная, а искажения касаются лишь деталей».

Отметим, что, хотя респондент назвал недостатки предыдущего интервью лишь деталями, их подробный анализ составил еще одно интервью, по объему превышающее первое. Лишь после этого действительная картина функционирования материально-технического снабжения стала более или менее ясной.

Публикация текста интервью в печати должна стать предметом отдельного разговора с респондентом. Недопустимо публиковать интервью без разрешения, так как это в том или ином отношении может нанести ущерб респонденту. Иногда респонденты дают согласие на анонимную публикацию. В этом случае интервьюер вместе с респондентом должны вместе тщательно изучить текст, чтобы исключить из него те детали, которые могут способствовать «опознанию» респондента. Это очень важный и обязательный этап подготовки к публикации, поскольку многие детали, нейтральные и «невинные» с точки зрения интервьюера, в действительности могут привести к раскрытию личности респондента. Запрет респондента на публикацию ни при каких условиях не должен нарушаться.

Обработка материалов интервью

Проблема редактирования

Независимо от способа записи интервью, первым этапом его обработки является составление письменного текста (стенограммы) высказываний респондента. Опыт проведения обследований показывает, что магнитные записи и записи от руки, сделанные по ходу интервью, не могут быть использованы в качестве первичного материала для их осмысления и обработки. Работа с фонограммами или с неразборчивыми записями затруднена до такой степени, что становится практически невозможной. В связи с этим, дешевле, проще и результативнее затратить часть финансовых средств исследователя на изготовление отпечатанных на компьютере стенограмм.

Спорным является вопрос о целесообразности редактирования стенограмм интервью. Противники редактирования выдвигают общеизвестные аргументы, связанные с тем, что в процессе редактирования и <олитературивания> текста в него могут вноситься значительные искажения. В учебных пособиях по интервьюированию данная точка зрения преобладает. Практика, однако, порой показывает иное. Все известные нам научные работы, выполненные на основе метода глубокого интервьюирования, и содержащие в тексте фрагменты из интервью, показывают, что эти фрагменты были подвергнуты значительной литературной редакции. В качестве примера приведем два отрывка из интервью, опубликованные в книге Д.Гилберта и М.Малкея.

1. <Интервьюер: <Считаете ли Вы свое нынешнее исследование проверкой модели чередующихся участков или уточнением ее деталей?>.

Лимэн: <Вовсе нет. Возможно, мы получили дополнительные данные в пользу идеи чередующихся участков. Но в основном мы ставим целью просто исследовать каталитический участок, а не подвергнуть модель дальнейшей проверке>.

2. <Он упрямец. Он пытается приспособить данные, не укладывающиеся в его представления, и с этой целью выстраивает сложнейшие объяснения. Думаю, пора ему кончать с этим, ведь тут он, видимо, заблуждается. Не в том беда, что, сталкиваясь с фактами, которые противоречат его идеям, он пытается найти им объяснение. Это не так уж плохо, и я не за это его критикую. Беда, что его объяснения столь сложны, что впору отказаться от них и начать все сначала>.

Для каждого, кто занимался интервьюированием и расшифровкой стенограмм интервью очевидно, что перед нами образцы отредактированного текста. Устная речь, буквально перенесенная на бумагу, выглядит совершенно иначе: в ней много незаконченных фраз, неточно выраженных мыслей, различных оговорок, пропусков мыслей, междометий и т.п. Дословно записанные тексты интервью плохо читаются и трудны для восприятия. Для использования в отчетах и, тем более, для публикации в СМИ такие тексты, как правило, бывают абсолютно непригодны. Отметим здесь же, что вариант <нулевого редактирования> в определенном смысле просто нереализуем, поскольку превращение устной речи в письменную требует, как минимум, расстановки знаков препинания и абзацев, которые в устной речи как таковые отсутствуют.

По-видимому, наиболее приемлемым компромиссом между точками зрения сторонников и противников редактирования было бы сохранение в архиве организации всех трех вариантов интервью: устного (в виде фонограммы), письменного неотредактированного и письменного отредактированного.

Решение о редактировании текстов интервью должно быть принято исходя из двух групп факторов. Первая группа - это характер целей интервьюирования. Если тексты интервью предполагается давать для ознакомления определенному кругу лиц или публиковать, то это является аргументом в пользу их редактирования. Если же

исследователь хочет подвергнуть эти тексты количественной обработке методом контент-анализа, то их, пожалуй, лучше оставить такими, каковы они есть.

Вторая группа факторов зависит от направленности интервью и от специфики респондентов. Если предмет интервью таков, что вызывает у респондентов трудности в вербализации, то лучше, наверное, не рисковать и перенести текст на бумагу в виде неотредактированной стенограммы. Это связано с тем, что в таких интервью респонденты очень часто выражаются неясно или неточно. В этом случае действует правило: лучше оставить неясные куски текста такими, как они есть, чем необоснованно <прояснять> их в ходе редактирования. Существует, однако, и противоположный случай, когда респондент выражает свои мысли ясно и связно, и у исследователя не возникает сомнения в правильности их понимания. В случае, если интервью предназначено для прочтения другими людьми, редактирование текстов представляется вполне оправданным.

Поскольку вариант <нулевого редактирования> не требует каких-либо специальных методических приемов, дальнейшая часть данного параграфа будет посвящена описанию методических принципов <максимального> редактирования, т.е. принципов превращения устной речи в стилистически грамотную письменную речь. Указанные принципы не являются изобретением автора данной книги. Они заимствованы им из источников, хорошо известных журналистам и редакторам, но почти неизвестных социологам.

Стилистику часто путают с <олитературиванием>, <беллетризацией> и иными искажениями, которые вносятся при редактировании в исходные тексты. Такая трактовка имеет право на существование, если судить о стилистике по практической деятельности редакторов бывших советских и некоторых современных печатных изданий. На самом деле задачей стилистики является не внесение искажений, а их исправление благодаря более точному использованию имеющихся в языке средств выражения.

Ниже в данном параграфе будут рассмотрены три аспекта редактирования: 1) стилистическая обработка фраз и их сочетаний (своего рода <микроуровень> редактирования); 2) логический контроль; 3) формирование текстовой композиции (последнее может быть охарактеризовано как <макроуровень> редактирования).

Стилистическая обработка фраз. Специфика редактирования текстов интервью состоит в том, что исходные высказывания респондентов делаются в устной форме. Эти устные высказывания в результате редактирования должны превратиться в стилистически грамотную письменную речь.

Психологи и лингвисты различают понятия *внутренней, устной и письменной речи*, отмечая, что каждому из видов речи присущи свои особые закономерности. С точки зрения этой классификации процесс редактирования интервью - это процесс превращения устной речи в письменную. Однако для правильного понимания данного процесса следует отступить на шаг назад и обратиться к процессу интервьюирования, который для респондента означает превращение внутренней речи в устную. Устная речь становится, таким образом, своего рода промежуточным продуктом, сочетающим в себе элементы двух смежных видов речи. Внутренняя речь тождественна процессу молчаливого мышления человека. Она в какой-то мере напоминает бытовой диалог двух очень близких между собой людей. Внутренняя речь полна сокращенных и условных выражений, ясных только для того, кто ею пользуется. В бытовом диалоге то, о чем идет разговор, известно собеседникам с самого начала. Поэтому в ней многие элементы мыслей и предложений могут быть опущены, поскольку они и так ясны из контекста. В еще большей степени такие пропуски характерны для внутренней речи, в которой нет законченных фраз с подлежащим и сказуемым, а мелькают лишь отдельные, наиболее важные опорные слова, вбирающие в себя для мыслящего все необходимое содержание.

Существенная особенность внутренней речи заключается также в том, что слова в ней часто приобретают особый, расширительный смысл, связанный с опытом говорящего и его взглядами на жизнь. Как отмечает Л.Выготский, внутренняя речь очень часто протекает таким образом, что говорящий высказывает целые фразы, произнося про себя только одно подлежащее. К примеру, ожидая на трамвайной остановке и видя приближающийся трамвай, человек может отреагировать на это произнесением про себя короткого подлежащего <Б>, что в развернутой формулировке означало бы: <трамвай <Б>, который я ожидаю, чтобы туда-то поехать, наконец пришел>. Здесь необходимым и достаточным оказалось только подлежащее. Сказуемое и другие элементы предложения остались в уме, подобно тому, как школьник оставляет в уме при сложении переходящие за десяток остатки. Естественно, что передавая это <Б> в письменной речи, надо объяснить всю приведенную здесь ситуацию, воссоздать ее. Это требует от человека определенной работы, умственных усилий. Переход от внутренней речи к <внешней> всегда труден. Легче он происходит при переходе к устной, значительно труднее - при переходе к литературной письменной речи.

Устная речь, как было сказано, во многом напоминает внутреннюю, точнее, несет в себе заметные ее следы. В бытовой речи, особенно если говорят люди, близкие между собой, понимающие друг друга с полуслова, противоречие между словом и предметом снимается наличием окружающей обстановки (предмета разговора), а также близостью внутренней речи людей, имеющих сходный жизненный опыт и принадлежащих к одной субкультуре.

Письменная речь коренным образом отличается от разговорной. Отличия эти следующие: а) отсутствие общей для говорящих житейской обстановки и житейского опыта, облегчающих взаимное понимание; б) отсутствие помощи со стороны жестов, мимики, интонации. В письменной речи это должно быть компенсировано обогащением словаря, преимущественно за счет отвлеченных понятий, и усложнением синтаксиса.

Как указывается в учебниках по литературной стилистике, цель редактирования заключается в том, чтобы *добиться полного совпадения мысли и ее словесного выражения*. Словесное оформление мысли может быть, таким образом, точным или неточным. Неточности, отклонения в выражении мысли, вызванные неправильным ее <оформлением>, носят название стилистической ошибки. Работа, направленная на преодоление стилистических ошибок, или ошибок смысла, связана с сопоставлением трех элементов:

- а) самой мысли или изначального ее замысла, выраженного первоначально во внутренней речи автора;
- б) фактического словесного оформления этой мысли;
- в) нормативных требований языка, придающих высказываниям характер однозначности и способствующих тем самым осуществлению коммуникативных функций языка.

Нормативные требования или норма языка - это совокупность установившихся в данном обществе и в данную эпоху правил общественного пользования языком. Норма языка подпадает под дюркгеймовское определение социального факта. В этом смысле она существует объективно и обладает принудительной (обязательной) силой. Обязательность языковой нормы не исключает определенной ее вариативности, поскольку одна и та же мысль может быть выражена несколькими различными способами. Вместе с тем вариативность нормы не означает наличия произвола и анархии в языке, которые бы снизили или свели к нулю его коммуникативную функцию. Несмотря на некоторую неопределенность и вариативность языковой нормы, каждая мысль и каждое выражение могут быть

подвергнуты сопоставлению с нормой, в результате чего будут обнаружены правильность либо неправильность их словесного оформления.

В текстах отступления от языковой нормы часто бывают связаны с внутренней речью автора. При перестройке внутренней речи во внешнюю (устную или письменную) всегда остаются следы первой. Эти следы иногда бывают полезными, придающими мысли яркость и выразительность, но чаще вредными, затемняющими изложение. Иногда отступления от нормы делаются сознательно, например, для достижения юмористического эффекта. Если читателю ясна причина отступления от нормы, смысл высказывания будет им понят и понят правильно, если же нет, то, даже догадавшись о его смысле, читатель ощутит неправильность, неграмотность сказанного, потребность в корректировке построения фразы.

Выше было сказано, что устная речь ближе к внутренней, чем письменная. Это означает, что норма языка применительно к устной речи является более <либеральной>, т.е. допускает большее число отклонений, причем возникающие нарушения смысловой ясности компенсируются другими выразительными средствами, прежде всего мимикой, жестами, интонацией, наличием общего языкового контекста. С точки зрения критериев письменной речи переложенная на бумагу устная речь содержит в себе множество стилистических нарушений, затрудняющих ее понимание и восприятие.

При чтении легкость понимания текста является кажущейся. То, что хорошо тренированному читателю кажется почти не требующим умственных усилий, на самом деле - результат многообразных умственных операций, протекающих свернуто, а потому им не замечаемых. Текст, если он несложен, понимается как бы сам собой, но в действительности всегда в процессе мышления, сопутствующего чтению. В простых случаях этот процесс совершается автоматически, а в сложных вынуждает читателя рассуждать, проводить разного рода мысленные операции, без которых смысл текста остается механическим набором слов или словосочетаний. Понимание сообщений, содержащих в себе стилистические ошибки, требует иногда очень значительной работы, направленной на сопоставление отдельных фрагментов сообщения, анализ их логико-грамматических связей и проникновение в основную мысль сообщения. Неточность и иные смысловые ошибки сообщения компенсируются в этом случае мысленной работой читателя. При чрезмерно высокой концентрации стилистических недочетов сообщение делается непонятным, либо вследствие его полного смыслового распада, либо вследствие слишком высоких требований к концентрации внимания читающего, ведущих к быстрому утомлению.

В задачу данного раздела не входит подробный анализ и типологизация стилистических ошибок. Попыткам такой типологизации посвящена специальная литература. Ниже будут приведены лишь некоторые примеры стилистических ошибок, встречающихся в устной, а нередко и в письменной речи.

1. Неточное словоупотребление. Пример: <Во время войны многие дети потеряли родителей. Об одном таком МОМЕНТЕ я сейчас расскажу>. В этом примере слово <момент> употреблено в чуждом ему значении. Более точно мысль автора отразили бы слова: <эпизод>, <случай>.

2. Оговорки очень часто встречаются в устной речи. Часто оговорки связаны с использованием паронимов (слов близких по звучанию, но разных по значению). Другой тип оговорок - контаминации слов, своего рода словесные <гибриды>.

3. Тавтологии. Пример: <Молодая, почти юная молодежь>.

4. Нагромождение повторяющихся однокоренных слов (в устной речи языковая норма допускает такие повторы, но в письменной они являются стилистической ошибкой).

5. Слова, засоряющие речь: <вот>, <значит> и т.п., которые слишком часто употребляются в тексте как вводные слова.
6. Неоконченные мысли, оборванные фразы, иногда сопровождаемые высказыванием: <Ведь Вы меня понимаете?>.
7. Грамматические нарушения при построении фраз (ошибки в подчинении и управлении слов в предложении).
8. Ошибки, связанные с использованием местоимений. Во избежание путаницы местоимение может замещать только последнее в предложении существительное, однако в устной речи это правило постоянно нарушается.

Приведенный выше список может быть легко дополнен до нескольких десятков позиций, поскольку в данном вопросе рассматриваемая проблема смыкается с литературной стилистикой вообще. В связи с этим за более обстоятельным перечнем видов стилистических ошибок мы отсылаем читателя к специальным источникам.

Наряду с исправлением смысловых и стилистических ошибок процесс редактирования стенограмм интервью включает в себя регулирование степени напряженности изложения. По аналогии с математикой можно сказать, что напряженность изложения может выражаться положительной или отрицательной величиной. В первом случае речь идет о словесной избыточности сообщения, о наличии в нем прямых и косвенных повторов, а также лишних, затрудняющих понимание слов. Такое явление иногда встречается в устной речи. Порой оно даже является характерным свойством некоторых респондентов. Свойство словесной избыточности устных сообщений не представляет для нас значительного интереса, во-первых, потому, что оно легко поддается исправлению и, во-вторых, потому, что встречается оно редко по сравнению с постоянно присущей устной речи словесной недостаточностью[15].

Текст, страдающий словесной избыточностью, не создает трудностей для понимания, хотя и может вызвать ощущение утомления, скуки и т.п. Сталкиваясь с таким текстом, читатель учится мысленно пропускать повторы и <лишние> слова, оставляя в сознании основной смысл прочитанного. Иная, намного более трудная задача стоит перед читателем текста со словесной недостаточностью, поскольку в этом случае ему необходимо мысленно восстановить пропущенные, но подразумеваемые слова и мысли. Учитывая, что такая работа требует определенного умственного напряжения, словесно недостаточные тексты называются напряженными[16].

Источником высокой напряженности текстов интервью является наличие в них следов внутренней и устной речи. Естественно, что внутренней речи свойственна высокая напряженность (словесная недостаточность), поскольку каждое слово несет в себе большую информацию, почти каждое слово является предложением. Высокая напряженность сохраняется и в устной речи. Респондент, всегда имеющий <в уме> многое из того, что неизвестно интервьюеру и последующему читателю, часто не в состоянии поставить себя на их место, учесть особенности их восприятия.

Высокое напряжение в тексте, в частности, создают слова с богатым понятийным содержанием (полисемантические либо с большим логическим объемом); не выраженные словами синтаксические связи (бессоюзные); подразумеваемые мысли, не оформленные в предложения и оставшиеся, так сказать, между строк, и т.д.

В письменной речи высокая напряженность стенограмм интервью должна быть снижена до нормальной за счет ликвидации пропусков слов, логических звеньев, подразумеваемых мыслей и т.д. Это выдвигает редакционное требование, кажущееся парадоксальным: не сокращать, а *дописывать* текст, не уменьшать, а увеличивать его объем[17]. Разумеется, увеличение объема текста, т.е. дописывание, ни в коем случае не означает его <олитературивания>, включения в

него каких-то мыслей <от себя>. Речь идет лишь о переводе (ретрансляции) устной речи в письменную в соответствии с существующей применительно к последней языковой нормой. Ретрансляция устной речи в письменную должна идти с помощью языковых средств респондента, иными словами, на основе его собственного словаря.

Приведем текст инструкции, используемой в лаборатории социологии ИНП РАН для внештатных обработчиков магнитных лент.

1. Запрещается что-либо сокращать в высказываниях опрашиваемых. Обработчики должны иметь в виду, что в целях контроля все пленки будут прослушиваться и сверяться с письменным текстом. В случае обнаружения даже незначительных сокращений выполненная работа оплачиваться не будет.

2. В ходе переписывания магнитных записей на бумагу текст должен редактироваться с целью исправления стилистических неточностей, свойственных устной речи. В частности, пропущенные, но необходимые по смыслу слова и элементы фраз должны дописываться. Неправильно построенные предложения должны исправляться в соответствии с правилами грамматики. Во всех случаях следует стремиться к тому, чтобы придать высказываниям опрашиваемого наиболее ясную форму (но без фантазерства и добавлений от себя). Непонятные обработчику высказывания следует записывать дословно.

3. Обработчик должен расставлять в тексте знаки препинания и разбивать его на абзацы в соответствии со смыслом высказываний опрашиваемого и правилами грамматики.

4. Писать следует крупными буквами, оставляя широкие интервалы между строками (это необходимо для последующего редактирования). Разрешается печатать текст через два интервала между строками.

5. Запрещается использовать сокращения слов. Все слова должны быть написаны полностью.

6. Перед вопросами интервьюера должно писаться слово <Вопрос> с двоеточием. Перед ответами опрашиваемого аналогично следует писать слово <Ответ>.

Особым случаем высокой напряженности текста является отсутствие в нем ряда служебных слов, сочетаемое с хаотичной подачей материала. В интервью это свойство часто проявляют люди с экспрессивной натурой, говорящие быстро и эмоционально.

Работая с такими текстами, редактор вынужден докапываться до исходного смысла высказываний, устанавливать внутренние логические связи между отдельными фразами, добиваться такого расположения материала, чтобы каждая фраза опиралась на предыдущую и служила основанием для последующих, иными словами, была вмонтирована в контекст. Часто при этом приходится прибегать к использованию некоторых служебных слов, таких как: <прежде всего>, <далее>, <затем>, <наконец>, <во-первых>, <во-вторых>, <в-третьих>, <далее рассмотрим>, <проиллюстрируем эту мысль>, <коснемся такого вопроса>, <таким образом>, <итак>, <следовательно> и тому подобных, позволяющих придать материалу четкость и стройность. Один из важных принципов редактирования - это выявление соподчиненности, связи, соотношения смысловых групп текста и фиксация этих отношений с помощью вышеназванных служебных слов и иных стилистических средств, имеющихся в распоряжении редактора.

Важным стилистическим средством, позволяющим повысить степень коммуникационной доступности текста, является разбивка его на абзацы. Абзац есть своеобразный сигнал, говорящий о начале новой мысли. Для абзаца, в отличие от предложения или группы предложений, характерны единая тема, логическая целостность. Абзац есть стилистическая и логическая единица текста, рассчитанная на последовательное восприятие слушателем или читателем всего сообщения по

определенному плану. Границами между абзацами в устной речи являются удлиненные паузы. Абзац или красную строку следует считать своего рода знаком препинания, <углубляющим> предшествующую точку и открывающим новый ход мысли.

Логический контроль. Вопрос логического контроля высказываний респондента был подробно рассмотрен выше в разделе <Контроль над темой>. Принципы логического контроля в ходе интервью и в процессе последующего его редактирования одни и те же. Интервьюирование в этом смысле можно охарактеризовать как <редактирование> в процессе устной беседы. Чем более эффективен был логический контроль в процессе интервью, тем меньше логических ошибок будет зафиксировано в ходе редактирования.

Вслед за В.Свинцовым подчеркнем, что логическая ошибка не тождественна фактической. При фактической ошибке мы имеем дело просто с ложным утверждением, а при логической - с принципиально ложной смысловой конструкцией. Хотя о логических ошибках написана обширная литература, применительно к проблеме редактирования текстов это понятие проработано недостаточно. Как отмечает упомянутый автор, это в определенной мере объясняется особенностями развития логики в период ее <математизации>. Понятие логической ошибки в математической логике как бы снимается изучением строгих схем идеализированного мышления. Однако при анализе устной и письменной речи редактор сталкивается с огромным слоем ошибок семантического характера. Применительно к ним более подходящей представляется позиция традиционной логики, с точки зрения которой под характеристику логических ошибок попадают случаи нечеткого словоупотребления, неправильного использования родовидовых отношений, неправомерные плеонастические конструкции и многое другое. Поэтому в данном случае мы будем исходить из достаточно широкого понимания логических ошибок, в принципе совпадающего с тем, что обычно имеют в виду, говоря об ошибках смысла.

С точки зрения редактора логические ошибки можно разделить на три вида.

1. Ошибки, исправление которых не требует повторного обращения к респонденту, так как смысл его высказываний достаточно ясен из контекста. Ошибки такого рода исправляются редактором самостоятельно. Подобных ошибок в устной речи бывает довольно много, и их исправление не следует рассматривать как искажение или <беллетризацию> текста.

2. Ошибки, разъяснение которых требует обращения к респонденту. Такие ошибки и противоречия также встречаются в интервью. Иногда поправки респондента при предъявлении ему этих ошибок бывают краткими. Причиной таких ошибок может быть просто неточное выражение. В других случаях разъяснения респондента могут составить новое интервью, поскольку <снятие> ошибки или противоречия может потребовать раскрытия новой обширной темы.

3. Ошибки и противоречия, имманентно присущие мышлению респондента. Эти ошибки при редактировании не подлежат <снятию> или исправлению, и должны быть оставлены в тексте как есть. Противоречиям такого рода должна быть дана содержательная психологическая или социологическая трактовка. Хорошие примеры противоречий этого типа имеются в книге Д.Гилберта и М.Малкея. Вот один из их комментариев: <Говоря, что <если ваша цель - представлять саму науку, тогда не остается места для эмоций>, Спендер (ученый-биохимик - С.Б.) как будто игнорирует произнесенные им слова об ученых, которые <видят то, что хотят увидеть>, и затем лишь задним числом создают подходящие, лишённые эмоций версии своих действий. Мы вправе заключить, что интерпретационные неувязки в рассуждениях наших собеседников вытекают из социально обусловленного

использования ими для описания научной деятельности двух формально несовместимых интерпретационных репертуаров».

Формирование текстовой композиции. Под композицией понимается построение литературного, научного или иного произведения, объединяющее все его элементы в единое целое. Организующим принципом построения композиции является то или иное логическое основание. К примеру, композиция классического литературного произведения включает в себя следующие составные части: завязка, развитие, кульминация, развязка. Автобиографии (написанные или выполненные в форме интервью) включают в себя описание детства, отрочества, юности, молодости, зрелого возраста, старости. Могут быть приведены и другие способы построения композиций.

Ответ на вопрос, должно ли интервью иметь четкую логическую композицию, с нашей точки зрения, будет таким: не всегда, но во многих случаях это целесообразно. Наличие композиции облегчает задачу всех ролевых <актеров> процесса интервьюирования: интервьюера, респондента и последующего читателя. Построение композиции начинается на этапе построения вопросника. Логично построенный вопросник, как правило, облегчает респонденту задачу организации своих мыслей. Однако логика вопросника может не совпасть с логикой респондента. В этом случае интервьюер должен отбросить заранее подготовленную последовательность и предоставить респонденту возможность раскрыть тему, следуя своей собственной логике, которая нумеруется в адекватном ей композиционном оформлении.

Следующий этап построения композиции - это собственно процесс интервьюирования. Выше говорилось, что в определенном смысле интервьюирование является как бы <редактированием> текста непосредственно в ходе беседы. Преимущество глубокого интервью перед другими методами социологического исследования заключается в том, что оно позволяет получить целостное, систематическое описание представлений или взглядов респондента по изучаемому вопросу. Однако работа по систематическому изложению своих представлений дается респонденту нелегко. Каждый, кому доводилось писать статьи или книги, знает, что одна из самых трудных проблем - это систематизация отдельных фрагментов, формирование из них логично построенного произведения. С подобной проблемой сталкивается и респондент, желающий изложить интервьюеру свои представления. Он часто не знает, с чего начать и в какой последовательности излагать свои мысли. В его сознании могут конкурировать разные типы последовательностей, в результате чего изложение мыслей становится хаотичным. В связи с этим одна из важных функций интервьюера - помочь респонденту выстроить свои мысли в определенную систему. Эта помощь ни в коей мере не равнозначна постановке наводящих вопросов, разного рода подсказкам и иным искажающим воздействиям. Интервьюер должен помочь респонденту оформить и систематизировать мысли, не внося в них при этом никаких искажений. Это достигается в первую очередь расчленением тем в случае их перемешивания, доведением каждой темы до ее логического конца, напоминаниями о необходимости продолжения тем, ранее по какой-либо причине оборванных, просьбами об освещении новых тем, которые важны с точки зрения формирования композиционного целого.

Если вопросник был хорошо подготовлен, если интервью провел опытный интервьюер и если ему попался логично мыслящий, хорошо владеющий навыками стилистически правильной речи респондент, текст интервью может потребовать лишь незначительной редакции. К сожалению, так бывает не всегда. Часто случается, что респондент излагает свои мысли фрагментарно, переходя от одной темы к другой, а затем вновь возвращаясь к первой. Фрагменты одной и той же темы

с частичными повторами оказываются разнесенными в разные части текста. В этом случае перед редактором возникнет вопрос: следует ли собирать эти фрагменты воедино, устраняя при этом повторы? Наша (возможно, небесспорная) точка зрения заключается в том, что такая операция правомочна. Если интервью предназначено для прочтения другими людьми, то следует иметь в виду, что хаотично построенный текст труден для восприятия. Потенциальный читатель вовсе не обязательно должен иметь сильную мотивацию к чтению. Нередко просьба о прочтении интервью исходит от самого исследователя, который заинтересован в получении мнений о нем других респондентов или своих коллег (экспертов). Если исследователь просит коллег о прочтении текста, он должен максимально пойти навстречу читателю и облегчить ему процесс восприятия. Те же аргументы действуют в том случае, если текст интервью предназначен для публикации. Ни одно уважающее себя издание не станет публиковать на своих страницах неотредактированные тексты. Другой вопрос, что процесс редактирования следует осуществлять под контролем исследователя, поскольку редакторы-журналисты, не зная критериев релевантности, могут неосознанно <подгонять> текст под свои ассоциативные связи.

Если интервью имеет большой объем (несколько десятков или сотен страниц), уместно поставить вопрос о разбивке его на части и создании оглавления. Если интервью удалось провести строго по заранее составленному вопроснику, то главами и параграфами оглавления станут соответственно темы и подтемы вопросника. Если композиция интервью была изменена респондентом, который <не согласился> с предложенной ему логической схемой, названия заголовков следует формировать, исходя из смысла соответствующих частей текста. Разбивая текст интервью на главы или параграфы и снабжая их заголовками, следует обязательно указать в предисловии, что эта работа сделана исследователем, а не самим респондентом. Прочие рекомендации по формированию оглавления смотрите в книге А.Мильчина <Методика редактирования текстов>, в разделе <Рубрикация>.

Завершая параграф о редактировании, отметим, что навыки устной речи, умение говорить хорошо развито во всех слоях российского общества, включая и малообразованные. Знаменитое <народ безмолвствует> применительно к интервьюированию абсолютно не соответствует действительности. Если вопрос понятен и если он заинтересовал респондентов, они начинают говорить ярко и образно, порой удивляя исследователя точностью и выразительностью своих формулировок. Хороший интервьюер умеет видеть и ценить те качества, которыми обладает <великая и могучая> устная речь. Редакционная правка должна не нивелировать, а сохранять и даже подчеркивать стилистические находки респондентов, которые в некоторых интервью встречаются прямо-таки в изобилии. Именно это мы отчасти имели в виду, говоря о необходимости сохранения в ходе редактирования языковых особенностей респондента. Яркие средства выражения, найденные респондентом, облегчают коммуникационную доступность текста, способствуют хорошему его усвоению и запоминанию читателем. В связи с этим все они, подобно блесткам золотого песка, должны быть бережно сохранены.

Отредактированные тексты интервью необходимо дать респондентам, являющимся их авторами, для прочтения, поскольку переписчик или редактор могли невольно внести в текст искажения. Замечания и комментарии опрашиваемых должны быть внесены в текст при его окончательном редактировании.

Осмысление результатов

При анкетных опросах или формализованных интервью вслед за этапом сбора эмпирической информации следует этап количественной ее обработки, который включает в себя подсчет процентных соотношений, вычисление коэффициентов корреляции и иных цифровых показателей. При проведении глубоких неформализованных интервью подобная количественная обработка в принципе

является возможной, но, с нашей точки зрения, не всегда нужной. Теоретически существуют две возможности для количественной обработки глубоких интервью. Первая - это включение в него некоторых стандартизированных вопросов. При объеме выборки около 100 человек основные количественные пропорции становятся уже видны. Вторая возможность заключается в проведении контент-анализа текстов. Методика контент-анализа описана в специальных источниках [64; 119; 124], к которым мы и отсылаем, отметив их высокое качество. Третья возможность выходит за рамки собственно глубокого интервью и заключается в том, что выявленные с их помощью типологические переменные операционализируются и измеряются с помощью формализованных опросов, статистики и других ко-личественных методов. Не отрицая, что использование количественных методов может дать существенные научные приращения к выработанным на качественном уровне представлениям, отметим, однако, что использование в научной работе текстов глубоких интервью должно характеризоваться не столько термином <обработка>, сколько термином <осмысление>, который и вынесен в заголовок параграфа. Под осмыслением в данном случае понимается концептуализация исходного эмпирического материала, формирование на его основе концептуальных представлений. Ниже будут описаны некоторые методы, которые помогают процессу концептуализации. Эти методы могут сочетаться с количественной обработкой материалов, но сами по себе не являются количественными.

Опишем основные методы интерпретации текстов глубоких интервью, опираясь на классификацию Я.Щепаньского (эта тема может быть дополнена описанием, содержащимся в книге <Метод фокус-групп>).

1. *Конструирующий метод*. Он заключается в том, что исследователь прорабатывает возможно большее число автобиографий под углом зрения изучаемой им проблемы. Читая автобиографии, социолог дает им определенную интерпретацию, исходя из какой-либо общей социологической теории. Элементы автобиографических описаний становятся для него <кирпичами>, из которых он конструирует картину исследуемых явлений. Понятийный аппарат, с помощью которого осуществляется такое конструирование, берется в основном из общесоциологического понятийного словаря. Автобиографии дают факты для построения общей картины, которые связываются друг с другом согласно следствиям или гипотезам, вытекающим из общей теории. Содержащиеся в биографиях описания могут также служить средством для выдвижения новых гипотез. В данном методе большую роль играет интуиция исследователя, а также его чутье в отношении факторов, которые значимы для исследуемых явлений. Поэтому и картина, нарисованная исследователем, может оказаться малосодержательной, если его способности или квалификация окажутся недостаточными для проведения такой работы.

2. *Метод примеров*. Этот метод представляет собой разновидность предыдущего. Он состоит в иллюстрировании и подтверждении определенных тезисов или гипотез выбранными из автобиографий примерами. Гипотезы могут возникать, в частности, в ходе чтения какой-либо одной автобиографии. Применяя метод иллюстраций, исследователь ищет в них подтверждения своих идей. Доказательная сила специально подобранных примеров, по мнению Я.Щепаньского, невелика, но сформированная таким образом концепция может быть справедливой.

3. *Типологический анализ*. Он состоит в выявлении определенных типов личностей, поведения, схем и образцов жизни в исследуемых социальных группах. Для этого автобиографический материал подвергается определенной каталогизации и классификации, обычно с помощью теоретических понятий, причем все богатство описанной в биографиях действительности редуцируется до нескольких типов. Так, например, описанные Знанецким (1934 г.) типы личности являются результатом

работы по такой методике. Многие социологи полагают, что именно конструирование типов является наиболее важным научным результатом, который дают нам автобиографии.

4. *Контент-анализ*. Этот метод анализа был разработан для исследования прессы, но он может быть применен и к автобиографиям. Зачатки такого анализа применительно к личным документам можно найти в работе польского социолога В.Грабского (1936), который стремился количественно определить значимые для него факторы при изучении проблем жизни деревни. К сожалению, отмечает Я.Щепаньский, метод контент-анализа начал интенсивно развиваться как раз в тот период, когда интерес к личным документам стал падать.

5. *Статистическая обработка*. Этот вид анализа направлен на установление зависимости различных характеристик авторов автобиографий и их позиций и устремлений, а также зависимости этих характеристик от различных свойств социальных групп (Б.Завадский и П.Лазарсфельд, 1935). Если в распоряжении исследователя имеется несколько сотен автобиографий, полученных из одного и того же (более или менее однородного) социального слоя, то возможности такого статистического анализа достаточно велики. Статистические методы дают возможность отчасти элиминировать субъективные и интуитивные склонности социолога, который интерпретирует эти автобиографии. Кроме того, эти методы дают возможность выявить определенные зависимости. Такие замеры полезны, в частности, в тех случаях, когда исследователь сопоставляет результаты изучения автобиографий с результатами, полученными другими методами.

В заключение следует указать, что хотя сбор информации методом глубоких интервью никогда не сможет принять характер репрезентативного исследования, подборки таких документов всегда будут важной составной частью социологических и социально-психологических полевых исследований. Одновременно они всегда будут ценным материалом для преподавания социологии, поскольку чтение подобных материалов погружает обучающихся в атмосферу различных социологических измерений и позволяет им в максимальном приближении к действительности воспринимать конкретные человеческие устремления.

ГЛАВА 4. ПРИНЦИПЫ ФОКУСИРОВКИ ИНТЕРВЬЮ

Как уже говорилось, описанные выше методические приемы ведения интервью образуют так называемую базовую методику, то есть усредненный <мягкий> тип интервьюирования. Это связано с тем, что методика проведения различных видов интервью имеет много общих черт. В этой главе речь пойдет о методических различиях и об их типологизации.

Хотя интервью широко используется в социологической практике и имеет давнюю традицию применения, общая теория интервьюирования до настоящего времени не создана (с этим согласны все исследователи). Тем не менее, опираясь на накопленный мировой практикой опыт, можно сказать, на какие вопросы должна отвечать такая теория. Наряду с проработкой некоторых вспомогательных проблем (например, установления контакта с респондентами) главной задачей такой теории должна стать разработка типологии исследовательских проблем и <привязка> к этой типологии адекватных им исследовательских методов и их модификаций. Сходную точку зрения высказывает О.Маслова, которая отмечает, что в правилах проведения опроса как бы закодированы те познавательные задачи, для решения которых они могут быть использованы. Разработанные наукой разновидности методик опроса представляют собой примеры адаптации данного метода к специфике различных исследовательских задач. Указанные задачи и используемые для их решения методы часто настолько различаются, что необоснованный перенос методических,

организационных и технических правил их проведения из одной сферы в другую порождает нелепые, комические, а порой и стрессовые ситуации, обесмысливая при этом результат исследования. Сказанное относится, в частности, и к группе неформализованных методов опроса, методические принципы проведения которых, как отмечалось, проработаны слабее, чем формализованных.

Разработка типологии методов интервьюирования в зависимости от типов исследуемых задач может быть осуществлена посредством сравнительного анализа большого числа конкретных социальных исследований. Поскольку систематическая работа в этом направлении до настоящего времени не проводилась, ниже мы ограничимся описанием лишь двух типов фокусировки неформализованного интервью: на эмоциональных реакциях респондентов и на содержащихся в их сознании когнитивных структурах. Обе эти крупные сферы должны быть, по-видимому, представлены не одной, а многими методическими модификациями, но разработка, разграничение и создание классификационной системы таких модификаций еще ждут своего исследователя.

Фокусировка на эмоциональных реакциях

Автор настоящей книги практически не имел личного опыта исследовательской работы в сфере изучения эмоциональных реакций, поэтому этот вопрос будет изложен на основе литературных источников, главным образом по упомянутой выше книге Р.Мертон, П.Фиске и П.Кендалл. Следует подчеркнуть, что в данном разделе не ставится задача изложения содержания указанной книги[18]. Описанный в ней тип фокусированного интервью характеризуется здесь лишь с целью последующего сравнения с другими типами.

В начале книги Р.Мертон и соавторы приводят несколько примеров, в которых применение фокусированного интервью могло бы обладать высокой исследовательской эффективностью. Эти примеры таковы.

1. Исследование Розенталем[19] воздействия <прорадикальной> кинопропаганды на социоэкономические установки студентов колледжа дало пример расхождения между ожидаемым и действительным воздействиями. Фильм носил пропагандистский характер, и его авторы ожидали, что после его просмотра число лиц, поддерживающих радикальные взгляды, увеличится. Действительный эффект оказался прямо противоположным. Процент зрителей, согласившихся с утверждением, что <радикалы являются врагами общества> после просмотра фильма вырос. Как обычно бывает в ситуации, когда получаются ка-жущиеся парадоксальными результаты, последовало <объяснение>: <Этот отрицательный эффект пропаганды возможно связан с большим количеством сцен с ораторами-радикалами, маршами и демонстрациями>. Очевидно, что такая интерпретация является не более чем предположением, которое можно изучить, подправить и развить при помощи фокусированного интервью. Такие интервью показали бы, как аудитория на самом деле реагировала на ораторов, марши и демонстрации. Предположение авторов получило бы характер гипотезы и было бы либо подтверждено, либо опровергнуто.

2. Похожий эксперимент был проведен Петерсоном и Терстоном, которые обнаружили неожиданно малые изменения в установках старших школьников, просмотревших пацифистский фильм. Исследователи сделали вывод, что фильм, возможно, оказался слишком сложным для старшеклассников. Этот вывод мог быть более убедительным, а с другой стороны, могли бы появиться совершенно другие гипотезы, если бы было проведено фокусированное интервью. Как дети поняли фильм? На что они реагировали в первую очередь? Что значит слово <сложный> в

понимании авторов? Ответы на эти и подобные вопросы дали бы информацию, необходимую для интерпретации неожиданных результатов.

3. Гонселл провел остроумный эксперимент по <стимулированию голосования>, в котором экспериментальным группам двенадцати районов Чикаго были разосланы <индивидуальные беспристрастные призывы пройти регистрацию и проголосовать>. Приблизительно эквивалентные контрольные группы не получили таких призывов. Оказалось, что в целом в экспериментальных группах процент зарегистрировавшихся и проголосовавших был значительно выше. Но что демонстрирует этот результат? Оказали на него влияние беспристрастный характер проспекта, ясные инструкции, которые он содержал, особые символы и обращения, использованные в тексте или что-то еще? Пользуясь высказыванием самого Гонселла, необходимо определить, что явилось стимулом, заслуживающим особого внимания и изучения?

В том же исследовании Гонселла были зарегистрированы и отдельные <отклоняющиеся случаи>. Было обнаружено, что в целом большее число граждан зарегистрировалось и проголосовало в ответ на извещение призывного характера, содержащее рисунок-карикатуру и несколько лозунгов, чем на информационное извещение, в котором уделялось внимание правилам голосования.

Но был и ряд исключений, которые привели к появлению гипотез по этому поводу. В избирательном районе с преимущественно немецким населением информационные извещения возымели больший эффект, чем <рисованные>, что заставило Гонселла предположить, что слово (уклоняющийся от призыва) на рисунке вызвало воспоминания о войне и помешало поднять интерес к голосованию. Сходные эффекты имели место в итальянском и чешском кварталах. Но Гонселл дал им иные объяснения. Во всех этих случаях, не имея дополнительной информации, исследователь оказался вовлеченным в генерирование собственных предположений вместо того, чтобы получить экспериментально подтвержденные выводы на основе сообщений интервьюируемых о личном опыте.

Перечисленное выше можно дополнить и примером из отечественной практики. Так, вплоть до 1990 г. социологические опросы, проводившиеся различными организациями, показывали устойчивый положительный рейтинг КПСС, несмотря на то, что значительное большинство опрошенных выражало недовольство практически всеми аспектами социально-экономической жизни, а удельный вес лиц, веривших в возможность построения коммунизма, составлял не более 8%. Для объяснения этого противоречия российский социолог Л.Бызов выдвинул гипотезу, что большинство населения отождествляет с КПСС свое стремление к социальной и экономической стабильности. Как гипотеза такое предположение правомерно, но не более чем другие гипотезы. Проведение глубоких фокусированных интервью могло бы внести ясность в этот вопрос, который доныне так и не получил (и, видимо, уже не получит) эмпирически обоснованного объяснения.

Во всех перечисленных выше примерах ссылка на необходимость проведения фокусированных интервью обосновывается необходимостью получения информации об эмоциональных реакциях респондента. При этом речь идет не об информации, которая требует дополнительных интерпретаций со стороны исследователя, а о получении самих этих интерпретаций от респондентов. Недостаточно узнать, как это бывает в случаях использования анкет с закрытыми вопросами, что респондент расценивает ту или иную ситуацию как <неприятную>, <тревожную>, <воодушевляющую> и т.д. Такие формулировки служат обобщающими суждениями, за которыми может скрываться масса интерпретаций. Цель состоит в том, чтобы более точно выяснить, что означает в исследуемом контексте слово <неприятный>, какие конкретно чувства испытывал респондент, и какие личные ассоциации у него возникали.

Р.Мертон и соавторы указывают, что в сфере изучения эмоциональных реакций существует как минимум четыре направления эффективного использования метода фокусированного интервью:

- а) определение эффективных стимулов (рекламы, пропаганды и т.п.);
- б) интерпретация расхождений между ожидаемыми и реальными результатами воздействия;
- в) интерпретация расхождений между преобладающим типом реакции и несовпадающими с ним типами реакций в отдельных специфичных подгруппах;
- г) интерпретация процессов, происходящих в экспериментальных ситуациях.

Добавим от себя, что практика фокусированных интервью, сконцентрированных на изучении эмоциональных реакций, позволила бы резко поднять качество социологической информации, получаемой в ходе опросов общественного мнения, поскольку очень многие получаемые в таких опросах результаты практически не находят адекватных трактовок.

Важной особенностью разработанной Р.Мертоном и соавторами методики является требование воссоздания перед респондентом исследуемых элементов стимульной ситуации. Это воссоздание может осуществляться буквально, т.е. в виде повторного показа кинофильма или отдельных его кадров, либо, к примеру, в виде показа виденной ранее респондентом листовки или рекламного изображения. Если такой показ невозможен или затруднен, авторы считают приемлемой вторую возможность, а именно - воспоминание интервьюера, который должен быть знаком с исходной стимульной ситуацией, - причем на основе такого знакомства разрабатывается специальный вопросник, которому и следует интервьюер.

Авторы не дают каких-либо рекомендаций на тот случай, если изучаемая стимульная ситуация невозпроизводима, ограничиваясь указанием, что, если сообщение респондента основывается лишь на его собственных воспоминаниях, то вполне вероятно, что степень детализации этих воспоминаний будет неодинаковой: в каких-то местах информация будет более скудной, а в других более обширной. В другом месте авторами указывается, что воспоминания о пережитых чувствах представляют собой искаженное отражение чувств, переживаемых в момент участия в стимульной ситуации. Возврат к элементам стимульной ситуации, если не полностью, то в значительной мере способствует снятию таких искажений. Это достигается тем, что интервьюируемый припоминает свои непосредственные прежние реакции, а не занимается их переосмыслением и выдачей своих теперешних реакций.

Комментируя данный методический принцип, мы можем сказать, что поддерживаем тезис о необходимости прямого возврата к значимым элементам стимульной ситуации во всех случаях, когда это возможно. При известной изобретательности границы применимости этого принципа могут быть весьма широкими. Вместе с тем, существуют ситуации, вызывающие в психике людей сильные эмоциональные переживания, но принципиально невозпроизводимые. К их числу относятся, например, различные бытовые конфликты, которые обычно не фиксируются на аудио- или видеоносителях. Социолог обычно лишен возможности лично присутствовать на всех стадиях этого процесса. В этих случаях, вероятно, следует по памяти респондентов восстановить хронологический ряд событий, вычленив из них ключевые моменты и задавая затем вопросы типа: <Что Вы чувствовали до того, во время того, после того?>. Выявление эмоционально значимых элементов, концентрация на них внимания респондента и постоянные просьбы воссоздать в себе те чувства, которые респонденты тогда испытывали, могут хотя бы отчасти заменить непосредственный возврат к стимульной ситуации в тех случаях, когда такой возврат неосуществим.

В качестве примера исследования, основанного исключительно на мысленном возврате респондентов к стимульной ситуации, приведем известное исследование американского социолога Ф.Херцберга, посвященное анализу трудовых мотиваций. В ходе интервью Ф.Херцберг и его сотрудники задавали респондентам два простых вопроса: <Припомните, при каких обстоятельствах Вам случалось переживать на работе исключительный моральный подъем и при каких - моральный упадок?>. После припоминания респондентами таких ситуаций интервью строилось на конкретизации элементов указанных обстоятельств и на чувствах, переживавшихся ими.

Обобщая опыт описанных выше двух исследований (Р.Мертон и Ф.Херцберга), отметим их общую методическую черту, которая может быть охарактеризована как <двухступенчатое фокусирование>: сначала выявляются элементы стимульной ситуации, значимые (или предположительно значимые) для респондента, а затем фокус интервью направляется на изучение его переживаний. Необходимость использования двухступенчатой фокусировки отражает свойства предмета исследования, а именно эмоций и аффектов, которые часто содержатся в психике в латентной, неосознаваемой форме, и актуализуются лишь в момент переживания ситуации (хотя бы повторно предъявленной или ретроспективно вызванной в памяти). Несоблюдение принципа <двухступенчатости>, т.е. ретроспективная беседа о событиях и о чувствах в целом, делает ответы респондентов более общими и менее содержательными. Кроме того, как указывают психологи, анализ нерасчлененной ситуации активизирует действие механизмов психологической защиты и способствует замещению непосредственных реакций позднейшими психологическими наслоениями.

Фокусировка на когнитивных структурах

В отличие от интервью, сфокусированных на эмоциональных реакциях респондентов, методические принципы которых за неимением личного опыта заимствованы нами из зарубежной литературы, принципы ведения интервью, сфокусированных на знаниях, представляют собой собственную разработку автора данной книги, основанную на обобщении его практического опыта. Работая в социологии с 1976 г., автор уже в самом начале своей исследовательской деятельности, наряду с анкетными опросами, широко использовал метод фокусированного интервью, следуя в этом совету своего научного руководителя Валентины Федоровны Чесноковой. Основная сфера, в которой довелось работать автору до начала 90-х годов - это социология промышленных предприятий, в более широком плане - экономическая социология. Результаты конкретных исследований были опубликованы в книге <Факторы эффективности управленческого труда в промышленности> и в ряде статей. В методических целях были опубликованы также тексты самих интервью в виде сборников под общим названием <Производственные интервью>. В 1988 г. совместно с С.Марзеевой автором было проведено исследование армейской <дедовщины>, результаты которого были опубликованы в сборнике <Дедовщина в армии>, а также в журнальной статье.

В данном разделе автор не ставит своей целью изложить результаты, которые описаны в перечисленных выше источниках. Подобно Р.Мертону и его соавторам, наша цель состоит в описании методического опыта, накопленного в ходе указанных исследований. В связи с тем, что предметная направленность наших исследований сильно отличалась от направленности исследований Р.Мертон и его коллег, методические принципы ведения интервью также оказались существенно иными.

Структура обыденного сознания

Методика интервью, сфокусированного на эмоциональных реакциях, учитывает тот факт, что эти реакции обычно пребывают за пределами сознания, и для их изучения должен быть найден способ их актуализации. В противоположность этому изучение выработанных сознанием когнитивных структур не ставит задачи их актуализации, но зато выдвигает проблему их поиска и развертывания.

Социолог, ориентированный на изучение тех или иных элементов сознания респондента, обычно имеет дело с так называемым обыденным сознанием (исключения составляют определенные разновидности экспертных опросов, о которых будет сказано ниже). В соответствии с определением, имеющимся в социологическом словаре, «обыденное сознание совпадает со спонтанными, непрофессиональными, базирующимися исключительно на непосредственном опыте практической деятельности людей способами освоения мира. Имея дело с будничными, привычными, изо дня в день повторяющимися отношениями между вещами и людьми, ближайшим образом связанное с практикой, и, следовательно, обладающее возможностью постоянно проверять свою эффективность, обыденное сознание может обладать значительной познавательной ценностью».

Как любой сложный объект, обыденное сознание обладает определенной структурой, включая в себя элементы, существенно различающиеся по своим свойствам и происхождению. При этом, в зависимости от того, на каких элементах обыденного сознания фокусируется интервью, должны меняться и принципы его фокусировки (сохраняется упомянутый выше принцип отражения в методике свойств объекта и характера познавательных задач). В связи с этим описание методических принципов фокусировки должно быть предварено описанием структуры обыденного сознания. Предлагаемое нами описание не является единственно возможным, но оно заимствовано из опыта и позволяет ввести некоторые методические разграничения.

Прежде всего отметим, что содержание обыденного сознания не исчерпывается существующими в нем элементами знания. Наряду с совокупностью представлений, образующих знание, в сознании человека существуют ценностные и оценочные компоненты. Совокупность последних может быть названа «обыденной онтологией». Эта онтология включает в себя ценностные элементы, заимствованные из традиционной культуры, идеологий, транслируемых через систему обучения и по каналам пропаганды, а также ценности и оценки, выработанные людьми индивидуально либо коллективно в первичных группах или сообществах. Изучение обыденной онтологии методами качественной, а по мере углубления понимания - и количественной социологии представляет очень важную и с научной, и с практической точки зрения задачу. Однако в связи с отсутствием у автора данной книги эмпирических наработок по этой проблеме данный вопрос в дальнейшем изложении затрагиваться не будет. К изучению этой группы проблем, возможно, применимы методики типа той, что предложена Р.Мертоном, П.Фиске и П.Кендалл, однако названные авторы не переводили данный вопрос в такую теоретическую плоскость. В связи с неразработанностью этой проблемы анализ обыденного сознания будет ограничен в дальнейшем анализом структуры обыденного знания.

Насколько можно судить, компоненты обыденного знания могут различаться по степени своей концептуализации. Иными словами, в составе обыденного знания могут быть обнаружены неконцептуализированные, слабоконцептуализированные и высококонцептуализированные компоненты. В этом заключается одно из его коренных отличий от научного знания, которое, если и не является целиком высококонцептуализированным, то, во всяком случае, стремится к этому идеалу.

За пределами зоны концептуальной проработанности существуют неконцептуализированные элементы знания, составляющие обыденный контекст жизнедеятельности человека. В своем повседневном поведении человек, как

правило, руководствуется не концепциями, а своего рода доконцептуальными знаниями и представлениями. К примеру, знание о том, как добраться от дома до работы, за исключением каких-то особых случаев, не требует специальной рефлексии и концептуальной проработки. Повседневный контекст жизнедеятельности человека, неконцептуализируемый в силу своей привычности и <беспроблемности>, может служить источником важной информации для социального исследователя, плохо знакомого с конкретными условиями на изучаемом объекте. То, что привычно и почти неосознаваемо для членов определенной социальной среды или субкультуры, для внешнего наблюдателя может быть поразительным и неожиданным. Сказанное относится, в частности, к реально существующим в нашей стране производственным отношениям на микроэкономическом уровне, образующим практически неизученные до сих пор <производственные субкультуры>. Неподдельное удивление журналиста, впервые столкнувшегося с обыденными и массово распространенными явлениями в сфере производственных отношений, хорошо выразил А.Левиков в своем очерке <Калужский вариант>. Освоение доконцептуального контекста повседневной деятельности людей на исследуемом социальном объекте и освоение отражающего этот контекст специфического языка является первым этапом <вживания> исследователя в проблемную ситуацию и необходимой предпосылкой взаимодействия с обыденным знанием на более высоком концептуальном уровне. Слабость и неадекватность многих социальных исследований часто порождается незнанием этого контекста в изучаемых субкультурах, а точнее механическим переносом на эти субкультуры контекста собственной жизнедеятельности исследователя и заимствованных из прессы нормативно окрашенных неадекватных описаний. Проблема несовпадения вопросов исследователя с общим контекстом жизни и деятельности респондентов часто рассматривается как один из основных источников методических ошибок при разработке социологических анкет.

Помимо методических проблем, связанных с пилотированием и обработкой анкет, существуют, по-видимому, такие классы исследовательских проблем, в которых неконцептуализированные элементы обыденного знания могут оказаться в фокусе исследовательской проблематики, что повлечет за собой необходимость разработки сфокусированных на выявлении этих элементов методик. Думается, что это будет весьма специфичная группа методик; к сожалению, это все, что мы можем сказать по данному вопросу.

С самого начала исследовательской деятельности нами была сделана ставка на выявление концептуализированных элементов в составе обыденного знания, и именно для выполнения данной задачи были разработаны описываемые ниже методические принципы. В связи с этим в ходе дальнейшего изложения термины <знание> и <обыденное знание> будут употребляться в суженном значении, относящимся только к концептуализированному знанию.

В философии и социологии существуют две различные трактовки термина <знание>. Первое из них, которое можно назвать <широким>, включает в себя всю совокупность представлений, на основе которых человек осознает окружающий мир и действует в нем, без деления этих представлений на истинные и ложные. Данную широкую трактовку придал этому слову К.Мангейм в рамках созданного им подраздела социологии, который он назвал <социологией знания>. Широкая трактовка термина <знание> была сформулирована К.Мангеймом в противовес идущей от философской традиции более узкой (сциентистской) трактовке, согласно которой знанием могут быть названы лишь те представления, которые по тем или иным критериям считаются истинными, научными, достоверными и т.п.

В социологических исследованиях, зачастую в неявной форме, используется как первая, так и вторая трактовки слова <знание>. В частности, исследования

общественного мнения опираются на широкую трактовку этого термина. Любые существующие у индивидов системы представлений рассматриваются в рамках этих исследований как <истинные> в том смысле, что люди, являющиеся носителями этих представлений, субъективно считают их истинными и действуют в соответствии с ними.

Описанная выше широкая трактовка термина <знание>, по-видимому, доминирует в сознании социологов. Возможно, что такая ситуация является отголоском той поры, когда исследователям общественного мнения приходилось активно доказывать право на существование у людей тех мнений, которые с той или иной точки зрения кажутся <глупыми>, <наивными>, <ненаучными> или <неправильными>. Другой фактор распространенности такого подхода заключается в том, что каждому социологу в ходе его профессионального обучения приходится проделывать трудный путь освоения известного социологического принципа анализа без оценочных суждений, преодолевая при этом свои собственные, порой глубоко встроенные в личность, оценочные представления.

Вместе с тем важно отметить, что указанная широкая трактовка термина <знание>, релевантная в исследованиях общественного мнения, часто бывает нерелевантна в так называемых отраслевых социологических исследованиях. Под отраслями социологии в данном случае понимаются такие ее направления, как социология производства, науки, семьи, отклоняющегося поведения, военная социология и т.п. Иными словами, отраслевой социологией здесь названа совокупность исследований, направленных на изучение проблем в различных функциональных подсистемах общества. Хотя данный вопрос редко рассматривается в теоретической плоскости, в практике конкретных исследований социологи часто сталкиваются с проблемой разграничения <истинных> и <ложных> (обоснованных и необоснованных, правомочных и неправомочных, заслуживающих и не заслуживающих доверия) высказываний респондентов по критериям, аналогичным критериям, выработанным философской традицией в гносеологии для оценки истинности научных теорий.

Таким образом, при подходе к обыденному знанию как к источнику значимых для науки концептуальных наработок в составе этого знания следует различать <достоверную> и <недостоверную> области. Указанные области, как будет показано ниже, сильно различаются как по своим свойствам, так и по своему происхождению. Методические принципы ведения интервью в пределах каждой из этих областей существенно отличаются друг от друга. Если <недостоверные> элементы могут изучаться только как объект исследования или <социальные факты>, то <достоверные> элементы нередко являются пригодными для непосредственного включения в систему научного знания.

Учитывая наличие существенных различий как в свойствах <достоверных> и <недостоверных> областей обыденного знания, так и в способах адаптации исследовательских методик к этим специфичным свойствам, принципы фокусировки интервью на этих элементах должны рассматриваться отдельно.

Обыденное сознание как источник достоверного знания

Получение с помощью интервью достоверного знания об исследуемом социальном объекте требует рассмотрения вопроса о том, что считать достоверным знанием и каковы источники его формирования в сознании респондента. Специфика изучения социальной реальности методом интервью заключается в том, что эта реальность дана исследователю не непосредственно, а опосредована личностью опрашиваемого. С этой точки зрения респондент - это включенный наблюдатель, погруженный в исследуемую социальную среду и нередко располагающий уникальными знаниями о ней. Отсутствие специальной социологической подготовки, а порой и низкий уровень образования компенсируются в этом случае многолетним

знакомством с этой средой, не искаженным никакими социальными или иными барьерами. Респондент в ситуации опроса выступает как <первичный исследователь>, изучивший и осмысливший (нередко с удивительной глубиной и точностью) ту социальную действительность, с которой он определенную часть своей жизни находился в непосредственном контакте. Получение и фиксация добытого таким образом знания является главной целью интервьюера.

Одна из основных трудностей, возникающих при достижении этой цели, заключается в том, что респондент зачастую не осознает границ своей компетентности. На практике интервьюер постоянно сталкивается с тем фактом, что люди охотно пускаются в рассуждения не только по тем вопросам, в которых они компетентны, но и по тем, в которых они заведомо некомпетентны. В связи с этим интервьюер должен уметь различать в сознании респондента зону компетентности и зону некомпетентности.

Зона компетентности - это совокупность представлений опрашиваемого, которая сформировалась под непосредственным влиянием его практической деятельности и личного жизненного опыта. Подчеркнем, что в данном случае речь идет не о профессиональной (инженерной и т.п.) компетентности работника, а о компетентности в описаниях социальных отношений и социальных проблем на исследуемом объекте.

Зона некомпетентности - это совокупность представлений о предметах, не знакомых респонденту по личному опыту и сформировавшихся под влиянием средств массовой информации и контактов с другими людьми. Подобные представления обычно в той или иной мере дополняются личными домыслами и фантазиями. Как показывает опыт интервьюирования, в пределах зоны компетентности опрашиваемый нередко оказывается способным формулировать и обосновывать оригинальные и неожиданные суждения, порой не имеющие аналогов даже в специальной литературе, спорить и подвергать развернутой критике распространенные мнения, включая высказываемые в печати, сообщать информацию, обладающую принципиальной новизной для исследователя. Характерной особенностью компетентного респондента-практика является его способность формулировать выводы, по смыслу и даже по формулировкам близкие к тем, которые были сделаны известными социологами и социальными психологами в ходе проводившихся ими исследований. В качестве примера может быть приведена выдержка из интервью с заместителем начальника цеха машиностроительного завода. Будучи заведомо незнакомым с работами Ф.Херцберга и других индустриальных психологов, опрашиваемый сумел на основе своего практического опыта сформулировать нижеследующие мнения:

Вопрос: <Вы говорите, что смена руководителя отрицательно сказывается на работе цеха?>

Ответ: <Да, конечно. В процессе работы у людей устанавливаются определенные отношения. Когда руководитель долгое время контактирует с людьми, он этих людей постепенно изучает. Если же приходит новый руководитель, то он, может быть, и разбирается в производстве, но наладить контакт с людьми ему трудно. Надо еще понимать, что сам по себе человек (работник) не настолько организован, чтобы полностью отдавать себя производственной деятельности. Его нужно суметь как-то мобилизовать. А новый руководитель обычно не знает, как это можно сделать, с какой стороны подойти к этой проблеме. Пока руководитель набирается опыта, производство лучше работать не станет. Может быть, при благоприятном стечении обстоятельств оно не будет работать хуже, но и улучшить его тоже не удастся. Как правило, при смене руководителя цех начинает работать хуже.>

Вопрос: <В чем проявляется недостаток опыта руководителя в работе с людьми?>

Ответ: <Я вот сам думал над этим вопросом. Мне кажется, здесь сказывается то, что работнику необходимо дать определенный эмоциональный заряд. Чтобы человек хорошо работал, необходимо воодушевить его внутренне, а не, скажем, накричать. Если человека воодушевить, он сделает гораздо больше. А новый руководитель обычно не знает, как ему повлиять на людей. Прежний начальник, который долго проработал, имеет необходимый опыт. Он знает, как обращаться с работниками, как подать личный пример и т.д. Поэтому я считаю, что для руководителя самое важное - опыт и умение работать с людьми>.

Описанная выше способность респондентов формулировать компетентные мнения относительно окружающей их социальной действительности характерна не только для работников отраслей материального производства, но и практически для всех сфер человеческой деятельности. Так, молодая женщина, работавшая воспитателем детского сада, сказала автору данной книги в ходе неформальной беседы: <Принято считать, что отношения между детьми являются чистыми и непосредственными. Их рассматривают как образец отношений между людьми. Эти представления возникают из-за незнания, потому что на самом деле детский коллектив по своей природе жесток. Мы стараемся не допустить проявлений этой жестокости, но это не всегда у нас получается>.

Описанные выше механизмы формирования достоверного обыденного знания родственны процессам формирования научных концепций. Данную точку зрения разделял, в частности, К.Поппер, который писал, что <рост научного знания можно считать ростом обычного человеческого знания, выраженного в ясной и отчетливой форме... Научное знание есть как бы ясно выраженное обыденное знание>. Однако в сравнении с научным знанием процессы формирования достоверного обыденного знания характеризуются отсутствием или слабым развитием имеющихся в науке институциональных механизмов, обеспечивающих их накопление и аккумуляцию. Наиболее важными из этих механизмов, существующих в науке и других отраслях профессиональной деятельности, являются следующие.

1. Институциональные механизмы передачи накопленного знания (обучения новичков). В науке данную функцию выполняют системы образования, обучения, издание научной литературы и т.п.

2. Институциональные механизмы обмена концептуальными наработками и эмпирическими данными на переднем крае исследований и механизмы их критического обсуждения.

3. Существование методологических принципов формирования концептуализированного знания и методических принципов получения эмпирических данных в сочетании с механизмом социального контроля за соблюдением этих принципов со стороны профессионального сообщества.

Наличие институциональных механизмов формирования научного знания обуславливает его коллективный характер. Индивидуальные достижения обеспечивают лишь приращения к этому коллективному знанию, причем, благодаря институциональным механизмам, эти приращения сами в короткий срок становятся коллективным достоянием. В противоположность этому неинституциональное происхождение достоверного обыденного знания обуславливает его индивидуальный характер. Сказанное означает, что достоверное обыденное знание часто создается заново на основе жизненного опыта отдельного человека. Оговорим, что в обществе могут существовать трансляции данного типа знания по неформальным каналам. Однако процесс стихийной передачи достоверного обыденного знания затруднен его сложностью, специализированностью, отсутствием широкой воспринимающей аудитории и рядом других факторов. Лишь в пределах однородных и достаточно интегрированных неформальных сообществ (субкультур, профессиональных групп, дружеских и родственных связей) процессы

передачи и воспроизводства обыденного достоверного знания могут становиться значимыми факторами его формирования в сознании отдельного индивида.

Отсутствие институциональных механизмов формирования и воспроизводства достоверного обыденного знания предопределяет его изначальную слабость по отношению к развитому научному знанию. По отношению к естественным наукам с их многовековой историей, развитым концептуальным и методическим аппаратом, обыденное знание не только неконкурентоспособно, но и само находится в большой зависимости от выработанных этими науками концептуальных представлений, транслируемых через систему образования. Принципиально иная ситуация существует по отношению к социальной науке, в особенности отечественной, которая во многих отношениях недалеко продвинулась от своего <старта> и к тому же засорена оставшимися с советских времен псевдонаучными концепциями с их неадекватным понятийным аппаратом.

Превосходство обыденных представлений над их научными аналогами в социальных науках может возникать по трем основным причинам. Во-первых, относительная (в сравнении со зрелыми научными концепциями) неразвитость обыденных концептуальных представлений компенсируется в буквальном смысле их достоверностью, поскольку в данном случае речь идет о тех представлениях, которые человек лично выработал, исходя из своего жизненного опыта. Во-вторых, слабость отечественной социальной науки выражается не только в неразвитости и методологических пороках многих созданных ею наработок, но и в узком охвате изучавшихся социальных явлений. Существование обширных сфер жизнедеятельности общества, где <не ступала нога социального исследователя>, делает обыденное сознание единственным источником концептуализированной информации об этих сферах. В-третьих, следует также учесть, что естественные науки занимаются изучением неизменного физического мира, в то время как социальные науки изучают меняющееся общество с меняющимся набором социальных проблем. Отставание науки от происходящих в обществе изменений - еще один довод в пользу необходимости взаимодействия с обыденным сознанием, которое во многих случаях быстрее улавливает социальные перемены.

Таким образом, в социальных исследованиях достоверные элементы обыденного знания могут выступать не только как объект изучения, но и как равноправный партнер научного знания, т.е. как источник не только фактологических сведений, но и конструктивной критики научных концепций, а также концептуальных наработок, прямо или косвенно подлежащих включению в систему научного знания. В отечественной (а возможно и в мировой) социологии сложилось неоправданное пренебрежение к такому способу взаимодействия с обыденным знанием. В ходе своей практической научной работы автор данной монографии часто убеждался, что обыденное сознание (при правильной методической организации взаимодействия с ним) может служить источником чрезвычайно ценных для социолога сведений и идей.

Наряду с получением новых и важных для исследователя знаний контакт с обыденным сознанием может выполнять также функцию очищения сознания исследователя от различного рода <мифов>, домыслов и иных недостоверных представлений, сформировавшихся в его собственной зоне некомпетентности, т.е. под влиянием средств массовой информации, из общения с неосведомленными людьми и т.д. Сознание исследователя на ранних этапах разработки проблемы очень часто бывает гораздо более <мифологизированным>, чем сознание практических работников. Одна из наиболее важных функций интервью заключается в том, что исследователь с их помощью избавляется от собственных мифов, которые в случае применения формализованных методов могут предопределить результаты его работы.

Ведение интервью в пределах зоны компетентности

Ранее зона компетентности была определена как совокупность представлений опрашиваемого, которая сформировалась под непосредственным влиянием его практической деятельности и личного жизненного опыта. В некоторых случаях существенную роль в формировании таких представлений может играть своего рода наставничество со стороны старших по возрасту или более опытных людей. В принципе в зону компетентности, в зависимости от сферы деятельности респондента, могут попадать навыки, умения и представления из различных отраслей знания, но социологов интересуют в первую очередь социологические аспекты этих представлений, т.е. знания респондентов (порой обладающие высокой степенью обобщения) о поведении людей и о мотивах этого поведения, а также об особенностях функционирования социального объекта, внутри которого респондент осуществлял свое наблюдение.

Одна из главных задач интервьюера, ориентированного на получение знаний из зоны компетентности респондента, заключается в том, чтобы очертить ее границы, зафиксировать каждый случай выхода за пределы этой зоны и суметь направить беседу в центральные ее области. При выполнении этой задачи следует иметь в виду, что многие лица вообще не обладают зоной компетентности по интересующему исследователя вопросу. Следовательно, первым шагом в исследовании должен быть правильный выбор респондентов.

Принципы выбора респондентов в исследованиях, ориентированных на получение достоверного знания, кардинально отличаются от более привычных социологам методов отбора респондентов для выяснения мнений [20]. Какую бы социальную проблему мы не взяли (неэффективность производства, распад семей, преступность молодежи и т.д.), *мнением* по этим вопросам обладает практически каждый член общества, что и предопределяет принцип случайной выборки респондентов. Что же касается *знания* о причинах этих явлений, то ими могут располагать лишь лица, обладающие личным социальным опытом в указанных сферах, т.е. лично работавшие на производстве, близко наблюдавшие семейные проблемы, находившиеся в близком контакте с молодежной преступной шайкой. Итак, в исследованиях, ориентированных на получение достоверного знания, респондентами могут быть только те лица, которые лично пережили нечто подобное либо были непосредственными свидетелями ситуаций, являющихся предметом исследования.

Далее, отвечающие критерию личной включенности респонденты могут отличаться по своему <качеству>, т.е. по уровню рефлексии интересующих социолога проблем. Уровень рефлексии зависит, по-видимому, от трех факторов: от индивидуальной способности к рефлексии, от степени мотивационного вовлечения респондента в исследуемую социологом ситуацию (чем более мотивационно значимой для респондента является тема интервью, тем выше оказывается степень его рефлексии по данному вопросу) и от характера взаимодействия респондента с социальной реальностью. Механизм действия третьего фактора требует пояснения. По определению известного психолога Курта Левина, реальность есть то, что оказывает сопротивление воле и намерениям человека. В соответствии с этим, чем сильнее <сопротивляется> исследуемая реальность, тем больше трудовой энергии и творческих способностей должен проявить человек для того, чтобы успешно справиться с ситуацией. Если в качестве примера взять сферу общественного производства, то чем более сложной и напряженной является трудовая деятельность работников, тем больше вероятность того, что интервьюер обнаружит среди них значительное число незаурядных по своим деловым и личностным качествам людей. Беседа с подобными людьми часто производит сильное впечатление на исследователя и может способствовать значительному углублению

его профессиональных знаний. Другая картина наблюдается в тех случаях, когда работа опрашиваемого не связана с высокой деловой ответственностью. Зона компетентности большинства работников в этом случае резко сужается, в результате чего интервью получается кратким и неинтересным.

Следует подчеркнуть, что работник, не имеющий интереса к своей работе и обладающий поэтому практически нулевой зоной компетентности по производственным проблемам, может иметь обширные зоны компетентности по каким-то иным глубоко затрагивающим его вопросам. Такими вопросами могут быть, например, различные хобби, увлечения, а также личные, семейные и бытовые проблемы. Автору данной книги однажды довелось убедиться, что пожилая женщина, работавшая на низовой должности в отделе заводоуправления и практически ничего внятного не сказавшая о работе своего подразделения, неожиданно высказала чрезвычайно интересные мысли о причинах широкого распространения разводов среди молодых семей.

В ходе интервью интервьюер должен иметь в виду, что предполагаемая зона компетентности респондента часто не вполне совпадает с фактической. В связи с этим, особым этапом или особой проблемой интервью данного типа должно стать очерчивание реально существующей в сознании респондента зоны компетентности. Большой ошибкой будет в этом случае фокусировка интервью на заранее заданном предмете беседы. На стадии фокусированных интервью проблематика исследования всегда должна быть открытой для включения в нее новых релевантных тем. Иногда, как показывает имеющийся опыт, реальная проблематика оказывается шире, чем заранее заданная тема исследования, либо выясняется, что у темы неправильно сформулирован проблемный фокус. Поэтому основная задача интервьюера состоит не столько в получении ответа на определенный вопрос, сколько в выявлении и очерчивании границ зоны компетентности респондента, многие характеристики которой заранее не известны. Думается, что в решении этой задачи интервьюеру может помочь предлагаемая ниже система понятий, хотя и не строго операциональных, но достаточно ясных по смыслу и способствующих лучшей ориентации.

Глубина компетентности - степень осознания и осмысления респондентом своего практического опыта, его способность четко фиксировать причинно-следственные связи между наблюдаемыми явлениями.

Широта компетентности - широта охвата социальных явлений, о которых респондент способен высказывать компетентное мнение.

Описанные качества широты и глубины компетентности во многом зависят от уровня образования опрашиваемого, степени его начитанности, культурного уровня и т.п. Однако в не меньшей, а может быть и в большей степени формирование указанных качеств определяется важностью для человека той или иной сферы деятельности. Широкие и глубокие зоны компетентности следует искать на пересечении двух линий: с одной стороны, человек должен быть в непосредственном контакте с соответствующей сферой, а с другой - эта сфера должна быть предметом его заботы, интереса или иной сильной мотивации.

Граница компетентности - грань, за которой респондент не может высказывать компетентные мнения и вынужден, обычно незаметно для самого себя, достраивать свои рассуждения представлениями, заимствованными из зоны некомпетентности. В качестве примера такого достраивания можно привести высказывание работника промышленного министерства относительно причин низкой эффективности отечественного производства (1989 г.): «Если рабочий пьяница и прогульщик, то ему все равно выплачивают среднюю заработную плату, потому что у него, видите ли, трое детей». Каждый, кто хорошо знал производственную обстановку на советских предприятиях, мог бы подтвердить, что пьяницам и даже прогульщикам

действительно нередко выплачивали среднюю заработную плату, но происходило это вовсе не потому, что администрация предприятий жалела детей этого работника. Следует зафиксировать, что интервью в целом было дано работником министерства на высоком профессиональном уровне и содержало немало ценной информации, но в приведенном выше суждении респондент как бы <выскочил> за пределы зоны своей компетентности и высказал довольно расхожее и в то же время неправильное мнение.

Приведенный выше пример интересен еще в одном отношении. Работник министерства, о котором идет речь, сам бывший производственник и, казалось бы, не должен был высказываться по данному вопросу столь банально. Причина этого противоречия - своего рода эффект забывания собственного предшествующего опыта при смене социальных ролей. Об этом будет сказано ниже.

Центры концептуальной структуризации представляют собой наиболее продуманную и логически упорядоченную часть наблюдений респондента. Зачастую такие концепции по своей логической проработке не уступают научным и могут быть непосредственно включены в систему научного знания. В любом случае они представляют большой интерес для исследователя, который должен уметь их распознавать и фиксировать в ходе интервью.

По нашему мнению, заимствование концептуальных наработок обыденного знания явственно прослеживается в работах известных индустриальных социологов (Э.Мэйо, Ф.Херцберга и др.), хотя трудно сказать, в какой мере они сами осознавали этот аспект. Насколько можно судить, элемент такого заимствования очень велик в военной социологии[21] и, возможно, в ряде других социологических отраслей. Надо еще отметить, что заимствования такого рода не являются исключительной прерогативой социальных наук. Известно, что многие индустриальные технологии берут свое начало от <бытовых>, доиндустриальных. Другая близкая аналогия - заимствование и профессиональная обработка многими поэтами и композиторами поэтических и музыкальных элементов фольклора. С нашей точки зрения, в социологии сложилось неоправданное пренебрежение к обыденному знанию, которое рассматривается исключительно как объект исследования. Трансляция компетентного знания из обыденного в научное при этом все равно происходит, но медленно, неэффективно и с искажениями.

Зона наблюдения (в социальном пространстве) - это по сути объект, в ходе наблюдения которого формируется зона компетентности. Ширина зоны наблюдения зависит от социального положения респондента и от его личного <любопытства>. Если взять в качестве примера промышленных рабочих, то у некоторых из них зона наблюдения ограничивается производственным участком, другие охватывают значительную часть цеха или весь цех, а некоторые незаурядные рабочие оказываются в состоянии разобраться в методах работы служб заводоуправления, порой доставляя последним немало хлопот.

Мотивация наблюдения может различаться как по интенсивности, так и по направленности. Интенсивность мотивации прямо влияет на широту и глубину зоны компетентности. При слабой мотивировке наблюдения зона компетентности резко сужается. Направленность и интенсивность мотивации наблюдения в очень большой степени детерминированы личностными чертами.

Применительно к промышленным рабочим можно назвать по меньшей мере четыре типа разнонаправленных мотиваций социального наблюдения:

- <научную>, представляющую собой своего рода бескорыстное любопытство;
- <государственную>, часто выражаемую афоризмом <за державу обидно>, в рамках которой человек сам для себя пытается понять, почему же у нас на производстве царит такой беспорядок;

- <корыстную>, носители которой внимательно следят за возможностями увеличения своего заработка и на этом пути достигают порой удивительно глубокого понимания реальных механизмов формирования и распределения фондов заработной платы;

- <классово-негативистскую>, рассматривающую заводоуправление и начальство всех уровней как классовых врагов (нередко со ссылками на Маркса и Ленина) и выискивающую в поведении управленцев дискредитирующие их поступки как подтверждения изначальной негативистской позиции. В интервью позиция таких рабочих выглядит очень предвзятой и наполненной идеологическими штампами, заимствованными (если следовать нашей терминологии) из зоны некомпетентности. Однако и этим людям нельзя отказать в определенной наблюдательности. Выискивая в реальности подтверждения своей концепции, они порой делают весьма интересные наблюдения, которые исследователь может <отдистиллировать> от заштампованных идеологических высказываний.

Сходные (но не идентичные) системы мотиваций наблюдения за производственными проблемами существуют и в среде работников управления, особенно линейных руководителей. Подробно перечислять виды присущих им мотивов наблюдения мы не будем, однако отметим, что одним из наиболее сильных мотивов такого типа является своего рода позитивное честолюбие, т.е. стремление успешно справиться со своей работой, оправдать оказанное доверие и <вытянуть> из прорыва подчиненный им цех, производство или предприятие. Руководство <трудным> производством - это, пожалуй, наиболее чистый тип ситуации, когда реальность упорно <сопротивляется>, и работник управления должен мобилизовать весь свой интеллектуальный и энергетический потенциал, чтобы овладеть ситуацией. Прошедшие такую суровую школу управленцы часто бывают хорошими респондентами, отличающимися в пределах зоны своей компетентности исключительно ясным мышлением (за пределами зоны компетентности они часто выглядят как малокультурные и к тому же слишком самоуверенные люди).

Чрезвычайно большой интерес представляют наблюдения людей и за другими сферами общественной жизни, в частности, за семейно-бытовой. Автору данной книги доводилось в основном заниматься социологическим изучением производства, но можно с уверенностью сказать, что и в других областях существует разветвленная система мотивов социального наблюдения. К числу таких мотивов могут быть отнесены стремление к осмыслению своих и чужих жизненных ошибок, стремление помочь людям избежать и т.п.

Направление или <фокус> наблюдения предопределен его мотивацией. Это своего рода угол зрения, под которым человек смотрит на мир и, группируя факты, формирует концепции. Хотя мотивации наблюдения часто бывают далеки от научных, порождаемые ими выводы имеют познавательную ценность в том смысле, что они (возможно, лишь частично и с определенной коррекцией) могут быть включены в систему научного знания. Сказанное не отменяет того, что различные мотивации наблюдения могут приводить к разным выводам, поскольку продуктом обыденных наблюдений в подавляющем большинстве случаев являются не готовые научные концепции, а их элементы, типологические случаи, из которых исследователь, как из <кирпичиков>, должен построить собственную концепцию.

Смещение зоны компетентности. Исследователь должен иметь в виду, что зона компетентности респондента <мигрирует>, повторяя изгибы его биографии. В подавляющем большинстве случаев зона компетентности отражает лишь ту социальную роль, в которой человек находится в данный момент. Компетентное знание, накопленное им на предыдущих ролях, странным образом забывается. Возможно, это знание может быть актуализовано путем использования специальных методических приемов, но этот вопрос нами не прорабатывался.

Явление забывания своего прошлого социального опыта хорошо видно на примере производственных руководителей, начинавших свою трудовую карьеру с должности рабочего. Сказанное может быть проиллюстрировано выдержкой из производственного интервью с заместителем начальника цеха крупного предприятия:

<Интересно отметить такой психологический момент, который я испытал на себе. Возьмем человека, который стал руководителем производства, пройдя путь с самого <низа>, т.е. с рабочего. Такой человек прекрасно знает свое производство. Тем не менее, став руководителем, он начинает сомневаться даже в той информации, которую приобрел собственным опытом. Вероятно, так происходит потому, что его информация субъективна, а поступающие со всех сторон данные создают видимость объективности. В результате создается ситуация, при которой начальник цеха, зная, что такой-то участок может пропустить партию пластин за 20 минут, *потому что такое уже бывало*, тем не менее сомневается в собственной информации и соглашается с другим вариантом - требуется не менее трех часов. В этом он убеждает вышестоящее руководство, с полной убежденностью заявляя, что резервов у него нет, что цех работает на пределе>.

Какуже отмечалось выше, степень осознания и концептуальной проработанности представлений в составе зоны компетентности бывает различной. В некоторых случаях эти представления могут быть в буквальном смысле концепциями, хорошо отрефлексированными и пригодными для непосредственного включения в систему научного знания. Чаще, однако, эти концепции содержатся в сознании респондента как бы латентно, воспроизводясь в приводимых примерах и фактах. В последнем случае от исследователя требуется дополнительная аналитическая работа по превращению <сырого материала> фактологических сведений в выраженную в отвлеченных понятиях концепцию. Приведем два примера, характеризующих оба описанных случая.

Пример 1. Классической темой отечественной социологии советского периода было исследование причин текучести рабочих кадров на промышленных предприятиях. Упорное изучение этой темы на протяжении трех десятилетий с использованием практически идентичных методик - хороший пример того, что можно назвать застоєм в науке. В связи с этим интересно отметить, что ученые, изучавшие данную проблему, видимо, не считали нужным обсудить ее с самими рабочими. В ходе проведения интервью автор данной книги не раз убеждался, что в сознании рабочих могут содержаться достаточно развитые концепции причин текучести кадров, не имеющие аналогов в научной литературе. В частности, один из рабочих сформулировал следующую концепцию. По его мнению, все производственные руководители могут быть разделены на две категории: на тех, кто умеет обеспечивать высокую зарплату своим подчиненным, и тех, кто этого делать не умеет. У руководителей, умеющих <делать зарплату>, формируется коллектив с устойчивым кадровым составом. Если же этот руководитель уходит (переходит на другое предприятие, повышается в должности и т.п.), а на его место приходит не умеющий <делать зарплату>, сразу начинается текучесть кадров и коллектив распадается. Возможно, данную концепцию не следует принимать как окончательную, но ее новизна, логическая завершенность и научная значимость являются несомненными. Во всяком случае, она хорошо согласуется с представлениями автора данной книги, который на протяжении ряда лет занимался именно вопросом взаимосвязи текучести кадров и распределения заработной платы. Четкость высказанной рабочим формулировки и ее соответствие реальным механизмам функционирования советской экономики до сих пор вызывает у автора чувство восхищения.

Пример 2. В качестве примера интервью, содержащего концепцию не в явном, а в латентном виде, возьмем опубликованный текст интервью с заводским снабженцем. Респондент затруднился дать обобщенный ответ на вопрос, как работает заводской снабженец, но зато привел много конкретных примеров, очевидная общность которых открывает возможность для применения классической формы логической индукции.

Значительная часть описываемого интервью посвящена тому, какими способами респондент сумел значительно увеличить объемы снабжения завода такими дефицитными материалами, как этиловый спирт, битумированная бумага, льняной шпагат и некоторые другие. Из описанных примеров выводится общий алгоритм работы снабженца советского предприятия, который сводится примерно к следующему.

В теории (т.е. согласно советским учебникам) механизм материально-технического снабжения выглядел так. Работник отдела снабжения, исходя из плана по производству и установленных плановыми органами норм расхода материалов, составлял обоснованную заявку. Министерство и другие плановые органы контролировали правильность составления этой заявки, и в случае отсутствия в ней нарушений, выделяли заводу требуемые материалы. Если государство не располагало возможностью полного удовлетворения заявок, то в теории производственная программа предприятия должна была быть скорректирована, чего на практике, однако, никогда не делалось, потому что реальный механизм распределения был совершенно иным.

Интервью выявило, что приведение в соответствие потребностей предприятия с возможностями государства осуществлялось путем нескольких итераций. На первом этапе заводской снабженец ориентировочно, с некоторым запасом, оценивал потребности завода по группе материалов, за которые он отвечал, записывал эти полупроизвольные цифры в заявку и отправлял ее. В плановой экономике все материалы, как известно, делились на дефицитные и недефицитные. Работники вышестоящих планово-управленческих организаций оценивали заявку под этим углом зрения. Если материал недефицитен, они выделяли заводу то количество, которое он просил, и дальнейших споров по таким позициям не возникало. Если материал был дефицитен, они вычеркивали записанную в заявке цифру и вписывали другую, которая отвечала реальным возможностям снабженческой организации. Скорректированная таким образом заявка возвращалась к заводскому снабженцу, который рассматривал ее под своим углом зрения. С одной стороны, он знал, что у планово-управленческих органов есть резервы. Если очень настаивать и приводить определенные обоснования, то фонд поставок практически по всем скорректированным позициям можно увеличить. С другой стороны, ведение таких споров весьма трудоемко и по этой причине все позиции <отспорить> не удастся. Тогда снабженец старался разделить указанные позиции на <необязательные> и <обязательные>. Необязательные - это те, по которым завод мог как-нибудь обойтись и уменьшенным количеством материала. Обязательные - это те, из-за нехватки которых должен был возникнуть крупный скандал и неприятности со стороны дирекции (в умении правильно разделить эти позиции и заключался один из аспектов высокой квалификации снабженца). Необязательные позиции снабженец исключал из дальнейшего согласования. Таким образом, после первой же итерации круг позиций, составлявших предмет спора, резко сужался (с нескольких десятков до нескольких единиц). По этим оставшимся единицам снабженец составлял протокол разногласий и отправлял его обратно в планово-управленческие органы. Там их рассматривали под углом зрения количества имеющихся резервов, т.е. цикл начинался сначала, но уже по уменьшенному кругу позиций. Высокую

эффективность описанного механизма иллюстрирует тот факт, что после трех итераций обычно достигался полный баланс.

К проблеме несогласованности высказываний респондентов

Данный параграф посвящен анализу проблемы несогласованности высказываний разных респондентов по одному и тому же предмету в пределах зонных компетентности. Несогласованность (разногласия) такого рода часто встречается в практике интервьюирования. Проблема возникновения расхождений в мнениях респондентов, опрашиваемых в пределах <зоны компетентности>, может быть проиллюстрирована следующим примером. При интервьюировании производственных руководителей им задавался вопрос: <Иногда говорят, что современные молодые рабочие по сравнению с предыдущими поколениями стали хуже работать. Справедливо ли это мнение?>. Большинство руководителей отделов заводоуправления дали на этот вопрос утвердительный ответ, однако их мнение следует, по-видимому, рассматривать как некомпетентное, поскольку опыта работы с молодыми рабочими они не имели. Иными словами, согласие с приведенным выше утверждением отражает скорее расхожее в этой среде мнение, чем объективный сдвиг в социальных характеристиках новых поколений. Значительный интерес представляет тот факт, что мнения работающих в цехах линейных руководителей (мастеров, начальников участков, начальников цехов) по данному вопросу *разделились*. Не менее трети опрошенных (выборка нерепрезентативная) не согласились с утверждением, что современная молодежь <плохо работает>, причем многие выразили свое несогласие в достаточно резких и эмоциональных выражениях. <Это глупости. Я с этим не согласен. Не знаю, кто сказал Вам такую глупость. Другое дело, что молодежь сейчас грамотная, она требует к себе иного отношения>, - так начал свой ответ заместитель начальника цеха одного из заводов в ходе проведения обследования. Вместе с тем, многие другие опрошенные руководители согласились с мнением, что <молодежь плохо работает> и приводили конкретные примеры.

Анализ проблемы несовпадения мнений респондентов в пределах зоны компетентности представляет значительный интерес, поскольку одинаковые свойства наблюдаемой социальной действительности, казалось бы, должны были приводить к тождеству их мнений. Априори можно было бы предположить, что компетентные высказывания должны отличаться высокой степенью согласованности, а некомпетентные - наоборот. Однако практика интервьюирования показывает, что в действительности картина вырисовывается совсем иная. О свойствах представлений, образующих зону некомпетентности, речь пойдет ниже. Что же касается компетентных представлений, то существует много причин, которые вместо ожидаемого единогласия часто приводят к появлению <разногласицы>. Эти причины образуют как бы несколько слоев, причем элиминирование одного слоя выдвигает на первый план следующий за ним. Вот каковы, на наш взгляд, основные из этих причин.

1. Обусловленные различными мотивами сознательные искажения респондентами сообщаемых сведений. Существование этих искажений представляет собой серьезную проблему с точки зрения техники интервьюирования, но не требует развернутого теоретического обсуждения.

2. Интервьюер не сумел разграничить компетентные и некомпетентные высказывания. Фиксируемые в этом случае расхождения в мнениях порождаются различным происхождением этих мнений. Вопросы разграничения зоны компетентности и зоны некомпетентности подробно обсуждены выше и в дополнительных комментариях не нуждаются.

3. Различия во мнениях могут быть обусловлены различиями в ролевых позициях респондентов в рамках одного и того же социального объекта. Так, мнения рабочих

и руководителей одних и тех же производственных подразделений о причинах производственных неурядиц обычно сильно расходятся. Аналогичным образом часто расходятся мнения разведенных супругов о причинах развода. Основными причинами таких расхождений следует считать различия в детерминированных социальной ролью <зонах наблюдения> и различия в обусловленных ролевой позицией мотивациях, детерминирующих <фокусировку> социальных наблюдений.

4. Важно иметь в виду, что формальное тождество ролевых позиций и сходство параметров окружающей действительности часто бывает кажущимся. К примеру, социальный климат и производственная обстановка на предприятиях с хорошей и плохой организацией труда сильно различаются, и жизненный опыт работников этих предприятий отражает подобные различия. Различия в личностных характеристиках брачных партнеров и иных детерминантах внутрисемейного климата предопределяют различия в осмыслении и концептуализации опыта семейной жизни, и т.д. Выявление этих скрывающихся за кажущимся тождеством объективных различий окружающей действительности является одной из наиболее важных задач исследователя.

5. Как известно из социальной психологии, свойства и особенности личности в значительной мере формируют свойства окружающей ее социальной среды. К примеру, жесткий авторитарный руководитель будет совершенно иначе описывать деловые качества подчиненных ему работников, чем руководитель лидерского типа, и несовпадение их точек зрения будет отражать вполне объективные различия в типах социальных отношений, которые, однако, сформировались под действием субъективных отличий в характеристиках опрашиваемых лиц.

6. Различные жизненные установки респондентов предопределяют различную направленность зон социального наблюдения. Данную группу причин удобно проиллюстрировать на примере типологии научных работников, сформированной Д.Пельцем и Ф.Эндрюсом, которые обнаружили существенные различия в поведении и научной результативности двух типов ученых: ориентированных на науку как таковую и ориентированных на служебную карьеру. Для полноты картины добавим, что названные американские авторы не заметили существование еще одного типа, наверное, редкого в Америке, но широко распространенного в России: работника, ориентированного на любую деятельность, не связанную с работой (наиболее распространены два подтипа ориентации: на семью и на сферу досуга). Представляется вполне очевидным, что для изучения проблем, связанных с прогрессом в науке, следует опрашивать ученых первого типа. Однако жизненный опыт ученых второго типа ни в коем случае не следует считать неинтересным; напротив, он может представлять чрезвычайный интерес в том случае, если интервьюер сумеет правильно распознать этот тип и сфокусировать интервью в зону его компетентности. Изучение жизненного опыта карьеристов, способных грамотно ответить на вопрос: <Как сделать карьеру?>, могло бы дать чрезвычайно ценный материал для изучения свойств крупных административных систем и типичного набора возникающих в них дисфункций.

Относительно третьего типа ученых можно сказать, что опрашивать их о работе скорее всего бесполезно, поскольку эта сфера не вызывает у них интереса и не является предметом концентрации усилий. Вместе с тем, в ходе откровенной беседы вполне может выясниться, что <ученый>, ориентированный на времяпрепровождение вне работы, может оказаться крупным специалистом в области обустройства дачи, туризма, рок-музыки или секса (А.Кинси, как известно, в своих исследованиях во многом опирался на респондентов-добровольцев, обладающих большим сексуальным опытом).

7. Причиной несовпадения мнений респондентов могут быть описанные в предыдущем параграфе различия в мотивациях наблюдения. В отличие от

мотиваций деятельности, рассмотренных в предыдущем пункте, мотивации наблюдения - это своего рода философия, сквозь призму которой человек смотрит на окружающий социальный мир. К этому классу мотиваций относятся различные психологические установки, а также большая группа личностных черт, связанных с психопатологическими акцентуациями (невротическими, психопатическими, шизоидными и др.)[22].

Мотивации наблюдения можно с некоторой долей условности разделить на беспристрастные и предвзятые. К первым относятся существующие в обыденном сознании мотивации бескорыстного интереса к действительности и профессиональные мотивации. Респонденты с мотивациями этого типа обычно бывают очень ценными информаторами. Мотивации, названные предвзятыми, по-видимому, имеют своим источником различные психопатологические акцентуации. Типологию таких мотиваций мы выстроить не готовы. В качестве возможного примера назовем личностное свойство <враждебности>, измеряемое одноименной шкалой теста ММРІ. Высокий уровень <враждебности> означает глубоко укоренившееся в личности мироощущение, смысл которого сводится примерно к следующему: <Окружающие меня люди плохие, они способны причинить мне вред, следовательно, и я имею право относиться к ним так же>. По наблюдению автора, свойство <враждебности> обладает очень сильным влиянием на восприятие человеком социального мира. В той или иной степени оно проникает во все имеющиеся в его сознании представления, включая и те, которые можно назвать <компетентными>.

Влияние предвзятых мотиваций на формирование зоны компетентности является неоднозначным. С одной стороны, наличие в выборке респондентов лиц с такими мотивациями увеличивает разнообразие фокусированных наблюдений и в связи с этим обладает эвристической ценностью. С другой стороны, предвзятые мотивации обладают способностью подавлять формирование зоны компетентности, заменяя ее идеологическими представлениями, заимствованными из зоны некомпетентности. В предельном случае человек с сильной искажающей мотивацией <не видит>, а точнее не хочет видеть окружающую его действительность, заслоняя ее идеологией. В этом случае интервьюер может столкнуться со специфической ситуацией, когда респондент вообще не обладает зоной компетентности, хотя по всем внешним признакам он должен был бы ею обладать.

8. Если элиминировать влияние всех перечисленных выше факторов, порождающих различия во мнениях в пределах зоны компетентности, это не обязательно должно привести к полному единству взглядов респондентов. Расхождения во взглядах определяется не только социальными и личностными детерминантами, но и неопределенностью самой действительности, допускающей наложение на нее различных концептуальных систем.

Поскольку работу обыденного сознания в пределах зоны компетентности мы уподобляем работе научного сознания, наличие разногласий в компетентных суждениях по одному и тому же предмету можно проиллюстрировать на примере самой науки. Хотя институциональное устройство науки направлено на устранение влияния социальных и личностных факторов на исследовательские выводы, общеизвестен факт постоянных научных споров, ведущихся на <переднем крае> научных исследований. По той же причине расхождения во мнениях могут возникать и в обыденном сознании. Сходную точку зрения высказывает, в частности, Д.Кэмпбелл, указывая, что <проблемы неоднозначности свидетельств близки к общим проблемам научного вывода>.

Перечисленный выше список факторов, порождающих несогласованность высказываний респондентов, внешне выглядит довольно внушительным и способен отпугнуть начинающего исследователя, не имеющего личного опыта

интервьюирования. В связи с этим следует сказать, что в действительности все не так сложно, как кажется на первый взгляд. Перечисленные выше факторы сравнительно легко распознаются в ходе ведения интервью, причем способность к такому распознаванию быстро возрастает по мере накопления интервьюером практического опыта. С увеличением числа опрошенных респондентов в сознании исследователя начинают прорисовываться две типологии: типов респондентов в исследуемой социальной совокупности и типов встречающихся в действительности ситуаций. Наложение друг на друга этих двух типологий дает концептуальную схему, в рамках которой зафиксированные противоречия получают свое объяснение.

Фокусированное интервью и экспертные опросы

Данный параграф ставит своей целью соотнести введенные выше понятия <зона компетентности> и <зона некомпетентности> с общеизвестным термином <экспертные опросы>. Согласно первоначальному смыслу, термином <опрос экспертов> принято обозначать разновидность опроса, при котором респондентов просят сообщить о круге явлений, относительно которых они хорошо осведомлены. Такое определение представляется близким по смыслу к использованному в предыдущем параграфе термину <опрос в пределах зоны компетентности>. Тем не менее, ряд вопросов требует уточнения.

Прежде всего, при описании метода экспертных опросов, как правило, подразумевается, что речь идет об опросе профессионалов. Вот типичное описание процедуры отбора респондентов для такого опроса: <При проведении экспертного опроса формируется группа лиц, хорошо информированных относительно соответствующего объекта. Как правило, группа экспертов отбирается по признакам их формального профессионального статуса (должностное положение, ученая степень и другие квалификационные признаки, стаж практической или научной работы), а также аттестации со стороны коллег или других заинтересованных лиц, например, специалистов, использующих полученную информацию>.

В приведенном выше характерном описании не проработан ряд вопросов. Во-первых, не уточнено само слово <профессионал>. По смыслу к профессионалам в данном случае отнесены как специалисты-социологи, работающие в исследуемой области, так и работники тех отраслей экономики, которые являются объектом исследования. Этот вопрос требует уточнения. Во-вторых, не проработано соотношение профессиональных и обыденных элементов в сознании профессионалов. В-третьих, в профессиональном сознании также следует различать зону компетентности, т.е. узкую предметную область, в которой работает эксперт, и зону некомпетентности, составляющую его более широкий профессиональный кругозор. Последний, как правило, несвободен от искажений, подобных тем, которые разбирались ранее при описании зоны некомпетентности в составе обыденного сознания. Наконец, в-четвертых, при описании процедуры экспертных опросов не ставится вопрос о возможности привлечения в качестве экспертов непрофессионалов. Это важное упущение, поскольку если опрашиваемого в качестве эксперта рабочего еще можно назвать профессионалом, то вряд ли можно назвать профессионалами домохозяйку или ребенка, которые тоже имеют свои зоны социального наблюдения и соответствующие им зоны компетентности, релевантные исследованиям многих социальных проблем[23].

Далее, как и все социологические опросы, экспертные опросы могут быть ориентированы на получение как количественной, так и качественной информации. Этот простой факт является очевидным, однако он очень мало изучен в отечественной методической литературе. Точнее сказать, нам не удалось обнаружить ни одного литературного источника, в котором описывалась бы

методика проведения экспертных опросов, ориентированная на получение качественной информации.

Так или иначе, в подавляющем большинстве случаев термином <опрос экспертов> обозначается количественная разновидность этого метода, чаще всего ориентированная на установление рангов значимости априорно заданного списка факторов.

Таким образом, в методической литературе, хотя явно это не оговаривается, термин <опрос экспертов> часто сужается до значения <опрос профессионалов количественными методами>. Такое сужение влечет за собой ряд следствий, снижающих качество обследований, проводимых с использованием данного метода. Во-первых, отбор экспертов по профессиональному признаку, даже если этот признак трактуется достаточно широко, сужает круг компетентных (экспертоспособных) информаторов. Во-вторых, формальный отбор респондентов по данному признаку без предварительного очерчивания зоны их компетентности приводит к тому, что к опросу часто привлекаются некомпетентные люди. В-третьих, часто задаваемые экспертам вопросы <бьют мимо> зоны их компетентности. Порой, особенно при составлении экспертных прогнозов, респондентам задаются такие вопросы, относительно которых можно сказать, что на Земле вообще не существует людей, способных компетентно на них ответить. В-четвертых, экспертные вопросники, ориентированные на получение количественных результатов, обычно страдают всеми теми недостатками, которые свойственны большинству анкет, составленных исходя из априорных представлений исследователя без проведения предварительного исследования качественными методами.

В качестве примера приведем вопросник для опроса экспертов, составленный Л.Гордоном и Э.Чертихиной[24].

Ваше представление о вероятном изменении времени просмотра телепередач в ближайшие 10 лет

Предположения об изменении времени просмотра телепередач	С таким утверждением согласен	С таким утверждением не согласен
1. В ближайшие 10 лет улучшится качество телевизионных программ, расширится диапазон телевидения. Это обстоятельство, а также рост культурного уровня населения, да и все изменения в социалистическом образе жизни, будут способствовать дальнейшему увеличению интереса к телевизионным передачам. Поэтому время, которое человек будет уделять телевидению, увеличится.	001	002
2. В ближайшие 10 лет, наряду с расширением возможностей телевидения, будут улучшены качество и доступность также и других форм приобщения к культурным ценностям. Поэтому время, которое человек будет уделять телевидению, уменьшится.	003	004
3. В ближайшие 10 лет, как и в настоящее время, примерно в равной степени будут действовать как факторы, способствующие повышению интереса к телепередачам, так и факторы, отвлекающие от них. Действие этих факторов более или менее уравнивает друг друга. Поэтому время, которое индивид будет уделять телевидению, практически не	005	006

изменится.		
------------	--	--

Относительно этого вопросника можно сказать, что он содержит неявную логическую презумпцию о том, что время, которое человек уделяет телевидению, зависит исключительно от качества телепрограмм и конкурирующих с телевидением способов проведения досуга. Такая постановка вопроса может противоречить мнению опрашиваемых экспертов. В частности, в методике опроса не учтен фактор возможного изменения напряженности бюджета времени населения в условиях экономического кризиса, что должно привести к сокращению возможностей просмотра телепрограмм. В противоположном направлении, т.е. в сторону увеличения свободного времени у взрослого населения, может сработать быстрое сокращение рождаемости и связанное с этим снижение домашней нагрузки. Увеличение в обществе удельного веса пенсионеров и безработных увеличит среднее время просмотра телепрограмм и т.д.

Таким образом, мы видим, что ход мысли эксперта может в корне отличаться от априорных гипотез исследователя, что приводит к обесмысливанию результатов опроса. Не менее важно и то, что, отвечая на приведенные выше вопросы, эксперт может попытаться на качественном уровне назвать факторы, которые могут повлиять на время просмотра телепередач в ту или иную сторону, но реалистично оценитых сальдо, думается, не под силу ни одному человеку.

Таким образом, уточняя первоначальное значение термина <опрос экспертов> как опроса сведущих людей, можно сказать, что экспертный опрос - это опрос, ведущийся в пределах зоны компетентности респондентов. В зависимости от целей исследования правомерными являются как количественные (порой весьма остроумные), так и качественные разновидности такого опроса, но в условиях, когда количественные методы непропорционально доминируют, особое методическое внимание должно быть уделено описанию качественных методов.

Процедура опроса экспертов методом глубокого интервью должна начинаться с отбора респондентов по ролевым позициям, как это описано в предыдущей главе. Иными словами, для получения полноценной и компетентной информации следует сначала определить ролевые позиции, с которых под разными углами зрения наблюдается изучаемый объект или проблема. Далее, внутри каждой ролевой позиции имеются различные типы личностей, различающихся по интенсивности и характеру мотиваций наблюдения, а также по своим способностям к концептуальному упорядочиванию своих наблюдений. Выявив эти типы, следует методом глубокого интервью очертить зоны их компетентности и выявить содержащиеся в них релевантные исследуемой проблеме представления. Существенные расхождения мнений экспертов, которые наверняка будут выявлены при их сопоставлении, должны получить содержательную трактовку и найти свое место в виде типологических случаев в создаваемой исследователем обобщающей концепции. Хотя данная процедура выглядит сложной и трудоемкой, следует учитывать, что экспертные опросы, проводимые по упрощенным методикам, чаще всего дают невалидные результаты.

Свойства представлений в зоне некомпетентности

Представления, образующие зону некомпетентности, радикально отличаются по своим свойствам от представлений в составе зоны компетентности. Из этого следует, что и методики, ориентированные на изучение этих двух типов представлений должны существенно различаться. К сожалению, автор данной книги не располагает личным опытом эмпирического изучения представлений зоны некомпетентности и поэтому не может предложить адаптированный для этой проблемы вариант методики. Тем не менее, поскольку адекватная методика представляет собой отражение свойств изучаемого объекта, описание специфики

образующих зону некомпетентности представлений следует рассматривать как первый шаг на пути к созданию такой методики.

В обыденном языке слово <некомпетентность> имеет определенный негативный оттенок, но это ни в коем случае не должно служить основанием для оценки представлений зоны некомпетентности как чего-то несущественного, с чем можно не считаться. Напротив, указанные представления играют огромную роль в жизненных ориентациях индивидов и их поведении, не только индивидуальном, но и коллективном.

Относительно представлений, находящихся за пределами зоны компетентности в сознании человека, можно сказать, что указанные представления лишь в небольшой части выработаны им самостоятельно. В основном они являются продуктом заимствования существующих в обществе идеологических и мировоззренческих систем. В пределах зоны некомпетентности индивид не столько создает, сколько выбирает подходящую ему систему представлений под действием своих мотиваций и ценностных ориентаций, причем смена мотивации (например, вследствие перемены ролевой позиции) часто влечет за собой и смену идеологии. Сказанное означает, что за кажущимся разнообразием некомпетентных представлений скрывается ограниченное число типов идеологических систем, детерминирующих ценностную и логическую основу этих представлений. Поскольку человек является частичным носителем указанных идеологических систем, основное направление изучения некомпетентных представлений должно, по-видимому, строиться на выяснении вопроса о том, к какому идеологическому целому относится то или иное суждение респондента[25].

Сознание респондента не обязательно детерминировано какой-то одной идеологией. При проведении глубокого интервью в пределах зоны некомпетентности часто бывает, что респондент <перескакивает> из одной идеологической системы в другую, не замечая при этом логической несовместимости своих высказываний. В связи с этим при проведении обследований следует ожидать выявления двух типов респондентов, которые условно можно назвать <идеологами> и <эклектиками>. Идеологи - это сравнительно редкий тип респондента, последовательно придерживающийся в своих взглядах какой-то одной идеологии. Эклектики - прямо противоположный тип с <кусочным> мировоззрением, перескакивающим из одной идеологической системы в другую в зависимости от того, на какую ценность <нажимает> интервьюер. Крайние эклектики, как и идеологи, по-видимому, встречаются редко, но основной массе населения присуща определенная эклектичность их мировоззрения, связанная с неустойчивостью мотивации и наличием конкурирующих мотивов выбора идеологии.

В качестве примера попытки построения типологии идеологических систем можно привести интересную схему, предложенную А.Амальриком. Схема изображает набор политических идеологий, сформировавшихся в советском обществе к началу 80-х годов. Идеологии в схеме расположены по кругу, так как, по мнению А.Амальрика, <правые> идеологии могут переходить в <левые> и наоборот. В полном согласии с нашим положением о наличии в идеологиях когнитивных (концептуальных) и мотивационных компонентов А.Амальрик помещает названные им типы идеологий в промежутке между политическими доктринами (марксизм, национализм, либерализм - других доктрин, по А.Амальрику, человечество не придумало) и <социальными чувствами>, названными им <субидеологиями>.

Схема идеологий в советском обществе 70-х годов (по А.Амальрику):

1 - суперидеологии; 2 - идеологии; 3 - субидеологии; 4 - связующие идеи; 5 - прямое взаимовлияние; 6 - косвенное взаимовлияние.

Схема А.Амальрика и описанный им динамический процесс <перетекания> сторонников одной идеологии - к другой хорошо иллюстрируют тот факт, что знание идеологий в значительной мере автономно от мотиваций выбора. В определенном смысле можно сказать, что любой живущий в обществе индивид <знает> (хотя и с разной степенью детализации) практически весь существующий в обществе спектр идеологий, но <выбирает> либо одну из них, либо, чаще, две или три смежные идеологии одновременно, <качаясь> при этом в определенном идеологическом диапазоне.

Предложенную А.Амальриком схему не следует считать априорной, поскольку она основана на его социальных наблюдениях. Вместе с тем ее нельзя назвать и эмпирической, поскольку ее автор не сделал попытки ни операционализировать предложенную им систему понятий, ни создать эмпирическую методику изучения репрезентации идеологий в сознании населения. Следует также отметить, что сформулированное нами понятие <зона некомпетентности> включает в себя не только политические идеологии, но также и большое число <житейских> или <бытовых> мировоззрений, которые, впрочем, могут как-то корреспондировать с политическими пристрастиями индивида.

Идеологии представляют собой концептуальные структуры, существенно отличающиеся по своим свойствам от научных концепций и от наработок обыденного сознания в пределах зоны компетентности. Основное отличие идеологий заключается в том, что их принятие и отбор обосновывающих аргументов осуществляется в мощном <мотивационном поле> тех или иных пристрастных мотиваций. Указанные мотивации могут иметь самую разнообразную природу, включая весь возможный набор субъективных мотивов (психологическая защита и т.п.), ролевых и <классовых> интересов, психологических установок, ценностных ориентаций и др. Наличие искажающих мотиваций является частой (но не обязательной) причиной внутренних концептуальных пороков идеологических представлений, сводящихся к следующим двум типам.

1. Отрыв концептуальных представлений от эмпирической основы и наличие в них логических пороков, т.е. формирование концепций на основе различных маловероятных предположений, логических спекуляций, фантазий, непроверенных сведений, неправомерных аналогий и т.п.

2. Несоблюдение принципов <рациональной дискуссии> при защите концепции от опровергающих ее логических или эмпирических аргументов. Принцип рациональной дискуссии заключается в ясной формулировке обсуждаемой проблемы и систематической критике различных ее решений, уважении к нелицеприятной дискуссии и внутреннему авторитету хорошо обоснованных аргументов. Отказ от корректной дискуссии может выражаться в бессвязности аргументов либо в их логических пороках. Применительно к идеологиям одним из наиболее распространенных пороков аргументации является отсутствие единой логики в выдвигаемых аргументах. Каждый аргумент выдвигается в этом случае вне связи с другими аргументами, и не проводится работа по дедуктивному разворачиванию для проверки логической совместимости. В логике данный вид некорректной аргументации носит название <выдвижение аргументов к данному случаю>. В числе других распространенных пороков аргументации следует указать на систематический отбор подтверждающих свидетельств при игнорировании опровергающих, использование для объяснения непроверяемых, неточных, неопределенных, неоперациональных выражений и т.п.

Таким образом, можно назвать три главных различия представлений в зоне компетентности и в зоне некомпетентности:

а) по своему происхождению первые являются в основном индивидуальными, а вторые - в основном коллективными;

б) первые в основном являются оценочно-нейтральными, а вторые в основном - оценочными, что выдвигает проблему разграничения в них ценностных и когнитивных компонентов;

в) представления в зоне компетентности имеют в своей основе четкую логическую структуру, хотя ее существование может затушевываться неумением респондента компактно и логично формулировать свои мысли. В противоположность этому представления в зоне некомпетентности могут иметь очень серьезные логические пороки, которых индивид под действием своих мотиваций стремится не замечать.

Перечисленные выше особенности делают представления в составе зоны некомпетентности интересным и крайне сложным для изучения объектом. Первым шагом к изучению этих представлений должна стать логическая реконструкция входящих в них когнитивных структур. Данный этап работы может быть выполнен только методом глубокого интервью, которое фокусируется, по-видимому, сначала на поиске мотиваций выбора идеологии, а затем на ее концептуальном разворачивании.

Ситуация здесь осложняется несколькими факторами:

а) человек, как уже было сказано, является частичным носителем идеологии; следовательно, концептуальная структура идеологий должна реконструироваться исследователем из <кусочков>, выявленных в сознании разных респондентов;

б) глубинные мотивации выбора одной и той же идеологии у разных людей могут быть различными, что должно повлечь за собой возникновение различных модификаций одной и той же идеологии, детерминированных разными мотивациями;

в) под действием конкурирующих мотиваций человек может придерживаться сразу нескольких идеологий, актуализация которых в ходе интервью будет определяться различными ситуационными причинами.

Для изучения объекта, обладающего столь специфическими свойствами, требуется, как уже было сказано, создание специфического методического аппарата. На первом

этапе неколичественными методами необходимо логически реконструировать идеологические системы как концептуальные образования. На базе этих реконструкций могут быть созданы диагностирующие тест-вопросы, которые позволят количественно определить распределение влияния идеологических систем или их осколков в сознании населения.

ГЛАВА 5. ГЛУБОКОЕ ИНТЕРВЬЮ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ АНКЕТ

Проблемы повышения адекватности количественного инструментария

Социологам, привыкшим работать с формализованными анкетами, глубокое интервью может помочь в двух отношениях. Во-первых, его применение поможет социологу осознать границы применимости и ограниченность возможностей анкетного метода. Во-вторых, глубокое интервью является эффективным средством проверки качества анкет и одновременно средством их доработки. Часто после проведения первых же интервью исследователю становится ясна необходимость радикальной переработки созданной им анкеты.

Применение глубокого интервью при отработке социологических анкет является одной из форм пилотажного опроса. В связи с этим целесообразно сделать ряд замечаний относительно пилотажных опросов вообще. В отечественных методических источниках, как правило, указывается на необходимость проведения пилотажных исследований при отработке социологического инструментария, однако данному вопросу обычно уделяется очень мало места и методические особенности проведения этого важного этапа, как правило, раскрываются недостаточно.

Типичное описание пилотажного исследования в отечественной литературе выглядит так: <Пилотажное исследование в социологии - это пробное исследование преимущественно методической направленности, цель которого - проверка качества инструмента для сбора социологической информации. В процессе пилотажа вырабатывается проект (макет) методики, который затем опробуется в условиях, близких к условиям массового полевого исследования. При этом выясняется мера потерь и искажений информации из-за наличия языкового, психологического и других барьеров и тех обстоятельств в ситуации опроса, которые не были учтены при разработке программы и методик исследования. Обычно при пилотаже считается достаточным опрос 50-100 человек, подобранных так, чтобы в выборку были включены все значимые для целей исследования группы респондентов>.

Приведенное выше описание процитировано не только потому, что оно типично, но и потому, что оно соответствует реально сложившейся в отечественной социологии практике. Эта реальная практика такова. В зале собирают указанные выше 50-100 человек, раздают им проект анкеты и предлагают заполнить. Собранные анкеты просматривают и анализируют. При этом, действительно, возникают определенные сигналы о том, что те или иные вопросы плохо срабатывают. К числу таких сигналов относятся:

а) низкая заполняемость некоторых вопросов либо высокий процент ответов типа <не знаю>, <затрудняюсь ответить>. Это, пожалуй, один из основных сигналов о том, что вопрос либо непонятен, либо затрагивает <закрытые зоны> в сознании респондента, либо предъявляет слишком высокие требования к памяти респондента, либо страдает иными аналогичными пороками;

б) в полузакрытых, а порой и закрытых вопросах респонденты вписывают свои варианты ответов, не совпадающие ни с одним из закрытий. Если число таких

ответов превышает 5-7%, то это безусловный сигнал к тому, чтобы доработать список закрытий;

в) некоторые респонденты пишут свои пояснения на полях анкеты, порой весьма пространные. Такие записи могут служить источником включения в анкету дополнительных вопросов, изменения ее структуры;

г) некоторые респонденты подходят к проводящим опрос социологам и беседуют с ними. Иногда эти беседы относятся к отдельным вызвавшим затруднения вопросам анкеты, иногда превращаются в обсуждение всей затронутой в анкете проблематики. Беседы такого рода часто оказываются полезными для социологов и влияют на окончательную отработку инструментария, однако сложившаяся практика такова, что эти беседы не являются специально запланированным методическим этапом, проходят без разработанного заранее методического плана и строго не протоколируются.

Таким образом, можно отметить, что сложившаяся практика проведения пилотажных опросов в принципе дает социологам определенные сигналы о том, как следует доработать анкету. Вместе с тем, реальная ценность этих сигналов, в общем, невелика. Дело в том, что практически работающий социолог, знакомый с имеющейся методической литературой и лично принимавший участие в проведении нескольких опросов, приобретает навык избегать грубых ошибок при составлении анкет. Заполнение анкет респондентами при пилотажных обследованиях часто проходит <гладко>, в том смысле, что особых затруднений респонденты не испытывают, и анкета в результате такого пилотажа претерпевает лишь незначительные изменения. Вместе с тем, как будет показано ниже, <гладкость> заполнения отнюдь не означает высокого качества анкеты.

Прежде чем приступить к описанию наших рекомендаций по проведению пилотажных исследований, следует отметить, что существует или, по крайней мере, должно существовать несколько типов пилотажных исследований. Для социологов должно стать привычным, что отработка или <доводка> анкет - сложный и многоэтапный процесс, состоящий, как правило, из 3-5, а то и большего числа разных <пилотажей>[26]. В частности, пилотироваться может не только вопросник, но и, например, выборка (т.е. проверяться доступность респондентов, реалистичность избранной процедуры их поиска и т.п.), процедура опроса (время, место и способ организации опроса, продолжительность заполнения анкеты) и ряд других параметров обследования. При пилотировании собственно вопросника предметом пилотажа могут быть сами вопросы, структура и композиция анкеты, а также проблематика исследования. Рассмотрение всего комплекса этих проблем, т.е. описание различных видов пилотажных исследований, представляется важным, но не это входит в задачу данного параграфа. Его задачей является описание лишь некоторых видов пилотажа, связанных с применением глубокого интервью.

Наиболее приемлемым для пилотажного исследования мы считаем часто используемый психологами метод заполнения респондентом теста или вопросника, <рассуждая при этом вслух>. Иными словами, респонденту следует предложить ознакомиться с готовым вариантом анкеты и заполнить ее, сообщая при этом интервьюеру все мысли, ассоциации и затруднения, которые приходят в голову. В хорошо отработанной анкете таких сопутствующих мыслей и затруднений будет немного. Вопросы, логическое членение которых доведено до конца и которые понятны респонденту, обычно заполняются сразу и не вызывают никаких устных комментариев. Иначе обстоит дело с разного рода <неадекватными> вопросами. Ответом на один такой вопрос вполне может стать длительное интервью, которое покажет полное несоответствие анкеты изучаемой проблематике.

Следует отметить, что многие проблемы неадекватности вопросов и вопросников освещены в отечественной литературе. В частности, довольно часто говорится об

ограничениях, связанных с памятью респондентов, об узости их языковых возможностей (по причине, например, невысокого уровня образования), о личном или интимном характере вопросов[27] и о ряде других факторов. Не отрицая важности этих аспектов, мы хотим сосредоточить внимание на главном, с нашей точки зрения, недостатке отечественных анкет, а именно - на своего рода <когнитивных> затруднениях, вызываемых у респондентов неправильно поставленными вопросами. Под <неправильными> вопросами мы, в частности, понимаем:

- сложные вопросы большого логического объема, не <вмещающиеся> в список закрытий, даже если последний содержит 10-15 и более пунктов;
- вопросы, содержащие разного рода логические пороки (<двойной> вопрос, противоречиво сформулированный вопрос, неоднозначный по смыслу и т.п.);
- вопросы, содержащие презумпции, противоречащие знаниям или представлениям респондента;
- вопросы, знания или представления о которых вообще отсутствуют в сознании респондента;
- вопросы, в которых респондент не находит того типологического случая, к которому относится он сам (к примеру, если спросить в анкете, кто в основном занимается ребенком, отец или мать, а реально ребенок живет у бабушки, то респондент, строго говоря, не может ответить на такой вопрос, хотя в действительности он обычно как-то на него отвечает).

Для иллюстрации того, что такое неадекватный вопрос и как он работает, приведем следующую сцену, взятую из реальной социологической жизни (опрашивался директор животноводческой фермы):

<Интервьюер (читает вопрос анкеты): Приходилось ли Вам за последние два месяца внедрять какие-либо инновации?

Респондент (думает, затем спрашивает): А что такое инновации?

Интервьюер: Ну, это если Вы внедрились у себя что-то новое...

Респондент (думает, затем спрашивает): Вот две недели назад я две проржавевшие оцинкованные ванны выбросил и заменил пластмассовыми. Это инновация?

Интервьюер (думает, затем отвечает): Да, пожалуй, это инновация.

Респондент (думает, затем спрашивает): А еще я в прошлом месяце двух пьяниц уволил. Это инновация?

Интервьюер (думает, затем отвечает): Нет, это не инновация.

Респондент (думает, затем спрашивает): Я сказал, что заменил две ванны. Это одна инновация или две?

Интервьюер (думает, затем отвечает): По-видимому, одна.

Респондент: Ну, тогда пишите, что одна.

Интервьюер: Понятно. Переходим к следующему вопросу...>

Интервью, проводимые по анкете, обычно выявляют несколько уровней ее недостатков. Таких уровней можно выделить, как минимум, три. Первый уровень - это возможная неадекватность анкеты всей изучаемой проблематике или самой изучаемой действительности. В этом случае требуется радикальная замена всей анкеты, а также рассмотрение вопроса о том, применим ли вообще метод анкетного опроса к данной (уточненной) проблематике. Пример, иллюстрирующий необходимость такой радикальной замены приведен в приложении к данному параграфу. Второй уровень - это состав вопросов и логическая композиция анкеты. В отечественных учебниках, рассматривая проблему композиции анкеты, много пишут о том, что порядок следования вопросов может сильно повлиять на результаты опроса. Это верно, но в данном случае речь идет о другом. Говоря об ошибках композиции, мы имеем в виду следующее. Во-первых, в анкете могут обнаружиться как <лишние> (нерелевантные) блоки вопросов, так и, что еще

важнее, отсутствующие, но содержательно необходимые (релевантные) блоки вопросов.

Во-вторых, как уже отмечалось в главе второй, анкеты, составленные отечественными социологами, почти всегда грешат недостаточной логической разветвленностью, упуская многие широко распространенные в действительности типологические случаи. Следует подчеркнуть, что первые же несколько интервью, проведенные по априорно составленной анкете, выявляют большое количество <недостающих> вопросов как первого, так и второго типа.

Наконец, третий уровень - это уровень самих вопросов и содержащихся в них подсказок-закрытий. Этот уровень можно охарактеризовать как <тонкую> или окончательную доводку анкеты. Перечень возможных пороков формулировок вопросов и закрытий, в общем, описан в отечественной литературе, но, несмотря на это, недостатки такого рода постоянно воспроизводятся в составляемых отечественными социологами анкетах.

Сопоставление результатов анкетных опросов (как пилотажных, так и массовых) с результатами глубокого интервью по этим анкетам демонстрирует, что <гладкость> или <легкость> заполнения анкет сидящими в зале респондентами часто бывает кажущейся. Практика показывает, что респонденты в подавляющем большинстве случаев как-то отвечают даже на те вопросы, которые содержат в себе грубые методические пороки. Этот эффект становится понятным, если учесть, что с психоэнергетической точки зрения респонденту легче ответить на вызывающий сомнение вопрос, чем идти и выяснять по этому поводу отношения с лицами, проводящими анкетирование. Лишь свободное интервью, в котором респондента просят сообщать обо всех испытываемых им затруднениях и сопутствующих мыслях, может выявить, насколько неадекватным может быть такой <гладко> заполняемый вопрос.

В качестве примера приведем выдержку из методического интервью, проведенного по просьбе автора Галиной Вохменцевой. Респондент - молодой рабочий, прошедший службу в армии, со средним образованием.

<Респондент (зачитывает вопрос анкеты): ЧТО ТАКОЕ ХОРОШАЯ РАБОТА? ЧТО ОНА ДОЛЖНА ДАВАТЬ ЛЮДЯМ?

Интервьюер: Понятен вопрос?

Респондент: Да, понятен.

Интервьюер: Читайте дальше.

Респондент (читает первый вариант закрытия):

1. *Постоянно совершенствоваться.*

После прочтения респондентом этой подсказки диктофон зафиксировал 40-секундную паузу. Затем респондент трижды пытался начать какую-то фразу, отражающую его мнение по поводу данной формулировки, но эта фраза у него не складывалась. Наконец он сказал: <Что значит <постоянно совершенствоваться?> Я этого не понимаю. Это квалификацию повышать, что ли? Но тогда так и надо было написать. А так это бессодержательно...>

В завершение данного параграфа следует рассмотреть вопрос о выборке в пилотажных исследованиях. В отечественных источниках указывается, что объем выборки должен составлять от 50 до 100 человек. По нашему мнению, существуют разные типы пилотажей, и объем выборки при их проведении должен быть различным. В целом при проведении пилотажных исследований сохраняет силу принцип, согласно которому меньшей степени формализации опроса должен соответствовать и меньший объем выборки. Можно, конечно, провести по анкете и 100 свободных интервью, однако целесообразнее двигаться поэтапно, осуществляя, как уже было сказано, 3-5 пилотажных исследований, и проводя после каждого этапа доработку и коррекцию инструментария. Думается, что по ни разу не

пилотировавшейся анкете достаточно провести свободное интервью с 5-10 респондентами. Как показывает практика, этого числа бесед оказывается более чем достаточно для осознания необходимости существенной ее переработки. Следующие этапы пилотажа могут потребовать опроса большего числа респондентов с целью выявления различных неучтенных анкетой типологических случаев, уже сравнительно редких, но возможно составляющих 10-15% в выборке. Степень формализации вопросника может при этом, наверное, возрасти, но отрефлексированным методическим опытом по данному вопросу мы не располагаем. С целью снижения трудоемкости исследования по увеличенной выборке может пилотироваться уже не вся анкета, а лишь отдельные ее блоки или вопросы. Выборки для пилотажей должны составляться по типу квотных, чтобы при опросе были учтены различия в ролевых позициях и, по возможности, в типах личности респондентов.

Приложение: Сопоставление результатов обследования методом анкеты и методом глубокого интервью

Приведем пример неадекватности анкеты на самом первом из названных выше уровней, т.е. на уровне ее полного несоответствия реальной действительности. Речь пойдет об описании поставленного самой жизнью методического эксперимента, в ходе которого одна и та же проблема параллельно изучалась двумя различными методами: анкетой и глубоким интервью.

Исходный заказ на исследование был сформулирован в конце 70-х годов работниками аппарата Минуглепрома СССР и состоял в том, чтобы изучить причины очень высокой сменяемости линейных руководителей среднего звена на угольных шахтах. При прохождении по административным инстанциям (от заказчика к руководству института ВНИИуголь, от руководства института - к руководителю социологической лаборатории названного института) суть заказа существенно исказилась. Слово <сменяемость> заменилось на более привычное социологам слово <текучесть кадров>, а слово <руководящие работники> - на более привычное <инженерно-технические работники> (ИТР), в число которых входят не только линейные руководители производства, но и большое число работников, занятых в цехах и в заводоуправлении на должностях инженеров, техников, экономистов, нормировщиков и др. В итоге название темы стало звучать как <Изучение причин текучести кадров ИТР на угольных шахтах>.

Руководство института ВНИИуголь поручило разработку этой темы своей собственной социологической лаборатории, в составе которой работал и автор данной книги, и одновременно, на основе хоздоговора, группе работников Академии народного хозяйства СССР (АНХ). В результате выдачи параллельных заданий возникла своего рода <конкуренция> между группой АНХ и автором данной книги.

Группа АНХ пошла по традиционному анкетному пути и в определенном смысле сделала это грамотно. Работники этой группы взяли за основу разработанные к тому времени анкеты по изучению причин текучести рабочих кадров. Эти анкеты отличались определенной спецификой, которая заключалась в следующем. В принципе, для изучения причин текучести правильнее было бы опрашивать лиц, увольняющихся с предприятия. Однако организовать такой опрос технически сложно, поэтому по традиции, восходящей к работам Е.Антосенкова, советские социологи изучали не причины увольнений, а степень и факторы неудовлетворенности трудом, а также так называемую потенциальную текучесть среди лиц, работающих на предприятии. Возможные недостатки такого подхода здесь обсуждаться не будут. Для нас важно, что группой АНХ была взята за основу именно такая анкета, декларативно направленная на изучение причин текучести кадров, но реально изучавшая причины неудовлетворенности трудом.

Для того, чтобы провести опрос инженерно-технических работников, анкета, приспособленная для опроса рабочих, требовала определенной переделки, учитывающей специфику труда ИТР. С этой задачей группа АНХ справилась в общем удовлетворительно. В частности, были учтены существенные различия в организации систем оплаты труда рабочих кадров и ИТР. В целом разработанная указанной группой анкета не содержала в себе грубых методических ошибок в том смысле, что достаточно легко заполнялась респондентами и не включала вопросов, которые ставили бы их в тупик. Опрос был проведен по большой выборке, результаты обработаны на ЭВМ, и главный итог обследования выглядел так: основными причинами текучести кадров ИТР являются низкая зарплата и плохая обеспеченность жильем. В определенном смысле этот результат можно признать правильным, потому что зарплата многих должностных групп ИТР, включая и руководителей производства, в те годы была ниже, чем у рабочих, и обеспеченность жильем, также объективно была неудовлетворительной (хотя трудно сказать, у кого она была хуже и у кого быстрее продвигалась очередь на жилье: у рабочих или у ИТР. Этот и ряд других вопросов, связанных с жильем остались за рамками рассмотрения). Так или иначе, описанный выше результат внешне выглядел правильным и даже очевидным, но на самом деле представлял собой колоссальную ошибку, принципиально неправильно трактуя процессы сменяемости и текучести кадрового состава изучаемого контингента работников.

Перейдем теперь к описанию той части работы, которая была выполнена группой исследователей, в состав которой входил и автор данной книги. По совету научного руководителя В.Чесноковой в целях уточнения проблематики была проведена серия глубоких интервью. Первым шагом явилась беседа с заказчиком - ответственным работником Минуглепрома СССР. Эта беседа помогла уточнить суть заказа и мотивы его выдвижения. Опрашиваемый разъяснил, что министерство обеспокоено высокой сменяемостью и трудностями комплектования кадрового состава руководителей производства на угольных шахтах. В доказательство он показал отпечатанные на ЭВМ сводки, которые действительно показывали рост показателей сменяемости руководителей на протяжении последних лет. Относительно причин этого явления заказчик что-либо сообщить затруднился и сказал, что именно это и необходимо узнать в ходе обследования[28]. Важным результатом беседы было выяснение того, что заказчика интересовали проблемы сменяемости только производственных руководителей, а не всех ИТР.

После беседы с заказчиком было проведено несколько десятков интервью с руководителями угольных шахт, в основном с директорами и главными инженерами. Часть собранных тогда интервью позднее была опубликована в сборнике <Производственные интервью, вып. 2>. Первые же беседы с руководителями шахт поразили сложностью, напряженностью производственной обстановки и обилием проблем, которые не были не только описаны, но и даже поставлены отечественными социологами. Далее, интервью прояснили суть сделанного министерством заказа. Речь, безусловно, шла не о текучести кадров. Некоторая текучесть, то есть увольнения по собственному желанию, имели место только в низшей должностной группе руководителей (горных мастеров), но это не очень волновало опрашиваемых. Вместе с тем, кадровая ситуация на следующей должностной ступени, а именно должности начальников участков, которая соответствует должности начальника цеха в других отраслях промышленности, была признана чрезвычайно острой почти всеми опрошенными. При этом речь шла не о текучести кадров, так как увольнения по собственному желанию были нехарактерны для данной должностной группы и представляли собой весьма редкие и нетипичные случаи. Высокие показатели сменяемости, отражавшиеся в министерских сводках, порождались так называемой административной

сменяемостью, т.е. освобождением руководителей от должности за невыполнение плана, выявленные проверками нарушения техники безопасности и по разным другим причинам. Эта сменяемость действительно была очень высока, на некоторых шахтах она достигала 40 и более процентов в год.

Информация, полученная в ходе проведения глубоких интервью, выявила основополагающий недостаток проводившегося параллельно анкетного обследования. Это обследование, напоминаем, было ориентировано на изучение причин текучести инженерно-технических кадров. Главный порок этого исследования состоял в том, что в нем были изучены причины явления, которого в действительности нет. Глубокие интервью сразу выявили, что вместо текучести существует административная сменяемость, а это принципиально иное явление, порождаемое совершенно иными факторами и отражающие совершенно иную проблему.

Обнаруженное в ходе исследования новое явление административной сменяемости требовало выяснения причин его возникновения и функциональной роли. Понимание этих вопросов пришло не сразу. Первым обратившим на себя внимание сигналом был тот факт, что небольшое число опрашиваемых руководителей (около 10-15%), в отличие от большинства своих коллег, характеризовали производственную и кадровую обстановку на своих шахтах как относительно спокойную. Это послужило основой для выдвижения гипотезы о наличии связи между степенью напряженности плана и сменяемостью кадрового состава руководителей. Дальнейшие исследования, а также изучение литературы (главным образом мемуаров руководителей и министерских работников советской эпохи) позволили сформировать следующую концепцию.

В плановой экономике существует одна трудно решаемая проблема. Если производственная единица не выполнила план, у вышестоящих органов управления возникает вопрос: произошло это по объективным причинам из-за нехватки ресурсов или вследствие плохого руководства? Понятно, что в первом случае необходимо выделить дополнительные ресурсы, а во втором - сменить руководителя. За 70 лет советской власти все попытки научиться решать этот вопрос объективно, на основе учета производственных мощностей и составляемых на их базе техпромфинпланов, окончились неудачей. Вместо этого административная экономика изобрела иной, по-своему эффективный, хотя и циничный механизм. Суть его заключается в том, что производству ежегодно методом <от достигнутого> выдают увеличивающиеся плановые задания. Выдача такого задания подкрепляется угрозой применения санкций по отношению к руководителям предприятий в случае его невыполнения. В сталинские времена такой угрозой могли быть лагерь или расстрел. В последующие десятилетия санкции смягчились, и основной из них стала угроза административного освобождения от должности.

В динамике этот механизм действовал следующим образом. Производственные мощности предприятия не являются постоянной величиной, они растут в результате капитальных вложений и падают вследствие износа оборудования. Наиболее типичный график динамики производственных мощностей завода - это дуга, обладающая восходящей и нисходящей ветвями. Если завод относительно новый или недавно прошел реконструкцию, он обычно обладает определенными реальными резервами увеличения своих производственных мощностей за счет более полной загрузки оборудования, подключения новых единичных мощностей и т.п. Постепенно эти резервы исчерпываются, и кривая, отражающая динамику мощностей, из восходящей переходит в горизонтальную. Затем оборудование начинает изнашиваться и, если вовремя его не обновить, кривая мощностей пойдет вниз.

На этапе роста производственных мощностей практика увеличения планов <от достигнутого>, в общем, себя оправдывает, отчасти являясь даже стимулятором роста производства. Проблемы начинают возникать на <горизонтальном> этапе, когда основные резервы увеличения мощностей исчерпаны, но плановые требования продолжают расти. Тем не менее, на этом этапе расхождение между динамикой мощностей и динамикой требований еще не столь велико, и на протяжении какого-то времени (нескольких лет) дирекция предприятия может правдами и неправдами выходить из положения. Наконец, когда оборудование вступает в стадию износа, кривые мощностей и плановых требований резко расходятся, образуя <ножницы>. В этот момент вышестоящие органы планового управления начинают настоящее <избиение> руководящего состава предприятий. Происходит, так сказать, <проверка на вшивость>: выясняется вопрос, действительно ли для дальнейшего увеличения производства необходимы дополнительные ресурсы или можно обойтись увеличением административного давления на руководство, угрозами, сменой руководителей. И лишь после того, как сменяют двух-трех директоров, а производство продолжает работать все хуже и хуже, факт исчерпания возможностей предприятия считается доказанным. В этот момент цикл начинается сначала. На предприятие назначают нового (третьего-четвертого по счету) директора, причем стараются найти действительно незаурядного управленца. Одновременно предприятию выделяют дополнительные капиталовложения, увеличивают фонд зарплаты и создают иные льготные условия, благодаря которым новый директор может вывести предприятие из кризиса. Спустя определенное время (в зависимости от объема ресурсного вливания этот срок может составить от 5 до 15 лет), производство снова войдет в состояние кризиса, и вновь директору и нижестоящим руководителям придется пережить унижительные и несправедливые обвинения в <неспособности> выполнить государственное задание (в сталинские годы вместо <неспособности> фигурировали слова <саботаж> и <вредительство>).

Разумеется, выше описана лишь самая общая схема, которая в реальной действительности могла широко варьироваться. В частности, было бы очень интересно изучить те контрстратегии, которые использовали руководители для своего выживания. Частично такие механизмы описаны в статье С.Павленко <Неформальные управленческие взаимодействия>. Однако нашу схему не следует считать чисто условной, потому что в истории советской экономики она много раз применялась буквально. В частности, в сталинское время описанный выше сценарий реализовался в черной металлургии, а возможно и в других отраслях тяжелой промышленности. С 1930 по 1935 г. производственные мощности, планы и объемы производства продукции в черной металлургии быстро росли под действием крупномасштабных закупок оборудования на Западе. Затем закупки были прекращены, оборудование начало стареть, но планы продолжали наращивать в достигнутом ранее темпе. Рост планового давления вынудил директоров предприятий идти на нарушения технологии, что ускорило износ мощностей. В результате в 1938 г. произошло крупное недовыполнение плана, после которого в отрасли было смещено около половины всех директоров, главных инженеров и нижестоящих руководителей производства. Насколько можно понять по цитируемому источнику, а также по книге А.Бека <Новое назначение>, большинство из них были арестованы. По сходному сценарию осуществлялись аресты председателей колхозов в конце 40-х и начале 50-х годов в период их <небывалой текучести>.

В последующие годы (сталинские и послесталинские) этот сценарий реализовывался неоднократно в различных отраслях. Мы не располагаем систематическими данными по всему народному хозяйству, однако несомненно, что

в конце 70-х годов в состоянии производственного и кадрового кризиса находилась угольная промышленность, капиталовложения в которую <срезал> еще Н.Хрущев, а планы по производству Совмин СССР продолжал увеличивать.

Последнюю крупномасштабную попытку увеличить объемы производства за счет увеличения административного давления на заводы предпринял Ю.Андропов. Он добился увеличения сменяемости руководителей приблизительно на 30%, но реальные объемы производства от этого не возросли, и в целом проведенная им кампания оказала скорее отрицательное влияние на народное хозяйство, породив в нем своего рода <внеплановый аврал> со всеми характерными для авралов последствиями. Возможностей осуществить крупные ресурсные вливания в экономику у Ю.Андропова не было, а иными рычагами воздействия в рамках административной системы руководство страны просто не располагало.

Следует отметить, что описанная выше взаимосвязь между степенью напряженности производственных планов и сменяемостью руководителей обнаруживается и во внутрицеховой структуре заводов, поскольку плановая загрузка цехов, как выяснилось в результате обследования, крайне неравномерна. На каждом предприятии существуют так называемые трудные цеха, постоянно не выполняющие планов. По нашим замерам, сменяемость руководителей в таких цехах в 2-3 раза превосходит сменяемость руководителей в других цехах заводов.

Хотя изменившаяся в стране политико-экономическая ситуация лишила практической значимости описанные выше результаты, их научная значимость, с нашей точки зрения, сохраняется, поскольку подобные эффекты могут возникать (и, судя по всему, возникают) в любых крупных административных системах, включая, например, крупные корпорации. Думается, что в 70-е годы отечественная социология могла бы успеть совершить много интересных открытий, если бы не надела сама на себя шоры из формализованных анкет.

Методическое значение приведенного выше примера заключается в том, что глубокое интервью, примененное на начальном этапе исследования, выявило необходимость радикально поменять проблематику исследования, приблизив ее к действительности.

Социологи, не имеющие опыта работы с глубокими интервью, часто высказывают опасения, что отсутствие количественных данных делает результаты исследования недостоверными или, в лучшем случае, бездоказательными. Это неверно по ряду причин, в частности потому, что при наличии у исследователя качественной концепции операционализация основных ее переменных, как правило, не составляет особого труда. В частности, в разработанных автором анкетах были вопросы о числе полученных за последний год выговоров, о стаже работы в занимаемой должности, о реальной продолжительности рабочего дня и др. Вместе с тем, и это тоже важно отметить, многие концепции включают в себя такие переменные, которые могут быть объективно измерены, но не методом анкетного опроса. Частым недостатком отечественных анкет является то, что с их помощью пытаются получить те или иные количественные данные, корректность и достоверность которых может быть обеспечена только проведением статистических замеров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день стало очевидным, что социологические методы, долгое время в нашей стране использовавшиеся в исследованиях по достаточно узкой, специфической проблематике, находят применение во многих сферах общественной, экономической и политической жизни. В этом мы воспроизводим опыт развитых стран, где социологические исследования давно стали значимым фактором экономической и политической жизни.

К настоящему времени опубликовано много книг и учебных пособий, посвященных социологическим исследованиям в широком смысле, тем не менее, ощущается явный недостаток более специализированных изданий, детально разрабатывающих методологические принципы конкретных форм социологического инструментария.

Предлагаемая читателям книга является попыткой заполнить этот пробел. Она посвящена методу индивидуального глубокого интервью, который, на наш взгляд, является одним из самых перспективных. В первую очередь потому, что этот метод, в отличие от формализованных опросов или фокус-групп, позволяет проводить исследования самых сложных и <закрытых> областей общественной жизни: теневой экономики, взаимоотношений политических элит, интимной сферы и т.д.

В книге рассмотрен исторический аспект проблемы (генезис и развитие метода), определена сущность метода в его взаимоотношениях с иными формами социологических методик, а также даются конкретные и подробные рекомендации по подготовке и проведению глубоких индивидуальных интервью.

Нам представляется, что данное издание, наряду с другой нашей книгой <Метод фокус-групп>, окажется полезным пособием как для преподавателей и студентов социологических факультетов, так и для практиков, работающих в сфере маркетинговых исследований, рекламы и политических технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамкин В.Ф., Белановский С.А., Марзеева С.Н. Один день с рэкетиром // Проблемы прогнозирования, 1991, № 5.
2. Аграновский А. Суть дела. М: "Политиздат", 1968.
3. Алексеев А.Н. Ожидали ли Вы перемен? (Из материалов экспертного опроса рубежа 70-х - 80-х годов), книги 1-2. М.: ИС АН СССР, 1991.
4. Алексеев А.Н. Познание через действие. Фрагменты экспериментальной социологии, книги 1-111. М.: ИС РАН. 1993.
5. Алексеев А.Н. Применение метода включенного наблюдения в комплексном социальном исследовании// Молодежь. Образование, воспитание, профессиональная деятельность. Л.: Наука, 1973, с.65-71.
6. Алексеев А.Н. Скрытая камера социолога // Знание - сила, 1982, № 3.
7. Алексеев А.Н. Человек в системе реальных производственных отношений (опыт экспериментальной социологии) // Новое политическое мышление и процесс демократизации. М.: Наука, 1990.
8. Амальрик А. Идеологии в советском обществе// Погружение в трясину. М.: Прогресс, 1991.
9. Американская социология. Перспективы, проблемы, методы. Пер. с англ.. М.: Прогресс. 1972.
10. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория в ее преемственности и изменении. Пер. с англ. М.: Иностран. лит., 1961.
11. Белановский С. А. Некоторые мотивационные механизмы формирования молодежных коллективов и групп// Молодежь и культура. Проблемы досуга, художественного творчества, становления личности. М.: НИИ культуры РСФСР, 1985.
12. Белановский С.А. Социальный механизм планирования// Постигание. М.: Прогресс, 1989.
13. Белановский С.А. Сравнительный анализ свободного и формализованного интервью в социально-экономических исследованиях// Сравнительный анализ и методики социологических исследований. М.: ИС АН СССР, 1989.
14. Белановский С.А. Факторы эффективности управленческого труда в промышленности. М.: Наука, 1988.

15. Белановский С.А., Марзеева С.Н. Войны однополчан// Век XX и мир. 1990. N 11, с.22-28.
16. Белановский С.А., Писарева В.Н. Субкультура люберов. Научный отчет. М., 1989 (не опубликован).
17. Белановский С.А., Сокирко В.В. Интервью с председателем кооператива// Проблемы прогнозирования. 1991, вып.3.
18. Белановский С.А., Яременко Ю.В. Проблемы повышения качества труда. Изв. СО АН СССР. Сер. Экономика и прикладная социология. 1988, вып.3.
19. Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения. М.: Наука, 1978.
20. Былинский К.И., Розенталь Д.Э. Литературное редактирование. М.: Искусство, 1961.
21. Васильев А.Н., Карнеева Л.М. Тактика допроса при расследовании преступлений. М.: Юр. лит., 1970.
22. Вебер М. Избранные произведения. Пер. с нем. М.: Прогресс, 1990.
23. Воронов Ю.П. Методы сбора информации в социологическом исследовании. М.: Статистика, 1974.
24. Гилберт Дж.Н., Малкей М. Открывая ящик Пандоры. Социологический анализ высказываний ученых. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1987.
25. Гидденс Э. Девять тезисов о будущем социологии. Пер. с англ. // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. Том I, вып. I. М.: Наука-пресс, 1993.
26. Дедовщина в армии. Сб. социологических документов. Составители С.А.Белановский, С.Н.Марзеева. М.: ИНП РАН, 1991.
27. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. Пер. с франц. М.: Наука, 1991.
28. Дюркгейм Э. Самоубийство. Социологический этюд. Пер. с франц. Спб., 1912.
29. Жабский М.И. Методология прикладного социологического исследования. М., 1976.
30. Женские уголовные лагеря. Составители: Абрамкин В.Ф., Чеснокова В.Ф.. М.: Содействие (готовится к печати).
31. Журавлева И.В. Об использовании основных типов интервью в практике социологических исследований// Вопросы методики и техники социологических исследований. М., 1975, с.92-103.
32. Зиммель Г. Социальная дифференциация. Пер. с нем. М., 1909.
33. История буржуазной социологии XIX - начала XX века. М.: Наука, 1979.
34. История буржуазной социологии первой половины XX века М.: Наука, 1979.
35. Как провести социологическое исследование. М.: Политиздат, 1990.
36. Карнеева Л.М., Ордынский С.С., Розенблат С.Я. Тактика допроса на предварительном следствии. М.: Госюриздат, 1958.
37. Карпов Ю.Д. Исследование ценностных ориентации с помощью метода личных документов// Научные доклады к первому Всесоюзному симпозиуму по социологии села. Новосибирск, 1968.
38. Карпов Ю.Д. Организация сбора личных документов для целей социологического исследования// Социально-экономические проблемы трудовых ресурсов. Новосибирск, 1968.
39. Касьянова К. К вопросу о русском национальном характере. М., 1993.
40. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1980.
41. Кертэс И. Тактика и психологические приемы допроса. М.: Юр. лит., 1965.
42. Коммуникация в современной науке. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1976.
43. Кон И.С. Позитивизм в социологии. Исторический очерк. Л.: изд-во ЛГУ, 1964.

44. Константинов В.М., Найшуль В.А. Технология планового управления. М.: ЦЭМИ АН СССР, 1986.
45. Краткий словарь по социологии. М.: Политиздат, 1988.
46. Кун Т. Структура научных революций. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1977.
47. Лакатос И. Доказательства и опровержения. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1967.
48. Лебединский М.С. Очерки психотерапии. М.: Медицина, 1971.
49. Левада Ю.А. Лекции по социологии// Инф. бюллетень. N 5(20) М.: ИКСИ АН СССР, 1969.
50. Левиков А. Калужский вариант. М.: Политиздат, 1982.
51. Леви-Стросс К. Структурная антропология. Пер. с франц. М.: Прогресс, 1985.
52. Лекции по методике конкретных социальных исследований. Под ред. Андреевой Г.М. М.: изд-во МГУ, 1972.
53. Максимова Н. Бригады на перепутье// Экономика и орг. пром. про-ва, 1985, № 8, с.152-199.
54. Малкей М. Наука и социология знания. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1983.
55. Малолетка. Составители: Абрамкин В.Ф., Чеснокова В.Ф. М.: Содействие (готовится к печати).
56. Манхейм К. Идеология и утопия, части 1 - II. Пер. с нем. М.: ИНИОН РАН, 1992.
57. Марцымов А.Ф. Каким был Тевосян? // ЭКО. 1985, № 8.
58. Маршалл А. Принципы политической экономии. Пер. с англ. Т. 1-3, М.: Прогресс, 1983.
59. Маршалл А. Основы политической экономии. //Предмет и метод. Л., Путь к знанию, 1924, с.161-205.
60. Маслова О.М. Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов// Социол. исслед. 1984. № 2, с. 129-138.
61. Маурер Г. Без работы. Устная история безработных. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986.
62. Мертон Р. Референтная группа и социальная структура. Пер. с англ. М.: Институт молодежи, 1991.
63. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью. Пер. с англ. М., 1991.
64. Методологические и методические проблемы контент-анализа. Вып. 1-2. М.-Л., 1973.
65. Методологические проблемы социологического исследования мобильности трудовых ресурсов// Под ред. Заславской Т.Н. и Рывкиной Р.В. Новосибирск: Наука, 1974.
66. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Книга 1. М.: Наука, 1990.
67. Мид М. Культура и мир детства. Пер. с англ. М.: Наука, 1988.
68. Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. М.: Книга, 1980.
69. Михайлов С. Эмпирическое социологическое исследование. М.: Прогресс, 1975.
70. Мужские уголовные лагеря. Составители: Абрамкин В.Ф., Чеснокова В.Ф. М.: Содействие (готовится к печати).
71. Найшуль В.А. Высшая и последняя стадия социализма // Погружение в трясину. М.: Прогресс, 1991.
72. Научная деятельность. Структура и институты. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1980.
73. Новые направления в социологической теории. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1978.
74. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. Пер. с нем. М.: Прогресс, 1978.
75. Павленко С. Неформальные управленческие взаимодействия// Постигание. М.: Прогресс, 1989.
76. Паниотто В.И. Качество социологической информации. Киев, 1986.

77. Пельт В.Д. Интервью//Жанры советской газеты. М.: Высш.школа, 1972.
78. Пельц Д., Эндрус Ф. Ученые в организациях. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1973.
79. Письма из зоны. Составители: Абрамкин В.Ф. , Чеснокова В.Ф. М.: Содействие, 1993.
80. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986.
81. Полани М. Личностное знание. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1985.
82. Поппер К. Логика и рост научного знания. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1983.
83. Производственные интервью. Вып. 1-4. Под ред. Белановского С.А. М., 1991-1993.
84. Психология. Словарь. М.: Политиздат, 1990.
85. Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук. Пер. с франц. М.: Мир, 1972.
86. Рабочая книга социолога. М.: Наука, 1977.
87. Рабочая книга социолога. Изд. 2-е. переработанное. М.: Наука, 1983.
88. Рубинштейн М.М. Юность (по дневникам и автобиографическим записям). М., 1928.
89. Рукавишников В.О., Паниотто В.И., Чурилов Н.Н. Опросы населения. М.: Наука, 1984.
90. Руководство по психиатрии. Том I. Под ред. Г.В.Морозова. М.: Медицина, 1988.
91. Рыбников Н.А. Автобиографии рабочих и их изучение. М.-Л., 1930.
92. Рыбников Н.А. Биографии и их изучение. М., 1920.
93. Рыбников Н.А. Психология и изучение биографий // Психология, т. II. М.- Л., 1929.
94. Рывкина Р.В. Образ жизни сельского населения. Новосибирск: Наука, 1979.
95. Свинцов В.И. Смысловой анализ и обработка текста. М.: Книга, 1979.
96. Сенкевич М.П., Феллер М.Д. Литературное редактирование (лингвостилистические основы). М.: Высш. шк., 1968.
97. Словарь прикладной социологии. Под ред. Давидюка Г.П. Минск. 1984.
98. Смелсер Н. Социология экономической жизни. Пер. с англ. М.: Мир, 1965.
99. Современная западная социология. Словарь. М.: Политиздат, 1990.
100. Современная западная философия. Словарь. М.: Политиздат, 1991.
101. Сорокин П. Человек, цивилизация, общество. М.: Политиздат, 1992.
102. Социальная стратификация, вып. 1 - III. Пер. с англ. М.: ИИП РАН, 1993.
103. Социология преступности. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1966.
104. Социология сегодня. Проблемы и перспективы. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1965.
105. Справочное пособие по истории немарксистской западной социологии. М.: Наука, 1986.
106. Структура и развитие науки. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1978.
107. Структурно-функциональный анализ в современной социологии. Вып. I. Пер. с англ. М.: ИКСИ АН СССР, 1968.
108. Структурно-функциональный анализ в современной социологии. Вып.1. Пер. с англ. М.: ИКСИ АН СССР, 1969.
109. Теркел С. Работа. Сб. интервью. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1978.
110. Тернер. Дж. Структура социологической теории. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1985.
111. Триккель И. Некоторые вопросы теории репортажа// Радиорепортаж. М., 1967.
112. Тулмин С. Человеческое понимание. М.: Прогресс, 1984.
113. Тюремный мир глазами политических заключенных. Составители: Абрамкин В.Ф., Чеснокова В.Ф. М.: Содействие, 1993.
114. Фейерабенд П. Избранные труды по методологии науки. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986.
115. Филонов Л.Б., Давыдов В.И. Психологические приемы допроса обвиняемого// Вопр. Психологии, 1966, № 6, с.111-122.
116. Философия и методология истории. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1977.

117. Фрейд З. Введение в психоанализ. Лекции. Пер. с англ. М.: Наука, 1991.
118. Фрейд З. Я и Оно. Книга I. Пер. с нем. Тбилиси: Мерани, 1991.
119. Функции самодеятельного художественного коллектива на современном этапе. Методика анализа прессы. Составитель Чеснокова В.Ф. М., 1987.
120. Холтон Дж. Тематический анализ науки. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1981.
121. Чамокова Э.А. Опыт использования фокусированного интервью при опросе экспертов самодеятельного изобразительного искусства. М., 1978, с.87-105.
122. Чамокова Э.А., Чеснокова В.Ф. Фокусированное интервью в исследовании восприятия искусства. М., 1977, с.60-81.
123. Челпанов Г. Учебник логики (для гимназий и самообразования). М., 1915.
124. Чеснокова В.Ф. Предмет и критерии оценивания музыкальной самодеятельности// Проблемы оценки художественной самодеятельности. М., 1980.
125. Швырев В.С. Анализ научного познания. Основные направления, формы, проблемы. М.: Наука, 1988.
126. Шибутани Т. Социальная психология. Пер. с англ.: Прогресс, 1969.
127. Шляпентох В.Э. Проблемы достоверности статистической информации в социологических исследованиях. М.: Статистика, 1973.
128. Шумилина Т.В. Не могли бы Вы рассказать... Метод интервью в журналистике. М.: изд-во МГУ, 1976.
129. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. Пер. с польск. М.: Прогресс, 1969.
130. Ядов В.А. Методология и процедуры социологических исследований. Тарту, 1968.
131. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы. М.: Наука, 1972.
132. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы. Изд. 2-ое. М.: Наука, 1987.
133. Ядов В.А. Стратегия и методы качественного анализа данных// Социология, №1. М., 1991.
134. Якуб М.Л. Показания свидетелей и потерпевших. М.: изд-во МГУ, 1968.
135. Adams J.S. Interviewing Procedures. Chapel Hill: Univ. of West Caroline Press, 1958.
136. Allport G.W. The use of personal documents in psychological science. № 4., 1942.
137. Banaka W.H. Training in Depth Interview. N.Y., 1971.
138. Benjamin A. The Helping Interview N.Y., 1969.
139. Beveridge W.E. The Problem Solving Interview., 1924.
140. Bermosk L.L., Morgan M.J. Interviewing in Nursing. N.Y., 1964.
141. Bingham W.V., Moore B.V. How to Interview. N. Y., 1931.
142. Brooks W.D., Emmert Ph. Interpersonal Communication, 1972.
143. Dexter L. Elite and Specialized Interviewing. Evanston, 1970.
144. A Dictionary of Sociology/ ed. by G.D.Mitchell. Chicago, 1970.
145. Donaghy W.C. The Interview: Skills and Applications. Glenview, Ill., 1984.
146. Encyclopedia of Psychology. Herder KG, West Germany, 1972.
147. Encyclopedia of Sociology. Alien I.L., Bober A. et al. GuUford, 1974.
148. Fenlason A. et a). Essentials of Interviewing. N.Y., 1962.
149. Froelich P.M., Bishop F. Medical Interviewing. St.Louis, 1969.
150. Goldman A.E., McDonald S.S. The Group Depth Interview: Principles and Practices. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall, 1987.
151. Goode W.J. and Halt P.K. Methods in Social Research. N.Y., 1952.
152. Gorden L.R. Interviewing: Strategy, Techniques and Tactics. The Dorsey press. Chicago. 111, 1987.
153. Goyer R.S., Redding W.C., and Rickley J.T. Interviewing: Principles and Techniques. Dubuque, 1968.

154. Greenbaum T.L. The Practical Handbook and Guide to Focus Group Research. Lexington, MA: Lexington Books, 1987.
155. G.Hartfiel. Karl-Heinz Hillman. Wörterbuch der Soziologie. Stuttgart, 1982.
156. Higginbotham J.B. Cox K.K.(eds.) Focus Group Interviews: A Reader. Chicago, American Marketing Association, 1979.
157. Kahn R.L., Canned C.F. The Dynamics of Interviewing: Theory. Techniques and Cases. N.Y., 1957.
158. Kincaid H.V., Right M. Interviewing the Business Elite. American Journal of Sociology. Nov. 1957, v. 63, № 3, p.304-315.
159. Kinsey A.C. et al. Sexual Behavior in the Human Male. Phil., 1948.
160. König R. (Hrsg.) Handbuch der empirischen Sozialforschung. Stuttgart, 1967, 1969.
161. Krueger R.A. Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. Newbury Park, CA, 1988.
162. Langdon G. Teacher-Parent Interviews. Englewood Cliffs, 1954.
163. Liebling A.J. Interviewers. In: Liebling A.J. The Most of A.J.Liebling, selected by W.Cole. N.Y.: Simon and Shuster, 1963.
164. Maccoby E. and Maccoby N. The Interview: a Tool of Social Science. In: Handbook of Social Psychology. Cambridge, 1954.
165. Merton R.K., Fiske M., Kendall P.Z. The Focused Interview. A Manual of Problem and Procedures. Glencoe, Ill, The Free Press, 1956.
166. Morgan D.L. Focus Groups as Qualitative Research. Newbury Park Sage Publications, 1988.
167. Phillips B.S. Social Research. Strategy and Tactics. N.Y., 1976.
168. Rich J. Interviewing Children and Adolescents. N.Y., 1968.
169. Richardson S.A., Dobrenwed B.S., Klein D. Interviewing, Its Forms and Functions. N.Y., 1975.
170. Roethlisberger F.R., Dickson W.J. Management and the Worker. Cambridge, 1946.
171. Rogers C.R. Counseling and Psychotherapy. Boston, 1942.
172. Rogers C.R. The Non-directive Method as a Technique for Social Research. American Journal of Sociology, 1945. 50, p. 279-283.
173. Sherwood H.C. The Journalistic Interview. Harpers and Row. Publishers, N.Y., Evanston, and London, 1969.
174. Shoulksmith G. Assessment through Interviewing. Oxford, 1968.
175. Steinmetz L.L. Interviewing Skills for Supervisory Personnel. Mass, 1971.
176. Templeton J.F. Focus Groups: A Guide for Marketing and Advertising Professionals. Chicago, Probus, 1987.
177. Thomas W., Znaniecki F. The Polish Peasant in Europe and America. Boston, 1919.
178. Turner D. Employment Interview. N.Y., 1968.
179. Webb E.J. and Salancik J.R. The Interview or the Only Wheel in Town. Journalism Monographs, 1966, №2

Звездочками отмечена литература, которую автор рекомендует прочесть начинающему социологу для самообразования.