

## ЭФФЕКТ ОЖИДАНИЙ ИНТЕРВЬЮЕРА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПРОСКУРИНА Д.А., асп.

**Анализируются основные исследовательские трудности при моделировании экспериментов, направленных на изучение эффектов ожиданий интервьюеров; приводятся результаты конкретных эмпирических исследований. Обозначены перспективные направления дальнейшего изучения проблемы.**

*Ключевые слова:* интервьюер, эффект ожиданий, моделирование экспериментов.

## INTERVIEWER EXPECTATION EFFECT: PROBLEMS AND PERSPECTIVE OF EXPERIMENTAL RESEARCH

PROSKURINA D.A., postgraduate

**The article analyzes the principal research hardships during experiment modeling, which are aimed at interviewer expectation effect research the article contains some certain empirical researches. The perspective of further problem investigation is stated.**

*Key words:* interviewer, expectation effect, experiment modeling.

Сложность и значимость исследований влияния интервьюеров на качество получаемых ими эмпирических данных трудно переоценить. Эффект интервьюера – это комплексное многогранное явление, включающее в себя влияние различных личностных, социально-демографических и поведенческих характеристик интервьюеров на качество получаемых ими эмпирических данных. Пожалуй, одной из наиболее слабо представленных в методологической литературе является проблема эффекта ожиданий интервьюера. С. Садмен и Н. Брэдберн в своем обзоре исследований на тему опросных эффектов дают объяснение столь пренебрежительному отношению ученых к данному вопросу. Они утверждают, что переменные, связанные с интервьюером (в частности, его экспектации), в гораздо меньшей степени способны вызвать ответные смещения, нежели, например, чувствительность вопроса. Это, по их мнению, означает, что в изучении ответных эффектов не стоит уделять первоочередное внимание переменным, связанным с интервьюером [1, р. 172].

Однако мы считаем, что подобные проблемы в методической литературе обусловлены сложностью данного явления и необходимостью проведения специальных трудоемких и затратных экспериментов по выявлению ожиданий интервьюеров и оценке их влияния на качество эмпирических результатов.

Основные исследовательские трудности при моделировании экспериментов, направленных на изучение эффектов ожиданий интервьюеров, могут заключаться в следующем. Одна из наиболее значимых проблем связана с тем, что для получения объективной информации о влиянии экспектаций интервьюера на качество получаемых опросных данных необходимо участие в эксперименте интервьюеров с различными ожиданиями, что влечет за со-

бой значительное увеличение объема выборки и, следовательно, материальных и временных затрат. Дело в том, что если у интервьюеров наблюдаются похожие ожидания, то, с одной стороны, эффекты этих ожиданий могут быть достаточно большими, а с другой стороны, невозможно будет выявить подобные эффекты без проведения специального эксперимента. Эта проблема аналогична той, которая была сформулирована Вайсбергом в 1976 г. в отношении измерения структуры установок. По его словам, «чем выше вероятность схожести установок, тем меньше вероятность того, что существующие исследовательские процедуры и статистика покажут ее присутствие». Как заметил Г. Хаймен, интервьюеры, как правило, имеют сходные ожидания относительно уже устоявшихся в обществе порядков, и именно здесь наиболее велика вероятность возникновения эффекта ожиданий [2, р. 258].

Еще одна трудность, с которой могут столкнуться исследователи, связана с классификацией экспектаций интервьюера. Ожидания относительно исследования могут формироваться до или после начала полевого этапа. В соответствии с этим критерием принято выделять предварительные и ситуативные ожидания. Г. Хаймен и его коллеги говорят о «вероятностных ожиданиях», когда интервьюер предполагает конкретное распределение ответов и, по-видимому, пытается добиться этого распределения в своем массиве [1, р. 171–172].

Эти авторы выделяют два типа ситуационных ожиданий: «ролевые» и «структурно-установочные». «Ролевые» ожидания возникают вследствие приписывания респонденту какой-либо социальной роли. Например, интервьюер может классифицировать хорошо одетого респондента, живущего в большом доме, как бизнесмена и сформировать соответствующие ожидания относительно его уста-

новок, манер, социоэкономических характеристик. «Структурно-установочные» ожидания образуются вследствие ожидания когнитивной последовательности: ранее данные ответы генерируют ожидания относительно ответов на последующие вопросы [3].

Предварительные ожидания интервьюеров могут быть связаны с предполагаемой трудностью задавать те или иные вопросы или с качеством данных (в частности, с уровнем завышения и занижения сообщений, долей неответов и т.д.). Некоторые исследователи полагают, что интервьюеры, ожидающие трудностей при проведении полевого этапа или высокого уровня неответов, будут менее настойчивы в прояснении уклончивых, неточных, неправдоподобных ответов или их неуверенность в себе каким-то образом будет передаваться респондентам.

Однако предварительные ожидания интервьюера также можно разделить на две группы: ожидания относительно предстоящей работы в целом, формирующиеся до начала полевого этапа (сюда относятся ожидания, касающиеся общей трудности проведения бесед, конечного уровня отказов, уровня неответов и пропусков, общего уровня искренности респондентов), и ожидания, предваряющие каждую последующую беседу, формирующиеся на основании уже проведенных интервью.

Нам не знакома ни одна работа, в которой исследовалось бы влияние ожиданий, предваряющих каждую беседу, на вербальное и невербальное поведение респондентов. Тем не менее разумно будет предположить, что в том случае, если предварительные ожидания интервьюера не оправдываются уже в первых интервью, они претерпят некоторые изменения. В таком случае мы можем говорить о влиянии предварительных ожиданий интервьюера лишь на качество данных, полученных в первых нескольких беседах. И лишь в том случае, если интервьюер с каждым последующим интервью убеждается, что его ожидания оправдываются, можно с уверенностью утверждать, что имеет место влияние собственно предварительных ожиданий на качество данных, полученных интервьюером во всех интервью. Можно предположить, что доля таких интервьюеров окажется крайне незначительной, а это означает, что изучение предварительных дополевых ожиданий интервьюеров не даст желаемых результатов и лишь запутает исследователей. Более того, в зависимости от ситуационного контекста и характеристик интервьюера, порог изменения предварительных ожиданий, формирующихся на долевой стадии, может быть различным. Для того чтобы предварительные дополевы ожидания претерпели серьезные изменения, одному интервьюеру может быть достаточно всего одной беседы, не соответствующей этим

ожиданиям, в то время как другому может понадобиться проведение значительно большего числа интервью.

Следовательно, пренебрежение ожиданиями, предваряющими каждую последующую беседу, может послужить причиной значительных искажений результатов экспериментов по изучению эффектов ожиданий интервьюера и приведет ученых к неверным выводам относительно влияния экспектаций на качество эмпирических данных.

Именно это может служить объяснением тому, что исследователи эффектов ожиданий интервьюеров получают настолько различные результаты, что их крайне трудно обобщить и систематизировать. В частности, Э. Сингер и Л. Койнке-Агуирре обнаружили свидетельства того, что ожидания интервьюеров относительно искренности респондентов действительно влияют на искренность получаемых ими ответов. Интервьюеры, ожидавшие, что их респонденты будут занижать сведения о собственном социально неодобряемом поведении, в действительности получали более низкие оценки подобного поведения со стороны респондентов [2]. Результаты исследования Н. Брэдберна и С. Садмена с соавторами показали, что доли искренних признаний респондентов по ряду деликатных вопросов были на 4–12 % больше среди интервьюеров, ожидавших легкости в проведении опроса, нежели среди их пессимистично настроенных коллег [1, р. 177]. Э. Сингер с соавторами, реплицируя проведенное несколькими годами ранее исследование, обнаружили, что ожидания интервьюеров относительно сложности убеждения респондентов принять участие в опросе оказывали сильное и статистически значимое влияние на уровень ответов: интервьюеры с более оптимистичными ожиданиями добивались более высоких показателей кооперации со стороны респондентов, чем их коллеги с пессимистичными ожиданиями [4].

Гораздо более значимые и разнообразные эффекты ожиданий интервьюеров были зафиксированы А.Ю. Мягковым и И.В. Журавлевой в комплексном исследовании 2003 г., посвященном изучению различных эффектов интервьюера. Авторы выявили высокую степень совпадения полученных результатов с теми, которые были предсказаны интервьюерами еще до начала интервью. Респонденты в ходе опросов действительно демонстрировали те образцы поведения, которые ожидали от них опрашивающие, а интервьюеры, в свою очередь, воспроизводили свои собственные пророчества. При этом данная закономерность прослеживалась по целому ряду таких ключевых характеристик опросного взаимодействия, как уровень кооперации, отвечаемость на отдельные вопросы исследования, достоверность ответов, продолжительность интервью и др. [5].

В ходе нашего исследования, проведенного в апреле 2003 г., была выявлена сильная значимая взаимосвязь между предварительными ожиданиями интервьюеров относительно их собственной коммуникативной успешности и уровнем отказов со стороны респондента ( $p = 0,000$ ). Отказов от участия в опросе, как показал наш эксперимент, было больше у тех интервьюеров, которые еще до начала интервью боялись общения с людьми и предсказывали себе коммуникативную неудачу. В среднем в этой группе на одного интервьюера приходится почти 12 несостоявшихся интервью, в то время как в противоположной – лишь 6. Кроме того, результаты анализа показывают, что интервьюеры, опасавшиеся получения большого числа отказов, тратили на проведение одного интервью больше времени (в среднем по 14,5 мин.), чем те, которые рассчитывали на беспрепятственность будущих контактов с респондентами (около 10 мин.) ( $p = 0,000$ ) [6].

В исследовании 2004 г. мы получили несколько отличающиеся результаты. Сравнение ожидаемой и реальной длительности интервью у полевых работников, высказывавших различные предположения относительно продолжительности предстоящих бесед, показало, что чем больше ожидаемая длительность интервью, тем больше реального времени занимает проведение интервьюером беседы. Пессимисты тратили на проведение одного интервью в среднем 9,58 мин, в то время как средняя длительность интервью у оптимистов составила лишь 7,62 мин ( $p = 0,000$ ).

Кроме того, у оптимистично настроенных с точки зрения продолжительности беседы интервьюеров было в целом меньше отказов, нежели у интервьюеров-пессимистов. Полевые работники с оптимистичными ожиданиями по поводу длительности интервью имели в среднем по 19,28 коммуникативных неудач, в то время как на интервьюера, ожидавшего большей продолжительности беседы, приходилось в среднем по 22,43 отказа от сотрудничества со стороны респондентов ( $p = 0,03$ ).

Тем не менее тот факт, что оптимисты, предсказывавшие низкий уровень отказов, тратили на проведение интервью в среднем меньше времени, нежели пессимисты, подтвердился в обоих наших экспериментах. Средняя продолжительность интервью у пессимистично настроенных полевых работников в исследовании 2004 г. составила 9,65 мин, в то время как у их коллег, высказывавших оптимистичные ожидания относительно уровня отказов, беседа длилась в среднем 6,75 мин ( $p = 0,000$ ).

Объяснений подобным аномалиям может быть несколько. Во-первых, очевидны различия результатов, получаемых западными и российскими социологами. В то время как за-

рубежные исследователи говорят о «скромном» влиянии ожиданий на качество результатов исследований, российскими исследователями было зафиксировано достаточно много разнообразных статистически значимых экспектационных эффектов. Можно предположить, что влияние ожиданий интервьюеров на поведение респондентов обусловлено социокультурными особенностями российского и американского обществ.

Во-вторых, как нами предполагалось ранее, причина может заключаться в том, что исследователи не изучают изменение предварительных ожиданий интервьюеров в ходе полевой работы, что ведет к получению нерелевантных зависимостей и выводов.

В-третьих, эффект ожиданий интервьюера может проявляться по-разному в зависимости от того, какой метод применяется для сбора данных: телефонное или персональное интервью. Дело в том, что ожидания интервьюеров могут вызывать ответные смещения несколькими путями. Интервьюер в процессе коммуникации может каким-то образом передать свои ожидания респонденту, который, в свою очередь, может попытаться оправдать эти ожидания. Интервьюер может направлять мысль респондента, задавая ему уточняющие вопросы, или же, неудачно уточнив нечеткие или неадекватные ответы, может записать то, что, как ему кажется, респондент имел в виду [1, p. 171]. Беседуя с респондентом в режиме face-to-face, интервьюер может использовать различные невербальные визуальные сигналы (одобрительные или осуждающие кивки или покачивания головой, мимические движения, жесты), соответствующие его ожиданиям от беседы, что позволяет респонденту более адекватно распознавать и оценивать реакцию опрашиваемого на его ответы и поведение, нежели в беседе, ограниченной телефонным аудиальным общением. Это увеличивает вероятность того, что респондент скорректирует свои дальнейшие действия в соответствии с воспринимаемыми им ожиданиями собеседника. Таким образом, имея в своем распоряжении визуальный канал коммуникации, интервьюер в беседе face-to-face может «направлять» беседу в нужное русло гораздо более успешно, нежели общаясь по телефону. Следовательно, можно предположить, что эффект ожиданий интервьюера будет более рельефно проявляться в персональном, нежели в телефонном интервью.

Все вышесказанное лишней раз подтверждает острую необходимость скрупулезного методичного исследования проблемы эффекта ожиданий интервьюера. Необходимо изучение экспектаций интервьюеров на разных этапах исследования (на долевой стадии, перед каждой беседой и во время беседы).

Однако вряд ли возможно учесть все аспекты этого многогранного явления в одном, пусть даже комплексном и обширном экспериментальном исследовании. Необходимо планомерное изучение ожиданий интервьюеров, что поможет правильно организовывать тренинги полевых работников и процедуры закрепления респондентов за интервьюерами в последующих исследованиях.

#### Список литературы

**1. Sudman S., Bradburn N.M., Blair E., Stocking C.** Modest expectations: The effects of interviewers prior expectations on response // *Sociological Methods and Research*. – 1977. – Vol. 6. – № 2. – P. 171–182.

Проскурина Дарья Андреевна,  
ГОУВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина»,  
аспирант кафедры социологии,  
e-mail: socio@sociol.ispu.ru

**2. Singer E., Kohnke-Aguirre L.** Interviewer expectation effects: A replication and extension // *Public Opinion Quarterly*. – 1979. – Vol. 43. – № 2. – P. 245–260.

**3. Hyman H.H. et al.** *Interviewing in Social Research*. – Chicago: Univ. of Chicago Press, 1954.

**4. Singer E., Frankel M., Glassman M.** The effect of interviewer characteristics and expectations on response // *Public Opinion Quarterly*. – 1983. – Vol. 47. – № 1. – P. 68–83.

**5. Мягков А.Ю., Журавлева И.В.** Эффект ожиданий интервьюера в персональном интервью // *Социологический журнал*. – 2004. – № 3/4. – С. 6–26.

**6. Мягков А.Ю., Проскурина Д.А., Егорова О.А.** Эффект интервьюера в телефонном интервью: Опыт экспериментальной верификации гипотез // *Социокультурные проблемы истории и современного развития российской провинции: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 2.* – Иваново: ИГЭУ, 2003. – С. 92–107.