

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Рогозин Д.М.

Профессия полевой интервьюер

Москва 2018

Аннотация. Препринт написан по результатам методического проекта, организованного Лабораторией методологии социальных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте Российской Федерации в 2017 году. Проанализировав серию биографических интервью с интервьюерами звонковых центров, был реконструирован жизненный мир полевого интервьюера, представлена комплексная картина профессиональной идентичности базовой специальности в индустрии опросов общественного мнения.

Рогозин Д.М. заведующий лабораторией методологии социальных исследований ИНСАП Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Данная работа подготовлена на основе материалов научно-исследовательской работы, выполненной в соответствии с Государственным заданием РАНХиГС при Президенте Российской Федерации на 2017 год

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
ГЛАВА 1. Стандартизация в массовых опросах	6
ГЛАВА 2. Неочевидные последствия стандартизации.....	14
ГЛАВА 3. Изучение фабрикаций в массовых опросах.....	22
ГЛАВА 4. Профилактика эффектов интервьюера	29
ГЛАВА 5. Активное долголетие в массовых опросах	38
ГЛАВА 6. Перспективы развития профессии полевого интервьюера	43
Заключение.....	49
Литература	53

Введение

Любое интервью — это прежде всего разговор. Стандартизированное интервью — не исключение. Интервьюер, или точнее полевой интервьюер (специалист, работающий по анкете в рамках некоторой программы полевого или эмпирического исследования), в таком разговоре — не менее значим, чем респондент. Но все ли принимают эту максиму? Нет, отнюдь нет. Долгие годы интервьюера пытаются не замечать, рассматривать как проблему, источник ошибок, неизбежное недоразумение, от которого при первой возможности лучше избавиться. Любое отклонение от предписанной инструкции считается нарушением и карается штрафами, взысканиями. Удивительно, но это реалии наших дней, для многих руководителей опросных компаний не подлежащие даже сомнению. Интервьюер не прав априори, его место на задворках опросной технологии.

Любая актуализация коммуникативных проблем, возникающих между интервьюером и респондентом, приводит к сбоям и срывом привычной технологии, удорожанию исследования. Размышлять, вникать, понимать полевого интервьюера несовременно, неконкурентно, неэффективно. Лучший интервьюер — его полное отсутствие. Таков приговор нуворишей от социальных исследований.

Задача данной работы — преодоление опросного невежества через проблематизацию труда и актуализацию профессии полевого интервьюера. Пришло время перестать прятаться за инструкциями и начать откровенный разговор об ошибках, промахах, ложных допущениях, лежащих в основании опросной технологии. Только через тотальность критики, выявлении ошибок и смещений на всех стадиях полевой работы, опровержении собственных убеждений можно не потеряться в перипетиях исследовательской практики. Основной собеседник в таком разговоре — интервьюер. Только он в опросной компании обладает полной информацией об особенностях вопрос-ответной коммуникации, только он знает сущность опросного ремесла.

Мы опросили интервьюеров двух опросных центров, в Омске и Томске. Всего взяли 48 интервью — по 24 в каждой организации. Интервью биографические, длительные, глубинные без прикрас: о жизни, судьбе, карьере, представлениях о должном. По времени каждое не менее полутора-двух часов. Одно, наиболее долгое интервью заняло восемь часов непрерывной беседы. Безусловно, глубина интервью

определяется не только длительностью. Это и возвращение к проговоренному, актуализация наиболее сокровенных сюжетов, развитие, обогащение деталями значимых эпизодов из жизни интервьюера.

Любое интервью — это прежде всего разговор. Потому подходить к нему нужно как к разговору: не комкать смыслы, не упаковывать содержание в предзаданные объяснительные схемы, не прятать прямую речь за объективированными, безличностными конструкциями.

Нужно одно — помнить, что интервью — разговор особый, фокусированный, обладающий рядом отличительных свойств. Как бы не пытались апологеты объективированного, безличностного подхода представить полевого интервьюера роботом, механизмом по передаче чужой воли, он остается человеком, ключевой особенностью которого выступает воля по принятию или отклонению опросного задания. Поведение интервьюера — это не череда ответных реакций на назначенные кем-то стимулы, а осмысленная, ценностно-ориентированная деятельность, экспликации которой и посвящена настоящая работа.

В работе нет описаний экспериментальных планов, не приводятся коммуникативные приемы для улучшения достижимости или снижения ошибок измерения, не указываются техники обнаружения фальсификаций и не описываются должностные инструкции. Это не рабочая книга полевого интервьюера и не свод нормативных документов. Прежде чем приступить к описанию должного следует увидеть сущее, различить его за пеленой личных предубеждений. Для этого недостаточно иметь желание слушать, нужно осознать значимость своего собеседника, принять его экспертную позицию. Интервьюер — это не посредник, не передаточный механизм, лишённый собственных моральных интуиций, представлений о профессиональной правде. Интервьюер — это основной участник и коммуникативный эксперт в разговоре о полевой работе. Нужно увидеть его экспертность, научиться правильно задавать вопросы, вести осмысленную беседу, интервью, различать профессиональные замечания от эмоциональных суждений и реплик.

ГЛАВА 1. Стандартизация в массовых опросах

Стандартизация речевого поведения интервьюера, или требование дословного, без улыбок, оговорок, комментариев и слов благодарности воспроизведения заранее написанного текста. Не замечать происходящего, создавать конструкции «при прочих равных условиях», ссылаться на закон больших чисел, усредняющий мелкие недочёты — небольшой, но весьма устойчивый арсенал риторической защиты апологетов стандартизации. «Всякий, кто в той или иной ипостаси имел дело с участием в опросах, прекрасно понимает, что в определенных ситуациях вполне допустимо не соблюдать те или иные предписания, содержащиеся в инструкциях к инструменту», — утверждает В.В. Картавец [1, с. 33]. Действительно, если инструкция — это всего лишь схема, правило, лежащие за пределами опросной ситуации, которая самодостаточна и не сводима к сформулированным кем-то требованиям, проблема снимается.

Опрос — это речевое взаимодействие интервьюера и респондента, схема его регламентирует, но не определяет полностью. Регламент надо соблюдать, но в реалиях нормально от него отказываться. Нет эпистемической континуальности опросного инструмента, то есть возможно отдельно рассуждать об анкете и последующем интервью — нет проблемы с нарушением процедуры. Реальности разорваны — и не подлежат сопоставлению. Такова логика нейтрального отношения как к стандартизации, так и к её нарушениям. Наука есть наука: «стандартизация есть то, что позволяет говорить об интервью как научной процедуре» [1, с. 28]. К чему это приводит? Трансформируя директив в метафорическую конструкцию, размывая иллокутивную цель принуждения (по Остину) до объяснений и оправданий отклоняющихся действий, исследователь тем самым подрывает стандартизацию как таковую, коррумпируют опросную процедуру. Если, сталкиваясь с опросной ситуацией, можно без последствий отбросить определяющие её правила, значит это не правила и не инструкции, а методическая невнятица, годная лишь для отвлечения внимания от опросных реалий.

Сбои в интервью

Молодая женщина тридцати пяти лет, проработавшая два года полевым интервьюером, недоумевает над мудрствованием приписных социологов:

— Опрашивали как-то оленеводческие бригады где-то на Севере. Человек по возрасту, по месту жительства подходил. Я должна его опросить. Ему 25 лет, но нет даже начального образования. Разговор тянется как жвачка. Он терпеливо выслушивает, переспрашивает, а я уже вся извелась повторять, да объяснять. Я ему: «перспективы развития», а он: «что это такое?» Тут связь оборвалась. Даже перекрестилась: «ну слава богу», и перезванивать не стала. Невозможно это переносить. Анкеты таким языком написаны, с высшим образованием половину терминов не знаешь. Если составлять вопросы для умников, почему не предупреждать, не отсекай в самом начале простых людей? Зачем всех изводить, превращая разговор в сплошное мучение?

В такой ситуации не удивительны отступления от анкетных вопросов. Если кто-то спрашивает пояснить сказанное, элементарно не вежливо тыкать ему инструкцией, монотонно перечитывая корявую канцелярщину анкеты. Во всём мире интервьюеры раз за разом трансформируют анкетные вопросы, адаптируют их к устной речи, текущей ситуации, запросам собеседников [2; 3; 4; 1]. Но стандартизирующие весь мир социологи не терпят ошибок. Они лучше обвинят интервьюера, чем признают собственную несостоятельность.

Мужчина, за шестьдесят, четвертый год работает интервьюером:

— Бывает по запарке ошибёшься. Но себя останавливаешь, стараешься не нарушать. Нажмешь не ту кнопку, или надо по отдельности варианты представить, а ты скопом зачитаешь. Потом думаешь, что же я сделал? Не надо было так. Но всё проходит. В запале идёшь, идёшь, всё нормально, упс и проколешься. Конечно, виноват. Но, чтобы досконально все нормы выполнять, надо человека не слышать. Иной собеседник так увлечет, что эти сноски мелким шрифтом и не заметишь, проскочишь, не чихнув. И когда кто-то начинает носом тыкать, мол тут не так и здесь не то, невольно думаешь, а сам-то хоть раз пробовал роботом прикинуться, чтобы всё так было?

Стандартизация, граничащая с кричащим формализмом, плоха не своей жёсткостью, бесчеловечностью или полным недоверием по отношению к здравому смыслу. Её главный недостаток — это нечувствительность к коммуникативным сбоям и провалам типичных ситуаций. Один человек начнёт плавать с ответом, другой — ёрничать и издеваться, третий — флиртовать и заигрывать с интервьюером. Казалось бы, внешние, сопутствующие ответам коммуникативные стратегии, на деле

переопределяют сами ответы. Интервьюеры это чувствуют, но, придерживаясь стандартизации пропускают, делают вид что ничего не происходит. Лишь немногие осмеливаются остановить интервью или нарушить процедуру. Прежде чем задавать содержательные вопросы, они отремонтируют общее понимание разговора. Ограниченность стандартизации чувствуется многими экспертами, кто всерьез относится к опросам, и первые среди них — интервьюеры.

Наблюдение за ошибками

Женщина, чуть старше пятидесяти, с обаятельной улыбкой, с первой же минуты располагающая к разговору:

— Десять лет с детьми сидела: ни подруг, ни родственников рядом, никого.

С людьми общаться совсем разучилась. Но деньги нужны, сомнение скомкала и вперед. Прошла собеседование. Тут же дали пробную работу — опрос населения по банковским вкладам. Люди неохотно об этом говорят. Но я справилась. Послушали и сказали: «вы — то, что нам нужно». Сразу нырнула в людской водоворот и закрутило. Садись, надеваешь наушники, набираешь воздуха и вперед. Главное с волнением справиться, говорить чётко, где-то даже официально. Но люди разные: кто грубовато ответит, кто начнет наседать, кричать. Невольно споткнешься, голос дрогнет, что-то пропустишь, заикаться начнешь. Сильно уверенно себя чувствовать не получается, не машина.

Рьяные контролеры и их начальники, отмечающие любые отклонения интервьюера от анкеты, наказывающие, укоряющие, требующие во всём дословности, не понимают, что своему присутствию в опросной индустрии, они всецело обязаны тем самым нарушающим, обходящим инструкции интервьюерам. Последние сохраняют равновесие между формализованным безумием анкет и человеческим общением, позволяют год от года воспроизводить стандартизированный бред количественных исследований. Тактически все оказываются в выигрыше. Одни тешут научное самолюбие, поддерживающее веру в стандартизацию и возможность тотального измерения любых проявлений человеческой свободы. Другие, смягчая и обходя острые углы, зарабатывают деньги в беспрецедентных условиях полного подавления воли. Но стратегически проигрывают все. Опросная индустрия столетие не может перешагнуть методологический тоталитаризм стандартизации вопросов.

Вместе с тем основной объект адекватного методического интереса не вопросы, произнесенные с тем или иным отступлением от анкеты, а полученные на

них ответы. Не прямая, отсылающая лишь к дословному произнесению вопросов, а косвенная, опирающаяся на схожесть восприятия последних, стандартизация — предмет многолетнего интереса исследователей. К этому, например, относится понятие адекватности ответа, введенное в научный оборот Ханнеке Хауткооп-Стеенстра, как свойство, отражающее непротиворечивое соотнесение ответа с опросным заданием, контролируемое вмешательство интервьюера в коммуникацию [5, р. 208]. Или ещё раньше, в далеких 1960-х, этому была посвящена процедура оценки работы интервьюеров, разработанная Национальным центром общественного мнения (NORC), об этом писал Сеймур Садмен, предлагая вниманию коллег скорректированные критерии оценки качества, основанные на выявлении «процедурных ошибок» [6]. Из предложенных поведенческих кодов лишь один имеет отношение к дословному произнесению формулировок ответов. Практически весь инструмент оценки у С. Садмена посвящен анализу регистрируемых ответов, особенностей речевого поведения интервьюера, позволяющих уточнить, скорректировать, сопоставить ответ респондента с опросным заданием.

В Национальном центре изучения общественного мнения применялось семь кодов, указывающих на ошибки полевого интервьюера: (1) пропуск ответа, (2) регистрация нерелевантного или повторяющегося ответа, (3) пропуск значимых деталей в ответе, (4) принятие отказа от ответа без дополнительных уточнений, (5) отвлеченные, неточные уточняющие вопросы, (6) ошибки в кодировании множественных ответов, (7) чрезмерное повторение вопроса [6, р. 665]. С. Садмен отмечает, что в такой кодировке пропущены значимые ошибки интервьюера, поэтому он предлагает расширенную версию, в которой представлены десять блоков неадекватного поведения интервьюера, приводящего к ошибкам измерения:

Во-первых, отсутствие уточняющих вопросов в ситуации (а) отказа от ответа; (б) неопределенного ответа; (в) нерелевантного ответа; (г) ответа, который не соответствует предлагаемым закрытиям, формату вопроса.

Во-вторых, (а) использование неточных, отвлеченных уточняющих вопросов и (б) уточнение вопроса до его предъявления респонденту.

В-третьих, непригодные уточнения, в том числе (а) уточняющие вопросы, приводящие к принятию частичных, неполных ответов; (б) использование поддерживающих, одобряющих реплик без прояснения, уточнения ответа; (в) принятие первого произнесенного ответа без уточнения возможных

дополнительных идей; (г) акцентирование внимание, уточнение нерелевантных ответов, вместо переключения на подходящий ответ, что приводит к нерелевантному заполнению анкеты; (д) формирующие ответ уточнения.

В-четвертых, необъясненные изменения в анкетных ответах, включая исправления и зачеркивания в анкете. (Следует учитывать, что речь идет о бумажной регистрации ответов, когда интервьюер ручкой или карандашом отмечал в анкете нужные варианты).

В-пятых, цикличные ошибки, в том числе (а) противоречия в ответах, (б) ошибки и противоречия в кодах с записанными комментариями, (в) множественное кодирование, когда таковое запрещено.

В-шестых, ответы записаны в ненадлежащем месте или виде.

В-седьмых, ошибки завершения, в том числе (а) пропуски целых блоков анкетных вопросов, особенно имеющих отношения к классификационным признакам — национальности, полу, возрасту, семейному статусу; (б) ошибки в заполнении табличных вопросов или таблицы отбора (если применяется метод Киша для отбора внутри домохозяйства).

В-восьмых, наличие парафраз вопросов. Для регистрации этой ошибки всегда следует анализировать все интервью, а не отдельные вопросы.

В-девярых, наличие невнятных комментариев, выражений-паразитов, отвлекающих внимание респондента от анкеты.

В-десятих, пропуски или добавления комментариев, в том числе (а) пропуск или сокращение вопросов, (б) добавление избыточных вопросов или удлинение анкетного вопроса [6, р. 666].

Таким образом иллюзорная прямота и теснота стандартизации, отражающая лишь дословное воспроизведение анкетных вопросов, давным-давно поставлена под сомнение. Если разговор заходит о качестве работы интервьюера, приоритет, основное внимание следует уделять «интерактивной перспективе опроса» [7], «манипулированию стилем интервью» [8, с. 60], осмысленной регистрации ответов респондента с удержанием его внимания и расположения к опросу. Те, кто называет интервьюера попугаем, расписываются в собственном невежестве и непонимании опросной технологии. Безусловно, проще руководствоваться элементарными формами контроля, взыскивая с интервьюеров за малейшие отклонения от чудаковатых инструкций. Только вместо контроля качества такая стандартизация

становится катализатором фальсификаций и фабрикаций в опросном инструменте, коррумпирует всю измерительную логику стандартизированного интервью.

Причина заблуждений

Почему убежденность в оправданности, необходимости, научности стандартизации речевого поведения интервьюера настолько устойчива? Ни экспериментальные планы, ни рациональные доводы, ни свидетельства непосредственных участников опросных коммуникаций не могут подорвать убежденность апологетов речевой стандартизации в правильности и безальтернативности их позиции. Почему?

Во-первых, любые формальные требования чрезвычайно удобны, непритязательны, дешёвы. Правило дословного произнесения анкетных вопросов хорошо контролируется. Удобна регистрация, нет сомнений в кодировании. Любой может подтвердить или опровергнуть изменение в формулировке вопроса, наличие или отсутствие дополнительных фраз, высказываний. Здесь не нужно задумываться, обучать персонал, привлекать экспертов для разработки и тестирования опросного инструмента. Предельная контролируемость, военная четкость, привычная среда указаний и распоряжений.

Во-вторых, отсутствие экспертного внимания к ситуации опроса, принятие, казалось бы, базового правила дословного произнесения анкетных вопросов, привело к полному вымыванию исследовательского интереса из области вопрос-ответной коммуникации в стандартизированном интервью. Убежденность в научности стандартизации давно возведено в догму, религиозный фетиш, оправдывающий недостаток квалификации и легитимирующий участие в опросной индустрии людей, не имеющих ни методологических навыков, ни желания их приобретения.

Норма дословного произнесения анкетных вопросов давно стала оградительным амулетом против любых сторонних посягательств, элементом корпоративной культуры, различающим своих и чужих. «Это всё знают, иначе не может быть, иначе нет исследования», — типичная формула, позволяющая не задумываться, не ставить неудобные вопросы, не удивляться происходящему, полностью отличного от заявленной стандартизации речевого поведения интервьюера.

В-третьих, безразличие к коммуникативным особенностям интервью привело к нечувствительности по отношению к современным западным дискуссиям о

проблемах стандартизации. Отечественные защитники последней ссылаются на работы первой волны развития опросных методов, датированной 1920-1940-ми годами. Тогда конструировались измерительные процедуры в социальных науках, обосновывались требования к неизменности операционального определения, или свода правил по организации и проведению социальных измерений [9; 10]. Норма дословного произнесения вопросов была выдвинута в качестве базового условия корректной операционализации [11; 12, с. 144-145]. Но практически сразу подобный операционализм был подвергнут жёсткой критике [13; 14; 15; 16]. Стандартизация интервью в массовом опросе была не отменена, но смещена в другую область. Стандартизировать следует не речь интервьюера, а его поведение, регистрацию отклонений от опросного задания. Не нужно требовать безупречного исполнения правил, следует задать условия регистрации сбоев и смещений. В этом состоит современная повестка стандартизации (которой без малого полвека). Последняя оказывается отнюдь не настолько прямой и тесной для дополнительных интерпретаций, насколько её пытаются представить недоучившиеся полстеры.

«Основной критерий хорошего проведения опросов — стандартизация», — пишет Флойд Фаулер, один из наиболее последовательных проповедников стандартизации опросного инструмента [17, р. 260]. Только в его текстах речь идёт совсем о другой стандартизации: о выявлении ошибок и смещений, связанных с поведением интервьюера, о стандартизации процедуры, а не речи. Анкетный вопрос не может быть идентичен произнесенному по целому ряду признаков, один из которых базовое онтологическое различие между двумя типами вопросов. Трансформация письменной речи в устную требует целого ряда приемов, поддерживающих, оправдывающих и объясняющих происходящую трансформацию [4]. Поэтому стандартизация как отождествление письменной и устной речи есть прямое невежество, увы, по-прежнему отражающееся в сотнях нормативных документов, поддерживаемое инструкциями и личной верой людей, близких к опросам, но далеких от их понимания.

Наконец, в-четвертых, стандартизация — это символ современности, пусть и уходящей, как представляется многим обществоведам, рассуждающим о постмодерном обществе. Наряду с бюрократизацией, индустриализацией, конвейеризацией, институционализацией и формализацией, стандартизация помогает регулировать и калибровать социальный порядок, через культуру, время и географию

создавая эквивалентность в современном мире [18, р. 70]. Стандартизацией, разговорами о ней, пронизаны все текущие нововведения в общественном и государственном устройстве. Потому стандартизация в опросных технологиях — это лишь малая, практически, незначительная часть иной, масштабной стандартизации, отголоски которой видны на всех уровнях профессионального разделения труда.

ГЛАВА 2. Неочевидные последствия стандартизации

В 2015 году ВЦИОМ выступил инициатором по разработке профессионального стандарта социолога. Инициатива конъюнктурная, направленная на реализацию общегосударственной программы всеобщей стандартизации страны¹. Действующие нормативные акты в наших землях есть самый убедительный аргумент инициативности — и убеждать никого не пришлось. Вскоре подключились социологии НИУ Высшая школа экономики, Института социологии РАН, представители региональных исследовательских компаний. Если поставлена задача на уровне Правительства, следует выполнять, иначе выполняют другие — такова беспроектная логика текущих игр в общественно значимые проекты.

Не берусь рассуждать о подготовленных документах, — прагматика их появления на свет далека от полевой работы, в которой хотя бы понимаю чуть больше случайного прохожего. Нормотворчество притягивает людей особого склада, создавая надежные оградительные барьеры для остальных. Но нельзя пройти мимо весьма любопытной детали, нюанса, затерянного в нагромождении казенных словообразований — компетенции интервьюеров, реально выполняющих работу по сбору данных, представлены лишь в списках, через запятую с наблюдателями, модераторами и операторами, на уровне механизмов и машин, помогающих воплотить генеральную задачу проведения социологического исследования. Именно на эту, бессмертную идею вселился социологический знания и его носителя — Социолога, позвольте обратить внимание.

На защите интересов социолога

Бессмертие идей обозначается в публичном дискурсе нечувствительностью к корпоративным интересам, безразличием к профессиональным или образовательным статусам. Бессмертие идей проявлено в их очевидности, непроблематичности, я бы сказал, скучности — «есть дела и поважнее». Итак, — раз, два, три — попробуй, интервьюер, поговори:

¹ См., например: Указ Президента Российской Федерации от 16 апреля 2014 г. N 249 «О Национальном совете при Президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям»; Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. N 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов».

Раз — у тебя нет голоса, ты сам понимаешь, что ты — никто. Твоя обязанность — «строго следовать полученным инструкциям и чётко выполнять задание. Никаких отступлений здесь быть не может без согласия руководителя поля». Твоё право — «выяснять у руководителей проекта возникающие у респондентов вопросы. Но эти вопросы ни в коем случае не должны быть критикой анкеты или целей и задач исследования, а должны касаться только технологии сбора информации, заполнения анкеты» [19, с. 5-6].

Мужчина за шестьдесят, двадцать лет проходивший механиком на судах дальнего плавания, не усидевший на диване, забредший в звонокый центр, — профессиональный интервьюер:

— Есть профессии публичные, на виду. Водитель автобуса, продавец, полицейский. О них все знают, говорят. А есть невидимые, незаметные. Взять моряков. Мало кто отдаёт отчет, что каждую минуту тысячи судов в море. Но, есть желание, можно увидеть. Например, есть такая карта, MapAIS. На ней все суда, которые в пути, как на ладони. Взять интервьюера. Кто о нём знает? Иногда по телевизору мелькнёт: «по данным Левада Центра» или «ВЦИОМ». А сотни компаний, вроде нашей — сущие невидимки. Занимаемся публичными вопросами, а сами как шпионы — в тени. О каком доверии, соучастии в опросе может идти речь, если люди даже не догадываются о нашем существовании?

Два — твоя задача — конвертировать возмущения, несогласия, речевые сбои, несуразности анкеты в череду конвенциональных нарушений, которые делать нельзя, но без которых не обойтись. Многочисленные отклонения устной речи интервьюера от написанных вопросов стали общим местом в методической опросной культуре [20; 5; 21; 22; 23; 24]. Не беда — всегда можно закрыть глаза на неудобные результаты методических исследований.

Женщина средних лет, разведена, подрастает дочка. Интервьюер со стажем. Буднично и неэмоционально рассказывает о разговорах с новичками в профессии:

— Порой новенькая пройдёт анкету и начнёт возмущаться: «Что там за люди сидят?! Какую ахинею придумывают?! Хотя о чём-то думают?!». Я тут же урезоню: «Ну ты же не там сидишь. Успокойся. У каждого — свои мозги, свой хлеб. Придумали и придумали». Так разве успокоится: «И мне бабушке восьмидесятилетней зачитывать не работает ли она или не сидит ли в декретном

отпуске?». — «Ты зачитай и всё. Больше споришь. Хочется им, пусть слушают. Может у них место такое, абсурд собирать и множить».

Хороших вопросов не бывает [25]. Порой приходится интервьюерам и между собой ремонтировать осмысленность диалога. Приписать невменяемость составителям анкеты — неплохое средство для усмирения эмоций и успокоения разыгравшихся страстей.

Три — будь собой, строй свой мир, не забегай за линию начальствующего Социолога.

Прислушиваюсь к молодой маме, для которой особое значение играет свободный график с максимальной загрузкой:

— Первое время за телефоном был какой-то кошмар! Не моё, казалось, не выдержу. Как можно навязываться на разговор к незнакомым? Если кто отказал, так просто беда. Грубым словом покрыл — трагедия. Но ничего, переболела неверием, выправилась. По профессии я — учитель, потому взяла дисциплиной. Учителя никогда не опаздывают — не имеют права на слабость. Приходила на работу за пять минут до смены. Выспалась – не выспалась, поела — не поела, но улыбнулась и вперед. Бывали проколы. Однажды заказчик запротестовал. Попросил меня снять с опроса, потому что в трубку зевала. Мужу плохо было, всю ночь со «Скорой» бегали. Но если я записалась, то пришла. Дисциплина прежде всего.

В унисон слова юриста, оказавшегося на мели — и записавшегося в интервьюеры:

— Я обычно приземляю людей с точки зрения закона и просто здравого смысла. Профессия юриста оставляет отпечаток. Потому к работе интервьюера отношусь куда серьезней многих. Если задача состоит в сборе голосов, мнений, малейшие отклонения, сбои в разговоре могут многое испортить. Ведь никто, кроме интервьюера, не видит, не знает, как человек отвечает: в каком настроении, расположении, в каких обстоятельствах. В анкете ничего такого нет. Многие махнут рукой, внесут что есть, нажмут кнопку «завершить» — анкета уйдет в базу. Я лучше остановлю интервью, сама прерву разговор, если вижу, что человек смеётся, комедию ломает, не относится серьезно к вопросам. Приземлять людей к реальности — моё кредо.

Зачем нужен профстандарт Социолога? Очевидно, «для защиты корпоративных профессиональных интересов»². Во вциомовском объяснении нет ни новации, ни прорвавшегося вовне откровения — защита интересов профессионального сообщества есть одна из фундаментальных задач стандартизации [26, р. 74]. Защищаться нужно от государства, чтобы в лице Министерства образования, оно не навязало очередную невнятицу образовательных стандартов, в лице расторопных чиновников иных министерств и ведомств — не слило выгодный тендер исполнителям вне устоявшейся корпорации. Защищаться нужно от народа. Иначе нет доверия, а борьба за доверие — это лучшая защита собственных интересов. Защищаться нужно от интеллигенции, время от времени проявляющей внимание к результатам опросов, ибо их внимание зачастую неудобно и двусмысленно. Но самое главное — защищаться следует от интервьюеров, их повседневной рациональности, их решений и действий, их коммуникации с респондентами.

Иначе, интервьюер может заговорить. Тогда, раз — будет разрушена монополия на общественное мнение, приписанная «большой тройке» московских опросных компаний. Два — возникнут ограничения на вопросы. Окажется, что не каждый чих чиновника, подкрепленный весомым бюджетом, может быть оформлен анкетным вопросом. Безусловно, обо всём можно спросить, но не всё поддаётся ответу, — и, тем более, интерпретации. Три — сложнее станет защищать тотальность речевой стандартизации, невозможным будет монополизм в производстве общественного мнения. Без этого образ великого Социолога меркнет, место его сжимается, влияние падает — и статус усыхает. Для интервьюера кредо — «приземлять к реальности», для Социолога — защищать корпоративные профессиональные интересы.

Социология стандартов

Стефан Тиммерманс и Стивен Эпштейн в обзорной работе о социальных последствиях стандартизации, которую я уже цитировал выше, отмечают удивительную нечувствительность современного гуманитарного знания к феномену стандартизации современного общества. Они вводят понятие социологии стандартов как возможности иначе взглянуть на происходящие социальные процессы, переосмыслить классические социологические вопросы неравенства, социальной

²См. подробнее на веб-сайте ВЦИОМ:

<http://wciom.ru/nauka_i_obrazovanie/professionalnyi_standart_sociologa/> дата обращения: 6.03.2017.

стратификации, прогресса, современности [26, р. 84-85]. Эта нечувствительность напрямую связана со включением социологов в процессы стандартизации, отсутствие оптики для дистанцирования и проблематизации происходящего в их непосредственном окружении.

Социология как сфера интересов различных игроков (начиная от государственных служащих и бизнесменов, заканчивая пенсионерами и безработными) давно приобрела черты социального института. Существенным образом растеряв первоначальный запрос на научные исследования, зачастую, она лишь прикрывается последними для воспроизводства установленного социального порядка. Выражения «сделать социологию», «провести социологическую экспертизу», «предоставить социологическое обоснование» — словоформы из мира социальных агентов, но не исследователей. Само социологическое исследование трансформировалось в обслуживание, обоснование интересов, сторонних по отношению к науке лиц, обладающих властью и ресурсами для её удержания.

Стандарты — это своеобразные субституты авторитарных правил [26, р. 71], включающие в себя не только элементы принуждения, но и стратификации. Другими словами, стандартизация есть прямой инструмент для воспроизводства социального неравенства. Если современные исследователи склонны видеть последнее в ограниченных образовательных возможностях, различном социальном и материальном статусе, отличающейся мобильности, С. Тиммерманс и С. Эпштейн подчеркивают вторичность подобного рода концептуализаций. В основании последних лежит стандартизация, у которой всегда есть заинтересованные лица, выходящие на арену социальных взаимодействий, и отверженные, подчиненные, непубличные исполнители предъявляемых стандартов. Образование — лишь одна из арен для боёв за право формировать правила, стандартизирующие жизнь других [27; 28; 29]. Одна из наиболее драматичных арен.

Объективность, достоверность, незаинтересованность выступают лишь тактическими маркерами для реализации интересов определенных групп. Задача социологии стандартов — в прямом обозначении этих групп, вскрытии и описании социальных интересов, обозначении выброшенных, невидимых участников процесса стандартизации.

Ссылаясь на свою работу в области медицины [18], С. Тиммерманс и С. Эпштейн выделяют три вида стандартов. Во-первых, конструктивные стандарты

(design standards), или наборы структурных спецификаций, объясняющих состав социальных или технических систем. Во-вторых, перформативные стандарты (performance standards), задающие нормативы на производимые продукты, действия, услуги. В-третьих, процедурные стандарты, определяющие и регламентирующие процессы и действия [26, p. 72].

Разрабатывая профессиональные стандарты социолога в форме перформативных и конструктивных предписаний, их разработчики забывают, что основанием для их исполнения служат процедуры, которые без их актуализации легко смещаются более удобными и комфортными форматами отчётности. Исследовательские компетенции, представленные как наборы прослушанных курсов, приводят лишь к ужесточению внешнего контроля, лицензированию и дополнительному давлению на конкурентную среду, никак не влияя на её качественные характеристики. Отсутствие полевой работы в стандартах не случайно. Она попросту не может быть операционализирована игроками, не имеющими ни опыта, ни вкуса, ни желание разобраться в полевых буднях интервьюеров. Стандартизация для них — это форма борьбы за институциональное влияние, что свойственно отнюдь не только нашим учёным [30; 31] и нашему времени [32; 33; 34]. Научные сотрудники и представители опросной индустрии, включенные в эту борьбу, давно мутировали в служивое сословие чиновников, ратующих за простые формы надзора и контроля. Воля к власти во всех её проявлениях наиболее ярко выражается в так называемой научной деятельности, где исследовательские интуиции уступили место экспертным позициям.

Изучению представлений чиновников и бизнесменов в обличье учёных, их мотивов, поведения посвящена первая часть социологии стандартов. Вторая — основана на наблюдении за исполнением предписаний, выявлением отклонений и определением санкций. Интервьюеры без всяких сомнений попадают во вторую область. Сейчас они вынесены за скобки структурных и перформативных стандартов, что конструирует особую стратификацию профессии социолога, поднимая на пьедестал бумажную, заявляемую в качестве теоретической, работу над полевыми исследованиями, разговорами, интервью и наблюдениями.

Неочевидные последствия стандартизации

Стандартизация — неотъемлемая часть нашей жизни. У одних её критика вызывает недоумение, желание приписать говорящему странность, недалекость или

эпатажность. У других — кроме страха и агрессии ничего нет. Критика покусается на правильное, очевидное, безусловное. Потому естественным кажется сопротивляться, освобождать свой круг от подобных выпадов. У третьих, людей вольных и творческих, стандартизация вызывает отвращение и неприятие. Критика ими поддерживается и не обсуждается. Можно продолжать, называя четвертую, пятую группу, но лишь немногие склонны смотреть на стандартизацию как социальное явление, анализируя собственные этические решения.

Стандартизация — это упорядочивание своего отношения к миру и себе. В ней всегда заключена власть. Ничего не меняет принята она добровольно или по принуждению. Отсюда социология начинается с идентификации и критики этой власти, указанию на неочевидные последствия стандартизации.

Во-первых, стандартизация лишает голоса, склоняет к подчинению, некритическому мировоззрению. Легко переложить ответственность на некоторый объективный стандарт, кажущееся естественным решение, тем более если оно подтверждено административной или научной властью. Казус подчинения легко обнаруживается иностранцем, человеком не из этого мира или окружения. Но человек погруженный в социальный контекст, свой — практически не имеет шансов рассмотреть конвенциональный, потому спорный характер, любой стандартизации.

Например, современный мир, в том числе и Россия, весьма благосклонно, если не восторженно, воспринимает триумфальный рост Международной организации по стандартизации. Разработанная в 1987 система стандартизации ISO 9000 сейчас представляется естественной и непроблематичной. Однако следует не забывать базовую гипотезу, лежащую в её основании: должная организация документооборота создает необходимые и достаточные основания для качества выпускаемой продукции. Гипотеза, подтверждаемая во многих исследованиях, подчас даёт сбой. И даже всесильная на сегодняшний день ИСО, у нас незаметно сместившая советские ГОСТы, подчас сбывает, приводит к ошибкам и недоразумениям. Например, многие японские компании, по наблюдению Корнелии Шторц, прошли сертификацию ISO-9000 лишь формально, оплачивая услуги по аудиту как маркетинговое продвижение своей продукции, но, по факту, ничего не меняя в управленческих процессах [35; цит. по: 26, р. 82].

Во-вторых, стандартизация порождает скрытое сопротивление. Поскольку стандарты всегда претендуют на установление естественного, оптимального порядка,

граничащего со здравым смыслом, сомнение в последнем есть противопоставление себя миру, неестественное, социально неодобряемое поведение. Люди склонны молчать, нарушать, уходить от ответа, нежели открыто демонстрировать своё несогласие с представленными нормами. «Каждый волен проверять то, за что платит», — говорит интервьюер [36, с. 81]. «А мы вольны выполнять так, как считаем оптимальным, уместным и необходимым», — хочется продолжить невысказанную мысль. В результате стандартизация описывается одним способом наверху, среди принимающих решения менеджеров, и совершенно другим — среди подчиненных, исполняющих эти решения.

В-третьих, в стандартизации изначально заложена интенция на тотальное объяснение, предсказание и упорядочивание мира. Люди, разрабатывающие стандарты, склонны утопать в деталях, лишая других каких-либо признаков ответственного действия. Вся ответственность определяется исключительно точным, без отклонений исполнением предписанных, заранее составленных операций. На этом был основан тейлоровский научный менеджмент, в этом истоки неизбежной тяги к речевой стандартизации труда полевого интервьюера.

Наконец, в-четвертых, стандартизация, как любая форма власти, от предписаний, распоряжений и поручений переходит к надзору и наказанию. Управление отклонениями в большинстве случаев построено на пресечении неуместных, незапланированных действий, основано на строгом сопоставлении наблюдаемого процесса с инструктивными предписаниями.

Речь не идёт к отказу от стандартов и призывам к произволу и анархии. Следует избегать крайних суждений, внимательно и осторожно относиться не только к текущим правилам, но и здравому смыслу, личным убеждениям. Стандартизация — не безусловное благо, а система компромиссов, уживаться с которыми можно лишь через последовательную работу с недочетами и ошибками, трезвое наблюдение за последствиями от реализации нормативных предписаний.

В опросах общественного мнения подобный надзор нашел своё отражение в методическом аудите, или процедурах поиска фальсификаций и фабрикаций, допускаемых в полевых работах [37].

ГЛАВА 3. Изучение фабрикаций в массовых опросах

Контактные центры (call centers), работающие на входящие или исходящие звонки — не суть, есть драйверы новой, глобальной экономики. Немобильные, патриархальные, ограниченные семейным кругом и редкими встречами с друзьями интервьюеры, начинают разговаривать с миром. Стефани Редден описывает работу интервьюеров в контактных центрах Канады, в большинстве своём обслуживающих соседние Соединенные Штаты [38]. Дешёвая рабочая сила в бывших индустриальных районах, где много свободных рук с приличным образованием, тому причина. Работа в глобальном контексте — это с одной стороны, с другой — нестабильность, низкая оплата, жёсткий контроль, ограничение творчества, отказ от профессионального признания. Интервьюер — не профессия, а вид временного заработка. Она, работающая на телефоне, — даже не интервьюер, а оператор, повторяющий вопросы, реагирующий на ответы.

Женская работа

Это третья черта работы в контактном центре. Интервьюер или оператор — сугубо женская позиция на рынке труда [39, р. 23; 40; 41]. В домашнем хозяйстве приготовление обеда, уборка помещения, глажка, штопка, шитьё, как бы, не рассматриваются профессиями. Это нечто вменённое, приписанное женской социальной активности. Одни говорят о досуге, другие — о социальной роли: неоплачиваемой, но обязательной, незамечаемой, но необходимой. Незаметный труд (invisible work) или как бы не труд вовсе [42; 43]. В России принято ругать феминисток за излишнюю драматизацию ситуации, отказ от традиционных ценностей, вменять им разрушение привычного уклада. На деле, феминистская теория разрушает лишь наши стереотипы, зашоренность, отсутствие чувствительности к несправедливому, локальному разделению труда.

Высокая, улыбчивая девушка. Юрист по образованию. С увлечением рассказывает о работе по специальности, занятиях вокалом, поездках в Москву и Петербург. Спрашиваю: «Почему выбрала работу интервьюером? Что нравится?». Задумалась: «Как вам сказать? Разве может нравится нужда? Что делать, когда совсем нет ни денег, ни работы?». Молчу. Она, вздохнув, продолжает: «Когда не хочется мыть полы, садись за телефон и опрашиваешь людей». Богадельня не может

притягивать или нравиться. Мало кто хочет в ней оказаться. Но она нужна, крайне необходима для тех, кто попал в трудную жизненную ситуацию, встал на учет в центре занятости [44, с. 168]. Поддержать, помочь, не дать опуститься — не в этом ли основной смысл доныне непризнанной профессии полевого интервьюера?

Итак, труд интервьюера — это глобальный и, одновременно, низкостатусный и низкооплачиваемый женский вид занятости, разновидность «женского гетто» [45]. Труд интервьюера — это точка напряжения, в которой наблюдается разрыв между открывающейся перспективой и реалиями текущего дня, или, как сказали бы социологи, воспроизводится статусная неконсистентность.

Женщина, чуть старше пенсионного возраста, интервьюером работает третий год:

— В профессии интервьюера нет главного — возможности роста. Даже потенциально некуда развиваться. Возьмем обычного экономиста. Сначала приходит молодым специалистом. Ничего не знает: как смету составлять, коэффициенты рассчитывать. Объяснили. Дальше становится начальником отдела. Начинает планировать, руководить составлением смет, принимать решения. Дальше, если освоил бухгалтерию, может вырасти до финансового директора. Начинает контролировать денежные потоки. Хотя бы потенциально расти в организации может каждый экономист. А у интервьюера что? Ничего. Выучился вопросы задавать за несколько дней, и все, потолок. Ну стал больше брать анкет в единицу времени, и что? В чем мотивация? Анкеты накручивать? Можно какое-то время забавляться, но долго с такой мотивацией не протянешь.

Разговаривая с сотнями разных людей, имеющих колоссальный по разнообразию социальный опыт, интервьюер приобретает невиданную для локального сообщества экспертную позицию. Она знает устройство социального мира, куда лучше штатных социологов, вынужденных опираться на вторичные и потому весьма лукавые цифры. Она наращивает коммуникативные навыки. Умение говорить с незнакомыми людьми на незначимые для них темы, способность удерживать на линии десятки минут спешащих, рассерженных, удрученных собеседников — дорогого стоит. И одновременно, она — никто, проводник чужой, зачастую никчёмной, механистической, недодуманной мысли, диктор плохо сколоченных предложений, пошлых своей канцелярской вымученностью словесных оборотов.

Женщина среднего возраста, интервьюер с высокими показателями производительности труда:

— Очень тяжело удерживать респондентов, когда нужно зачитывать большие списки. Многие, не дослушав, бросают трубку. Особенно, если в начале не всё гладко шло, пришлось уговаривать на интервью, 100% — бросят. Бывает, конечно, кто-то предупреждает. Одна женщина, оборвала на полуслове. Я объясняю, что по правилам должна всё зачитать. «Если будете продолжать, я положу трубку». Пришлось пропустить вопрос. Тогда анкету закли. Может на контроль не поставили, а может в положение вошли. Хотя последнее из области фантастики. Мы для них — роботы, а роботы не ошибаются. Удивительные у нас социологи, такое ощущение, что с Луны прилетели и ни разу в жизни не разговаривали с живыми людьми.

Статусная неконсистентность порождает сопротивление, повседневное, невербализуемое женское неприятие сложившегося социального порядка. Сопротивлению женщин, работающих в контактных центрах посвящена упомянутая выше статья Стефани Редден [38]. Труд интервьюера контактного центра есть овеществленная форма повседневного сопротивления (everyday resistance), альтернативного классическим коллективным действиям (забастовкам, стачкам). Отсюда отклонения от опросных заданий, подмена номеров, отказ от ремонта коммуникации и доведения её до абсурдных обертонов. Фальсификация и фабрикация исследования, проводимые интервьюерами, есть акт борьбы слабых с несправедливым устройством мира трудовых отношений. Через повседневное сопротивление слабая позиция интервьюера становится охранной грамотой ремесла. Разрушая исследовательское задание, интервьюер сохраняет собственную идентичность, ибо только в сопротивлении возможно обретение профессионального самосознания.

Задачи методического аудита

С автоматизацией опросов московские и региональные компании увлеклись контролем [36, с. 78]. Все силы уходят на поиск ошибок, сбоев, вольных или невольных фальсификаций. Вопрос не так зачитала, паузу не там сделала, усмехнулась не вовремя — каких только придирок не услышит интервьюер. Кроме оправдания выявленных ошибок — как бы ничего и нет. Но слушаешь интервьюеров и поражаешься точности наблюдений, верности аргументов, изящности принимаемых

во время разговора решений. Не могу не перебить: «Почему не расскажите? Не поделитесь? Ведь это так важно для самого исследования!» В ответ: «Кто нас послушает? Да они сами должны знать, ведь это очевидно». Увы, очевидность у организаторов опросов давно заместила азарт поиска ошибок и сбоев.

Потому интерес к фабрикациям со стороны исследователей выходит за рамки операциональной деятельности, контроля качества, соблюдения регламентов и процедур. Изучение фабрикаций есть давно потерянная в учебных аудиториях социология, в своем первоначальном, не искаженном сервильными отношениями смысле, социология, изучающая порядок производства социальных артефактов, называемых общественным мнением. Фабрикации интервьюеров следует изучать не столько для ремонта неуклюжего опросного инструмента, а для понимания социальных взаимодействий, определяющих наши интерпретации повседневности, а значит создающих повседневность как таковую.

Перед подготовкой рукописи «Методический аудит массового опроса» мы организовали внутренний семинар, одним из результатов которого стала теоретическая схема методического аудита. Не успев продумать целостную концепцию, мы поместили её в приложение [37, с. 312]. Хотя по значимости, именно эта схема должна определять общую логику размышлений о методическом аудите.

Схематически методический аудит делится на четыре значимых области, определяющие основные направления прилагаемых усилий и ожидаемых результатов.

Во-первых, ремонт текущего опроса, который основан на проверках отклонений и сбоев опросного инструмента, в отношении выборки, анкеты и поведения интервьюера. Большая часть ремонта посвящена выявлению полевых фабрикаций и фальсификаций, а также невольных ошибок, допускаемых на всех стадиях сбора и обработки данных. Во-вторых, критика методологии опросного инструмента, или свод общих правил, норм, требований и рефлексия всех регламентирующих составляющих. Современное методологическое мышление по большей части определяется теорией общей ошибки исследования, поэтому основную задачу этого раздела мы формулировали, как изучение процедур обнаружения, регистрация и анализа ошибок. Первая и вторая области относятся к методологической части исследования, или отвечают на вопрос — как организовывать и проводить исследование?

Но этим не ограничивается труд методолога. Повторяя маршруты, сверяясь с полученными данными, воспроизводя новые замеры, методист невольно наращивает материал всего исследования, достигает иных ракурсов для проблематизации содержательного поля. В-третьих, проводится аналитическое обогащение опроса. Проверяются гипотезы, вскрываются новые проблемы, добавляются смыслы, которые по тем или иным причинам были пропущены изначально. Методический аудит — это неоценимое подспорье в содержательном осмыслении происходящего, актуализации исследовательского внимания на значимых вопросах.

Наконец, в-четвертых, в методическом аудите проводится этнография опроса, а именно анализируются механизмы производства общественного мнения, актуализация того, как работают стандарты, как воспринимают ситуацию все участники стандартизированного интервью. Именно эта, последняя область, представляет интерес для социолога. Через радикальное сомнение валидности и надежности получаемых данных, рефлексия собственной активности, поддерживаемую автоэтнографическим стилем исследования [46], можно пробиться к реальности, преодолеть ограничения объективирующей мир науки. В анализе сбоев и ошибок, разработки методологических рамок, обогащении опроса социология востребована не больше и не меньше, чем другие дисциплины: когнитивная психология, теория коммуникации, общественные отношения, сравнительные социальные исследования и т.д. Напротив, во включенном наблюдении за механикой опроса потребность в социологическом воображении (по Миллсу) выходит на первый план. Социологу изучение фабрикаций необходимо не столько для исправления инструментария, сколько для наблюдения за социальной реальностью, в дальнейшем трансформируемой в общественное мнение, публичный дискурс или набор моральных суждений.

Профилактика изобличительского энтузиазма

Уверенность социолога в своей правоте, подкрепленная, с одной стороны, методологической литературой, статусом, требованиями заинтересованных сторон, с другой — отказом от сбора обратной связи со стороны интервьюеров, отсутствием методической рефлексии, породила движение по контролю и надзору за работой полевых интервьюеров, изобличением намеренных отклонений от опросного задания. Методический аудит полевых работ — результат этого движения. Направленный на анализ качества эмпирического исследования, выявление сбоев и недочетов в

опросной механике, методический аудит непосредственно затрагивает этическую сторону социальных исследований, порождает конструирование моральных суждений, определяющих должное и недопустимое в поведении интервьюеров.

Мы не раз подчёркивали, что задача методического аудита не поиск виновных и наказание нерадивых, а поддержание систематической работы по изучению ошибок [47, с. 29; 48; 37], что определяется доминирующей в настоящий момент теорией общей ошибки исследования (см. подробнее об этом в следующем разделе). Развитие последний в какой-то степени объясняет ренессанс интереса к фабрикациям и фальсификациям со стороны методистов. Другими словами, причина не в том, что интервьюеры стали больше фабриковать за последние годы, а в том, что исследователи, с одной стороны, нашли язык описания, с другой — технические средства для наблюдения и регистрации фальсификаций и фабрикаций, допускаемых интервьюерами [49; 50; 51; 52; 53]. Вместе с тем, редко удаётся избежать побочных, негативных эффектов от комплексной проверки полевой активности опросных компаний.

Обнародовав результаты методического аудита, вскрывшие значительные фальсификации и фабрикации в одной из известных региональных компаний [54], первоначально мы столкнулись с осуждением и негодованием от подобной открытости со стороны руководства ряда компаний. Этот шаг, с их точки зрения, подрывал доверие к опросной индустрии, способствовал распространению негативных установок среди заинтересованных лиц, снижал уровень внутриотраслевой кооперации. Одним словом, открытость результатов была воспринята как посягательство на внутреннюю, изначально сокрытую от сторонних глаз опросную среду.

Подобная реакция скорее укрепила уверенность в осмысленности сделанного шага, обнажила истинные мотивы, стоящие за бесконечными разговорами о доверии к массовым опросам со стороны руководителей, не проявляющих должного интереса к основаниям этого доверия или причинам воспроизводимого массового недоверия. Побочный негативный эффект методической открытости обнаружился в другом месте.

В рамках Российской исследовательской недели проходила выставка технологий маркетинговых исследований в Сокольниках³. На стенде одной из компаний, в которой были обнаружены фальсификации, у некоторых интервьюеров доходящие до 100% всех заполненных анкет. представитель компании сказал: «Вы знаете, что самое страшное, обидное, больное во всей этой истории? Ты работаешь годами, доверяешь людям, делишь с ними и радости, и невзгоды... А они смотрят на тебя голубыми глазами и... врут, врут не стесняясь, не скрывая своё враньё. Меня в том проекте не было в городе — не могла отреагировать оперативно на происходящее, от этого тем обиднее и больнее. Я проработала с ними не один десяток лет и вынуждена была расстаться. Теперь как-то жестче стала, ушла та душевность и теплота в отношении интервьюеров, ушло доверие».

Борясь за качество исследования, вскрывая недостатки в организации полевых работ, мы были увлечены полемикой с руководством, их нескрываемым сопротивлением к раскрытию нелицеприятной для них информации, и совершенно упустили из виду внутрикорпоративные последствия подобных дискуссий. Допустившим фабрикацию интервьюерам были присвоены чёрные метки, их просто выбросили из компании, с ними не смогли найти общий язык. Негативные эмоции превысили рациональные рассуждения, а любые доводы стали восприниматься как оправдания. Увольнение — самое простое и самое быстрое решение. Оно позволяет однозначно определить виновных, поддержать собственную идентичность непричастности, сохранить баланс в определении должного и недопустимого в работе. Но это легкий, тактический выход из ситуации ничуть не приближает к решению базовой проблемы неотвратимости фабрикаций при существующей организации полевых работ.

Нельзя начинать разговор о фабрикациях и фальсификациях, не включая в число собеседников самых важных заинтересованных лиц — полевых интервьюеров. Иначе вся методическая работа сведется к определению лишь правых и виноватых, что есть прямой путь к фальсификации самой идеи исследовательской работы.

³ 2-я Выставка решений методик и технологий для маркетинговых исследований. ResearchExpo / Организатор Ассоциация исследовательских компаний 7/89. Москва, 2017. 17 марта.
<www.rsearchweek.ru>

ГЛАВА 4. Профилактика эффектов интервьюера

Опросы общественного мнения не ругает только ленивый. Провалы в электоральных прогнозах, ошибки в оценке протестных настроений и социального напряжения, заниженные доходы и завышенная лояльность к текущим политическим решениям — это лишь небольшой перечень из года в год повторяющихся претензий к опросной индустрии. В ответ социологи клянутся в качестве своих данных, пеняют на коллег по цеху, обязуются исправить мелкие недочёты, развить и модернизировать наличную технологию.

— Неужели недочёты мелкие, а ошибки лишь у других? — спрашиваю руководителя одной из опросных компаний.

— Куда там! Ошибок навалом, но разве можно о них говорить открыто? Без того на каждом углу норовят упрекнуть во лжи или ангажированности, а если ещё самому хворост подбрасывать — ничего хорошего из этого не выйдет. Один раз об ошибке скажешь, другой — ни одного заказчика в округе не останется.

Не поспоришь — логика железная. Но с ней можно лишь консервировать проблемы, ждать, когда прорвёт, вырвется наружу очередная несуразица. И приходится социологам жить двойной жизнью: между собой перешёптываться о смещениях и ошибках, во вне — хором декларировать об их полном отсутствии, как минимум, в текущем опросе, отчёте или экспертном заключении. Таковы правила двойной морали по сокрытию данных, укорененной в профессиональном неписанном стандарте отечественной прикладной социологии.

Бегство от ошибок

Почти сто лет назад аналогичная ситуация наблюдалась в Соединенных Штатах — родине массовых опросов в их современном изводе. В переизданной на днях Фондом «Общественное мнение» книжке Бориса Докторова «Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина» [55] детально описаны перипетии становления опросной технологии, громкие провалы первых лет. Зазор между американской традицией, извлекающей уроки из прошлого, и российской, постоянно пережёвывающей одну и ту же проблему, — огромен. Если в Штатах ключевым, безусловным требованием к опросным компаниям стала тотальная открытость методики и техники исследования [56; 54], мы продолжаем убеждать себя и других в

превосходстве, технологичности и прогрессе, на деле, давно устаревшей идеологии методологической тайны.

Опросы состоят из ошибок, но кто видел, чтобы российские опросные компании об этом говорили? Оправдания и объяснения громких провалов с электоральными прогнозами — не в счёт. Методологическая открытость — это повседневный детальный разбор ошибок выборочного дизайна, анкеты, интервьюера. Спрашиваю интервьюера, что с опросами не так, откуда ждать ошибок? Женщина лет сорока, два года на телефонных опросах, чуть задумавшись, рассуждает:

— Очень плохо идёт вопрос про общий доход семьи. Не любят его. Если отвечают, то впопыхах, абы что сказать. Так, в Махачкале семья в пять человек и общий доход — пять тыщ. Про себя думаю: «Вы же хлеб на что-то покупаете? Те же памперсы, если маленькие дети». Но вслух никогда не переспрошу. Зачем? Есть инструкция, точно зачитать вопрос и зафиксировать ответ. Зачитала, ответ услышала, записала. Следующий вопрос. Анкету завершить ещё надо. Хоть вопрос из последних, но оборвется респондент, и пиши пропало. То ещё хуже, прослушивать начнут, придерутся, зачем отошла от инструкции. Разве объяснишь, что ответ странный, не бывает такого в жизни?

Женщина, к шестидесяти, как вышла на пенсию, никуда больше не берут, кроме интервьюера в звонковый центр:

— На некоторых опросах чувствуешь себя каким-то проводником зла. Спрашиваешь о всяких глупостях, спрашиваешь по-глупому, ещё и оправдываешься мнимой важностью. Согласится человек отвечать. Расскажет о своей боли, о непотребстве чиновников, несправедливости начальства, пережитой смерти близких, безденежье или врачебной ошибке и размажет всю формалистику опросную вдрызг. Чем больше политики, надуманности в вопросах, тем сильнее режет слух простое человеческое горе. Не стыкуется оно с любопытством чиновника или партийного деятеля, вываливается из однобокого сценария анкеты. Доведешь интервью до конца, поблаговаришь за участие, вытрешь слезы, сходишь, попьешь воды и дальше. Вроде политические опросы интересней, весомей и касаются всех. Но какое-то колючее у них прикосновение, вымученное.

Мужчина 64 лет, работает интервьюером второй год:

— Очень интересно было бы на результаты опросов посмотреть. В телевизор иной раз что-то просочится. Но что? Мы то вопросы читаем. Там совсем про другое.

Социологи из Москвы всегда о своём талдычат. Нам лишь улыбаться остаётся. Возьмем вопросы о политических партиях. Сам чувствуешь, общаешься на перекуре с другими интервьюерами — по-разному расстановка сил за Уралом и в центре России, например. Где-то Единая Россия, но есть голоса, и не малые, в пользу тех же коммунистов или ЛДПР. Не может быть, чтобы везде Единая Россия такой успех имела. Конечно, статистику не составишь из своих впечатлений, но то, что по телевизору говорят, доверия не вызывает.

В кругу организаторов опросов не раз приходилось слышать сетования на непрофессионализм, халтуру и безответственность интервьюеров. Как правило, это пространные речи с невнятными рассуждениями о правильном и ошибочном поведении, о том, что «показывает практика» и чему «учит опыт». Однако, переходишь к конкретным вопросам, пытаешься у социолога выяснить, где допущена ошибка, как её можно избежать, как поступать правильно, если столько слов о неправильном, и неизменно видишь недоуменный взгляд. С одной стороны, слышатся упреки в отклонении от нормы, с другой — наблюдается почти животный страх перед полевой работой, реалиями опросной коммуникации. Апологеты строгой исследовательской морали на деле оказываются всего лишь глашатаями устаревшей догматики, защитниками собственных страхов перед полевыми буднями интервьюера.

Интервьюер не будет спорить и доказывать свою правоту. Работа не ждёт — и лишнее это:

— Нам редко заранее дают технические инструкции, как все должно быть, а требуют уже постфактум строгого соблюдения надуманных правил. То ли по ходу изобретают, то ли выслуживаются? Разве поймешь. Шаг в сторону — штраф. Другие возмущаться начнут, а я махну рукой и другому скажу: «Отпусти, пусть на их совести этот маразм останется». Обычно на инструктаж ссылаются, но там одни общие слова. Супервайзер так воспринимает ситуацию, я — по-другому. Нет общих правил в психологии. И я не хочу человека обижать, наступать ему на нервы. Потому лучше к респонденту прислушаюсь, чем крикливому молокососу-заказчику буду во всём потакать. Штрафов не боюсь. Совесть и правда важнее денег.

Зачастую нежелание говорить об ошибках в опросных компаниях связано с намеренным незнанием таковых, неумением их увидеть, оценить. Нужно ли после

этого удивляться промахам в электоральных прогнозах, неточностям в измерениях общественного мнения? Привычка скрывать проблемы от внешнего взгляда давно привела к неумению разглядеть их внутри профессионального сообщества. Нет внимания к проблемам и ошибкам, нет методических размышлений — нет и повода для развития. «Ошибок навалом», — эхом отдаётся мимолетное утверждение. Только вместо работы над ошибками, публике в очередной раз предлагается поздравительные виньетки и уверения в профессиональной честности, неподкупности, безошибочности.

Объяснение эффектов интервьюера

В 2013 году в Университете Мангейма (Германия) прошел международный семинар «Объяснение эффектов интервьюера в массовых опросах». Спустя четыре года Брэди Вест и Аннелис Блом опубликовали статью с одноименным названием, которая представляет собой детальный обзор экспериментальной работы по изучению эффекта интервьюера [57]. Теоретической рамкой для систематизации методических экспериментальных планов послужила теория общей ошибки исследования [58]. Это позволило уйти от линейного представления об ошибочных действиях интервьюера, обозначив четыре базовые области потенциальных ошибок, которые непосредственно связаны с активностью интервьюера.

Первая область, определяется активностью интервьюера по конструированию основы выборки и непосредственно связана с ошибками покрытия [57, р. 179-180]. Квотирование отбора, установление скрининговых процедур по установлению релевантных для опроса групп населения отражает перенос конструирования основы выборки в полевые условия. Интервьюеры ошибаются произвольно или намеренно в идентификации нужных респондентов или сами респонденты не точно определяют свой статус по значимым переменным — это приводит к смещениям выборочного дизайна. Чем сложнее процедуры отбора и меньше объем отбираемой группы в совокупности, тем больше вероятность возникновения ошибок покрытия. Это связано как с нарушениями со стороны интервьюеров, так и естественным в такой ситуации попаданием в выборку более доступных (расположенных к общению с незнакомцем) представителей целевых групп.

Вторая область — это установление контакта с потенциальным респондентом, удержание его внимания и получение согласия на продолжение разговора. Ошибки возникают из-за отклонения от предписанной процедуры, оптимизации работы на

опросе (уменьшение времени ожидания ответа, отсутствие перезвонов и повторных обращений, неадекватная речевая активность в первые минуты разговора и т.д.). Вторая область определяется ошибками неответов — наиболее весомой причиной смещений в опросах общественного мнения [57, р. 180-184]. В проанализированных Б. Вестом и А. Бломом экспериментальных исследованиях обнаружилась позитивная связь между опытом работы интервьюера, позитивными, оптимистическими ожиданиями об исходе интервью и низким уровнем ошибок⁴. В то же время ни возраст, ни пол в большинстве исследований не оказывают значительного влияния на объем допускаемых ошибок.

Третья область есть непосредственное зачитывание вопросов. Именно эта часть попадает в требования по стандартизации опросного инструмента, традиционно ей уделяется максимальное внимание в тренингах и инструктажах интервьюеров [59]. С точки зрения теории общей ошибки исследования, третья область связана с ошибками измерения и пропусков ответов [57, р. 184-194]. Отталкиваясь от проделанного Н. Шауфер, Д. Дюкема и Д. Мейнардом обзора [60], Б. Вест и А. Блом указывают на то, что наибольший риск возникновения ошибок измерения связан с особенностями опросного инструмента: (1) вопросами об установках, (2) открытыми вопросами, (3) эмоциональной или сенситивной тематикой, (4) трудными и комплексными задачами, предлагаемыми респонденту.

Наконец, третья область определяется регистрацией данных, или занесением ответов респондента в анкету, что описывает процессуальный тип ошибок [57, р. 194]. Последние возникают из-за невнимательности или накопленной усталости интервьюера или плохого дизайна опросного инструмента. Чем больше внимания требуется для заполнения анкеты (табличные вопросы, открытые вопросы, включение открытых граф прочее или другое и т.д.), тем выше вероятность возникновения процессуальных ошибок.

Б. Вест и А. Блом пропустили еще одну значимую область потенциальных ошибок — умение завершить интервью, оставить после себя положительный след в воспоминаниях интервьюера [61]. И пусть ошибка такого рода не проявляется в

⁴ Б. Вест и А. Блум анализировали исключительно публикации западных авторов. Однако и в отечественной социологии огромную работу по изучению эффекта интервьюера провел А.Ю. Мягков с коллегами [Мягков, Проскурина, Егорова, 2003; Мягков, Журавлева, 2004]. Результаты их экспериментальных планов не отличаются от западных коллег, поэтому я не буду подробно на них останавливаться.

текущей анкете, но её присутствие может принести куда больший вред для опросной индустрии в целом.

Теория общей ошибки исследования не создает новой рамки для анализа работы интервьюера. Об ошибках, допускаемых интервьюером на всех стадиях вопрос-ответной коммуникации, известно давно [62, с. 61; 63, с. 84]. Она лишь позволяет систематизировать и наглядно представить особенности влияния последнего на результаты опроса. Исследователи, внимательно и добросовестно разбирающие полевые будни интервьюеров, даже в годы становления массовых опросов писали о неоднозначности, подчас противоречивости и сложности работы интервьюера. Задача современных методистов заключается лишь в добросовестной обработке их наследия, ответственном отношении к понятию стандартизации, затрагивающем не только область измерения, но и формирования основы выборки, установления и поддержания раппорта, корректной регистрации полученных сведений.

Дуальность стандартизированного интервью

Одна из первых инструкций интервьюеров, определяющая правила проведения стандартизированного интервью, опубликована в 1942 году [64]. Автор — Дуглас Вильямс, пионер полевой работы в опросах общественного мнения, работающий на тот момент в Национальном центре изучения общественного мнения (NORC). Поскольку текст выполнен в нормативном ключе и не содержит требующих проверки гипотез или утверждений, он мало цитировался и, практически, остался незамеченным исследовательским сообществом. Вместе с тем, представленные Д. Вильямсом ограничения и требования к работе интервьюера остаются чрезвычайно важными для понимания текущих оснований стандартизированного интервью.

В тексте чётко прописаны привычные для полевых исследований требования к стандартизации [64, р. 637]:

Во-первых, требование абсолютной нейтральности. Задача опроса — правдивое измерение мнений людей, того, что они, действительно, думают и чувствуют. Нейтральная позиция — это гарантия сохранности первоначального, присущего человеку мнения.

Во-вторых, необходимость задавать вопросы в точности как они написаны в анкете, без каких-либо изменений. Д. Вильямс приводит две причины столь жесткого требования: 1) нет гарантий, что изменение интервьюера лучше анкетного варианта,

2) необходимо сопоставлять результаты разных интервьюеров и быть уверенным в одинаковом подходе к измерению.

В-третьих, никогда нельзя предлагать респонденту возможные варианты ответа, выходящие за рамки написанных в анкете. Не должно быть ни малейшего подозрения в том, что ответ как-то навязан или подсказан интервьюером. Поэтому в случае затруднений, следует обводить «не знаю» или «затрудняюсь с ответом», что может быть куда информативнее содержательного ответа.

В-четвертых, если респондент не понял вопрос, просит пояснить, прокомментировать, интервьюер не должен делать ни первого, ни второго. Единственное допустимое действие интервьюера — в точности повторить вопрос так, как он был записан в анкете.

В-пятых, нельзя менять порядок вопросов, поскольку последний непосредственно влияет на ответы.

Пожалуй, это исчерпывающий список основных требований к стандартизированному интервью, воспроизводимых в каждой должностной инструкции интервьюера, инструктаже перед началом поля и личных беседах методистов и контролеров. Любопытно, что в тексте Д. Вильямса требования объединены в раздел «манера проведения интервью» и занимают не более 1/20 текста о базовых инструкциях. Оставшаяся часть нормативных предписаний уже идет в разрез устоявшимся представлениям о стандартизации и может смутить последовательных защитников последней.

Причина заключается в том, что жесткость стандартизации относится лишь к написанным формулировкам. Методисты Национального центра изучения общественного мнения прекрасно отдавали отчет в том, что вопрос-ответная коммуникация отнюдь ими не ограничивается. Кроме задачи воспроизведения анкетных вопросов, есть задачи установление контакта, определения правил предстоящего разговора, ремонт сбоев в коммуникации, удержание интереса респондента, уточнение ответов и определение адекватности их вопросному заданию и т.д. Каждая из подобных задач уже не может быть реализована посредством требования простого воспроизведения анкеты, поскольку выходит за рамки спланированного формального скрипта. Другими словами, чтобы поддерживать стандартизацию анкетного задания от интервьюера требуется применять различные

коммуникативные стратегии, далеко выходящие за рамки точного воспроизведения написанного заранее текста.

Во-первых, особое внимание всегда уделяется началу интервью, где вариативность речевого поведения интервьюера максимальна. Это не случайно. С одной стороны, еще не задаются содержательные вопросы, и нет риска сместить ответы, с другой — выполняется важнейшая функция стандартизированного интервью — привлечение постороннего человека к сотрудничеству, разговоры пусть даже на посторонние и незначимые для него темы. Д. Вильямс отмечает, что первый вопрос следует задавать как можно быстрее, чуть ли не скороговоркой, не пытаясь объяснить респонденту все особенности вопроса, а скорее подталкивая его к тому, чтобы он сам спросил о том, что показалось странным или непонятным: «Дождитесь, пока он спросит, а потом отвечайте. Люди лучше слушают ответы на свои собственные вопросы, нежели неопределенные объяснения чего-либо» [64, р. 636].

Во-вторых, базовым отношением к сценарию опроса, Д. Вильямс называет непринужденность и раскрепощенность диалога, приближение его к обыденному разговору, без излишней серьёзности и чопорности. Поэтому лучше не зачитывать вопросы, а произносить их по памяти, глядя в глаза респонденту, создавая видимость, что вопросы принадлежат самому интервьюеру, а не кому-то ещё со стороны.

В-третьих, требуется применение адекватных речевых методик корректировки речи респондента, если он увлекается ответом на какой-то один вопрос, даёт излишне развёрнутые ответы. Следует остановить его, указать на возможное недопонимание общих правил разговора, предупредить о времени, которого может не хватить на другие вопросы [64, р. 636-638]. Именно на эту задачу обратили особое внимание через сорок лет Чарльз Кэннел, Петер Миллер и Лоис Оксенберг, призывая к введению новых техник интервьюирования [65, р. 405]. Остановимся на этом подробнее чуть ниже.

В-четвертых, к некоторым вопросам анкеты требуется подстраивать личные вставки, адаптируя их под текущую коммуникацию, давая респонденту время на размышление. Например, если в анкете после основного вопроса идёт вопрос «почему?», его не следует задавать в таком укороченном виде. Лучше всего расширить или перефразировать вопрос: «Какова основная причина того, что вы так думаете? Могу я спросить, почему?» [64, р. 638].

Последний пункт выглядит как явное противоречие первоначальному требованию зачитывать вопросы так, как они написаны. Что можно списать на недоработку или невнимательность автора. Но это не так. Искусство стандартизации стандартизированного интервью с самого начала не сводилось лишь к монотонному зачитыванию заранее составленного текста. Стандартизация, по замыслу авторов, работающих над её учреждением в опросах общественного мнения, относилась к ответам респондентов, возможности работы с ними одинаковыми статистическими средствами. «Вы, безусловно, должны адаптировать свою задачу под конкретного человека, которого интервьюируете», — утверждает Дуглас Вильямс [64, р. 637-638]. Видимое противоречие отражает скорее дуальность интервью, как практики получения сведений и удержания внимания, нежели ошибочности предлагаемых к интервьюерам требований.

ГЛАВА 5. Активное долголетие в массовых опросах

В десятые годы разговоры о старости вошли в моду [66]. С одной стороны, олигархи из списков Форбс, бизнесмены помельче, вошедшие в девяностые тридцати-сорокалетними оторви-головами, также их ровесники, достучавшиеся до власти в нулевые, несколько поизносились, почувствовали возраст, свой и своего окружения. С другой — стареющая Европа и Америка давно являют миру примеры обращения со старостью. Бесконечные мантры эпатажной молодёжи о быстром, урбаническом, инновационном не мешают усилению ценности медленного, сельского и традиционного. Наша современность должна быть временем стариков. Должна, но не обязана.

Обязанность, обязательства, социальная поддержка и защита привычно спариваются с государством. Оно не сопротивляется. Костюмы, галстуки, белые блузы раздают поручения в овальных или прямоугольных кабинетах с неизменной позолотой интерьеров и стеклянным отблеском парадных портретов. Текущая возвышенность государственного дискурса о старости — «Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения»⁵, утвержденная на самом высоком уровне в феврале шестнадцатого. Первый пункт — указание на стимулирование занятости граждан пожилого возраста. Программе больше года, но ничего не изменилось. Как и на первых этапах реализации программы [67, с. 69; 68, с. 69-70], так и сейчас исследователи продолжают фиксировать лишь ухудшение ситуации с занятостью старших возрастных групп.

Рабочие места для стариков

В России давно повелось: одни отчитываются и получают награды, другие делают и спотыкаются на выговорах. О последних, которые по делу — первые, о региональных опросных компаниях, хочется говорить без умолку. Не знаю, можно ли найти ещё у нас бизнес, где с такой охотой берут людей пожилого возраста, не на проходную, побочную, а на основную, базовую профессию. В опросной отрасли —

⁵ Распоряжение Правительства РФ от 5 февраля 2016 г. № 164-р «Об утверждении Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения». И далее: «Документ разработан Минтрудом России в соответствии с поручением Президента России по итогам заседания президиума Госсовета о развитии системы социальной защиты пожилого возраста 5 августа 2014 года» — отпечатано на официальном правительственном вебсайте.

это профессия полевого интервьюера. Хочется говорить, но лучше дам слово самим интервьюерам — профессионалам своего дела, неизменно восхищающим точностью наблюдений, взвешенностью взглядов и каким-то христианским послушанием на своём чрезвычайно сложном поприще.

Женщина, за шестьдесят, опытный, эффективный интервьюер:

— Начала с инженера-механика в технадзоре. Потом завлекли в отдел коррозии в центральной лаборатории. В девяностые в экономику занесло. Прогнозами занялась, оценкой инвестиций, расчётами производственных планов. Трудовая книжка толстенькая. Тридцать два года на одном заводе, а сколько задач пришлось решать и мест менять — не вспомнишь сразу. В пятьдесят пять подошла пенсия. Спросили, буду ли оставаться. Но нечего стало делать на работе. Ушла. Год гуляла. Стало скучно, пошла искать на голову приключений. Негласно на завод пенсионеров не берут, тем более, обратно. В других местах и смотреть нечего: администраторы, вахтёры, уборщицы — на другое не рассчитывай. Помыкалась и сотворила провокацию нечаянно — в интервьюеры пошла.

В несовершенном, пресмыкающемся перед современностью мире, возраст убивает любую квалификацию. С хорошим, грамотным специалистом тяжело — не всякое решение можно принять, не любое поручение выдать. Отсюда и стремление избавиться от возрастных работников, не в меру ратующих за справедливость, часто нетерпимых и бескомпромиссных в отношении любого сумасбродства.

Она долгие годы проработала Главным бухгалтером. Работа интервьюером для неё — явное понижение статуса. Но даже здесь, не испытывая особых восторгов от текущей занятости, она выполняет работу настолько хорошо, что уже не первый год ходит в передовиках. На неё равняются, ставят в пример, просят помочь новичкам освоиться в профессии:

— Когда тебе за пятьдесят, вверх идут те, кто помоложе. Хоть с тремя высшими и опытом, думать будешь только об одном: как бы место удержать, на пару годиков остаться. Обустройстваешься, закрепляешься, начальству в рот заглядываешь. Стаж идет, да и ладно. Нам, смертным, только под ноги смотреть — как бы не оступиться и не полететь в тартарары. Я дура была, плевать хотела, что вокруг директора одна родня. Правду искала, что-то доказывала. Нашла правду на свою голову — сократили. Старуха с корытом, а я с телефонными наушниками. Раньше

свой кабинет был, теперь на головах друг у друга сидим. Здравствуйте, здравствуйте, здравствуйте... Уже в ушах звенит это здравствуйте.

Мир давно изменился. В прошлое отошел идеал конвейерной судьбы — детство и юность — учёба, молодость и зрелость — работа, старость — отдых и внуки. Не работает, ломается линейная модель. Учиться, любить, работать можно и в жизни, а не только в словах. Потому разговоры о повышении пенсионного возраста — не столько танцы с экономией бюджета, сколько предельная социальная рациональность. Не отодвинув пенсионные границы, нельзя претендовать на равные возможности в занятости. Потребность в этом есть огромная, её слышишь в каждом слове собеседниц и собеседников, перешагнувших пенсионный возраст:

— Мне — 58 лет. Сестры живут в Германии и Литве. Порой плачутся: «нам пахать и пахать, а ты уже отдыхаешь». У одной — с 65, другой — 63 лет пенсионный возраст. А что делать на пенсии? Тоска — дома сидеть. Рано мы уходим. Возраст энергичный ещё, а проку никакого. Можно по театрам ходить. Но это пассивная жизнь. Нельзя получать всё время. И отдавать хочется, быть нужной кому-то. Родственники далеко, друзья заняты, новых уже не просто завести. Единственный выход — работа. Но попробуй устройся. То говорят, работать надо, пенсионный возраст повышать, то не берут никуда. Хорошо, опросы есть. Одно из немногих мест, где косо не смотрят.

— По горячей сетке сварщиком отработал 20 лет, так что на пенсию заработал давно. Но девяносто восьмой год. Дефолт. Кризис. Денег нет. Пришлось переучиваться. Сдал нужные экзамены в Амстердаме, набрал морской ценз. Результат — 17 лет в море. Ходил под голландским, немецким, английским флагом. Стармех, старшим механик значит. Четыре месяца в море, четыре — дома. Но от силы месяц, вызывают, просят. Дома не засиживался. Потом вроде как решил на пенсию выйти. И пошло-поехало: диван, компьютер, телевизор, пиво. Опять компьютер — пиво, пиво — диван. Надоело. Пенсия — вещь унылая. Потому в интервьюерах осел. Пока работаешь — живешь. Жизнь других чувствуешь. Альтернатива — диван, но это не по мне.

— Сейчас мне семьдесят, а не работаю лет пять всего. Года два назад спохватилась. Чего сидеть? Муж умер, у дочки своя семья. Скучно, да и копейка лишней не будет. Начала звонить по объявлениям. В газете о возрасте ничего нет. Но каждый спрашивает: сколько лет? Как узнают сколько: «вы нам не подходите».

Отступилась. А тут встретила родственницу. Она и посоветовала в опросную компанию пойти. Сначала предложили на телефон. Всё хорошо, но некоторые ответы надо записывать. А навык весь вышел. Что я там одним пальцем натыкаю? Отказалась. Предложили на улице опрашивать или по квартирам. Попробовала — получилось. Спасибо родственнице, а то бы кисла дома.

В десятые годы разговоры о старости вошли в моду. Бизнес, государство, общественные деятели — все призывают обратить внимание на стариков. Региональные опросные компании — одни из немногих, кто обращает. Их часто обвиняют в политической конъюнктуре, упрекают ошибками в прогнозах, ангажированностью и пресыщенной лояльностью правящему режиму. И никогда не обращают внимание на то, что опросная отрасль — одна из немногих занимается активным старением: предоставляет рабочие места, вырывает стариков из безымянного одиночества и промозглой пассивности дожития. Наша современность должна быть временем стариков. И опросные компании показывают на деле как это может быть.

Почему старики?

Возраст, наряду с полом, одна из наиболее надежных и легко замеряемых социально-демографических характеристик [69, с. 32]. Поэтому нет ничего удивительного в том, что, анализируя эффект интервьюера, исследователи часто обращались к возрасту как к независимой переменной. За несколько десятилетий кропотливого методического труда накоплены значительные массивы данных о влиянии возраста интервьюера на ошибки, связанные с его речевым поведением [57, р. 191]. Данные противоречивы. Одни исследователи обнаруживают положительные корреляции между возрастом и количеством ошибок или качеством собранных сведений, другие — отрицательные, третьи — вовсе не видят никакой зависимости.

Причина в том, что возраст — это интегральная характеристика. Нас, как исследователей интересует не календарное количество лет, не биологический, а социальный возраст. Последний измеряется опытом и уравновешенностью, или адекватным, взвешенным отношением к себе и своему труду. Именно эти характеристики неизменно позволяют очень хорошо предсказать исход работы интервьюера: его результативность по рекрутингу респондентов (ошибки покрытия и неответов) и качество собираемой информации (ошибки измерения и регистрации).

Умение видеть разнообразие мира, не подводить под одну категорию множественный опыт своих собеседников (что приводит к множественным ошибкам и отклонениям, см. например: [44, с. 86-88]) вырабатывается с годами. К пожилым интервьюерам прислушиваются, им чаще, нежели молодым, доверяют сокровенные, интимные ответы [70]. Здесь нельзя опираться лишь на инструктаж или короткое обучение. Гарантом качества работы выступает опыт, приобретенный на других работах, в семье, общении с друзьями, размышлениях о смысле жизни. Безусловно, не каждый старик обладает опытом. Для этого требуется не только прожить, но и пережить происходящее, усвоить жизненные уроки, большинство из которых отнюдь не безобидны. Но в целом, нельзя не заметить, что среди тех, кто удержался хотя бы год в профессии полевого интервьюера, выделяются люди старших возрастов. Умение слушать другого, навыки уточняющих вопросов, эмпатия и поддержка собеседников — всё это навыки, требующие закрепления и выдержки. Как в хорошем вине вкусовые акценты закрепляются временем, так и профессионализм интервьюера требует многих лет наблюдения за собой, близкими и далекими собеседниками.

Другое дело, что с возрастом человек становится более ответственным, внимательным к ответам собеседника, чаще уточняет, сверяет свои впечатления с интенциями говорящего. Поэтому возрастные интервьюеры, как правило, затягивают разговор с респондентом [69; 71], что приводит к удорожанию полевых работ и возникновению иллюзорной неэффективности их труда. Любопытно посмотреть на компании, которые пытаются оптимизировать свои исследования исключительно с точки зрения среднего времени на интервью. Не сложно сформулировать гипотезу, что именно у них будут увеличиваться ошибки измерения, расти фабрикация и фальсификация со стороны интервьюеров.

Опросы общественного мнения держатся не столько на проверенной методологии, сколько на жизненном опыте и смекалке полевых интервьюеров. Как это становится возможным? Почему в век тотальной информатизации, больших данных, сложных аналитических систем коммуникативные навыки по-прежнему остаются ключевыми для измерения общественного мнения?

ГЛАВА 6. Перспективы развития профессии полевого интервьюера

Продавец, военный, энергетик, школьный учитель, риелтор, главный бухгалтер, воспитатель, начальник торгового отдела, инженер, директор фабрики, торговый представитель, программист, кадровик, экономист, госслужащий, техник, оператор буровой установки, следователь, юрист, матрос, механик, товаровед, завскладом, работник автомойки, медсестра, контролер ОТК, преподаватель вуза, секретарь, рабочий на заводе, соработник и прочее, и прочее. Список профессий, предшествующих трудоустройству в звонковом центре, можно продолжать. Полевой интервьюер, работающий на опросах общественного мнения — профессия дополнительная, сопутствующая [44, с. 172], вбирающая в себя сотни компетенций: от неквалифицированного труда уборщика помещений до сложнейших управленческих решений в сфере высоких технологий. Ошибка — искать корреляции между приобретенными навыками и текущей позицией. Интервьюер — работа от нужды или по необходимости. Интерес в ней — категория вторичная.

Потому не редки истории выживания, выкабкивания из обстоятельств, обрушившихся из ниоткуда, придавивших всей тяжестью негативных последствий. Разговариваю с женщиной, чуть старше сорока. Работает в университете администратором: пишет учебные планы, распределяет нагрузку, корпит над очередными образовательными стандартами. Улыбается. Что ещё остаётся как не улыбаться?

— Жили в доме на двух хозяев. Замкнула проводка. Январь. Мороз — минус 35. В этот день было очень много выездов. Везде были проблемы с электричеством. И хотя пожарка в пяти минутах от дома. Но на выездах были. Пока вернулись, набрали воды. В итоге ехали 50 минут. Дом бревенчатый. Всё выгорело к тому моменту, как они приехали. У соседей крыша сгорела и залили их хорошо. Подали на нас в суд. Выиграли. Насчитали триста тысяч. Пять лет с зарплаты половину забирают. Сама в разводе. Сын учиться в институте на втором курсе. Везде всем должна. Одной работой не обойдешься. Приходится совмещать, искать неофициальный заработок. Иначе по суду всё снимут. А жить на что-то надо, чем-то сына кормить.

Не менее типичны рассказы пенсионеров, заброшенных на заслуженный отдых, растерявших былую востребованность, нужность людям. От того идут в интервьюеры, часто без особого желания и энтузиазма:

— Интервьюировать — нормальная работа, обычная. Ничего особенного в ней нет. Сейчас уже бабушка, всё в прошлом. Мне нравилось работать заведующей в детском саду. По тому времени у меня был огромный детский сад, самый большой в городе. Четырнадцать детских групп. Тридцать с лишним лет проработала. Мне нравилось всё обновлять, чтобы мои дети везде участвовали, получали грамоты. Меня это радовало. Родители и сейчас встречают: «Как было здорово, когда вы работали. Наши дети покоя не знали, везде участвовали». Интересно было очень. С детства мечтала за детьми смотреть, а бегать по квартирам — никогда. Потому что это обычная работа, любимой её назвать нельзя. Просто нужны дополнительные средства.

Дополнительный приработок потребен в любом возрасте. Потому студенты не редки в профессии интервьюера:

— Мама хотела, чтобы я стала врачом. Но я ленилась в школе, не особо учила профильную биологию, потом ЕГЭ не сдавала. Пошла в педагогический. А сейчас жалею. Лучше бы выучилась на врача. Понятно кем ты будешь, куда пойдешь работать. Это настоящая профессия. Уже даже думаю, какой-нибудь колледж медицинский закончить, хотя бы медсестрой стать. По своей специальности точно не буду работать. В школе крохи получают, а часов — море. Из интервьюеров, как магистратуру закончу, уйду. Это исключительно дополнительная работа. Как основная не годится. Пусть коллектив хороший, работать нравится, много нового узнаёшь, но деньги такие, что всерьёз их воспринимать нельзя. Зря маму не послушалась.

Низкооплачиваемая, неквалифицированная, низкостатусная работа интервьюера полностью вписывается в концепт «невидимой» работы, предложенный Арлен Каплан Дениелс в 1987 году [42]. Эрин Хаттон выделяет три признака, позволяющие говорить о невидимой занятости. Первый — правовой: низкая оплата труда или её полное отсутствие, нелегальность работы, теневой, невидимый государству характер отношений. Второй признак — пространственный: отсутствие устойчивого рабочего места, присутствие надомной или домашней работы. Третий — культурный: отрицание профессиональных навыков и умений, отсутствие образовательных стандартов и норм, отрицание профессиональной сферы, понятия

занятости и работы [43]. Всё верно. В труде интервьюера легко обнаруживаются полный набор признаков «невидимой» работы. Но не хватает ещё одного, четвертного признака, о котором не упоминает Эрин Хаттон, — психологического. Это принятие невидимости своего труда самими интервьюерами, что может проявляться в низкой мотивации производительного труда, отказе принимать решения, склонности к фабрикациям и фальсификациям.

Многие опросные компании учитывают психологическую составляющую через драконовские, бесчеловечные способы контроля. Вместо согласования интересов — поиск ошибок, вместо договоренности — контроль и надзор, вместо мотивации и вознаграждения — система штрафов и порицаний. «Когда труд рассматривается вынужденным, неинтересным, бессмысленным, по-другому нельзя», — скажут идеологи принуждения и надзора. Скажут и отчасти будут правы.

Однако следует внимательнее присмотреться к последнему, психологическому признаку работы полевых интервьюеров. Насколько они отчуждены от своей профессии? Насколько далеки от результатов своего труда? Насколько безучастны и равнодушны к респонденту, его горестям и невзгодам?

Молодая женщина, чуть за тридцать:

— Если муж рядом или ещё кто, маленькая зарплата не смущает. Остаются работать интервьюером только те, кто может себе позволить целый день сидеть не телефоне и не особо нуждаться в деньгах. Как сказать, деньги, безусловно, нужны, крайне необходимы. Но есть поддержка, кто-то ещё в семье зарабатывает. Ты можешь отключиться, не думать: «Как же так, семьдесят рублей в час, где ещё найти?». Нет, звонишь, спокойно, ровно. Думаешь о людях, а не деньгах. Помаленечку, потихонечку учишься. Анкет становится больше, зарплата выправляется. Начинаешь голову поднимать, замечать кто вокруг. Это дополнительные силы даёт. Когда есть с кем впечатлениями обменяться, эмоцию выплеснуть, тогда и работа спорится.

Не складывается образ обманывающего, завистливого, любой ценой зарабатывающего свою копеечку интервьюера. Не удерживаются такие, уходят. Не та это сфера, где можно быстро заработать [72, с. 148; 73, с. 63]. Разговаривать с людьми и думать лишь о деньгах тяжело, физически невозможно. Безусловно, деньги для интервьюера чрезвычайно важны, но не они мотивируют, помогают справиться с психологической нагрузкой.

— В интервьюерах держит интерес и свободный график, возможность какой-то подработки. После основной работы нельзя найти что-то подобное. Но работаешь в ночную смену, заканчиваешь в двенадцать ночи, а ставки дневные. Трудовой кодекс давно забыт и не только здесь. Девчонки приходят и не задерживаются. Нужда в деньгах есть, но есть и восприятие справедливости. С другой стороны, поднимут ставки, платить будут больше, ничего не изменится. Работа нереально тяжелая. Не оправдывает любая зарплата реальных затрат: физических, эмоциональных, душевных. Когда основной мотив — интерес, возможность пообщаться, денежный стимул — дело десятое. Над собой смеюсь: построила личную жизнь по телефону. Бегу с работы на работу как на свиданку.

В 1960-м году Американская ассоциация исследователей общественного мнения провела круглый стол, с провокативным названием: «Говори громче интервьюер» [74]. Ведущим круглого стола был Пол Шетсли⁶, один из основателей ассоциации, на тот момент он возглавлял Нью-йоркский офис Национального центра общественного мнения (NORC). Участники представляли две равные по количеству группы: во-первых, полевые интервьюеры, частично занятые в разных опросных организациях, во-вторых, исследователи, непосредственно занятые полевыми работами от сбора до обработки данных. Вторые задавали вопросы, первые — отвечали. Наши разговоры с интервьюерами удивительно похожи по своей тональности, основным выводам, эмоциональному наполнению той далекой как по времени, так и пространству дискуссии. Интервьюеры говорили о низкой оплате труда, малом внимании исследователей, необходимости тренингов и обратной связи, но особый упор делали на том, что работа интервьюерам не столько связана с жадой заработка, сколько с интересом к жизни простых людей, важностью общения, обмена мнениями. У нас одинаковые проблемы и сложности. Удивляет, что большинство из них так и остались нерешенными.

⁶ Пол Бейкер Шетсли (1916-1989) — «пионер и несомненный лидер исследований общественного мнения», как его назовет в опубликованном в The New York Times некрологе Альфонсо Нарвез [Narvaez, 1989], всю жизнь занимался опросами. С основания связанный с Американской ассоциацией исследователей общественного мнения, он не переставал писать её историю. Внимательно относился к рутинной, полевой работе, изучал особенности формирования общественного мнения. Поэтому его интерес к интервьюерам отнюдь не случаен. Единственным альтернативным увлечением Пола Шетсли была американская музыка — джаз и блюз, которой он так же отдавал себя полностью, играя сам, работая над социальным описанием игры других.

Полевое интервью — одна из сложных и ответственных задач. Сталкиваясь с чужой болью, прислушиваясь, входя в обстоятельства нельзя остаться прежним. Об этом говорят интервьюеры, между делом упоминая поступки достойные нравственного подвига, социального служения. Повседневно, нехлопотно они помогают людям, ничего не прося взамен, не думая ни о вознаграждении, ни о признании.

Рассказывает профессиональный интервьюер, женщина чуть за пятьдесят: «За короткое интервью можно запросто вывести человека из депрессии. Несколько тёплых слов в конце, какое-то пожелание. Или в начале, кто-то не хочет разговаривать, отнекивается. Понимаешь, что интервью не будет. Всё равно, поддержишь, улыбнёшься в микрофон. Пусть оставишь в недоумении. Короткие гудки, а ты чувствуешь: забросила камушек, круги пошли, что-то оставила эта минутка в его жизни». Поразительная чуткость, отзывчивость, сострадание к собеседнику определяется апологетами опросной формализации ошибками и недочетами, злостным отклонением от нейтральной и незаинтересованной процедуры сбора социальной информации. Им не понять, что профессионализм интервьюера связан не только с получением информации, но и установлением, поддержанием и развитием отношений.

— Сейчас у меня четыре телефона, четыре бабушки, которым регулярно звоню. Новосибирская, Новгородская, Кемеровская области в деревнях и одна из Новосибирска, городская. Из интервью было ясно, что им не куда, не с кем. Одиноки, брошены. Больные, немощные. Одна, Марья Терентьевна, особенно причитала: «Вы меня забудете, никто не звонил целый год. Не хочу жить!» Представляете такое услышать? Не удержалась, записала телефоны и переговариваюсь. Раз в месяц где-то звоню, спрашиваю: «Как себя чувствуете? Как здоровье?» Ничем помочь не могу, но понимаю, насколько важен мой звонок. Они ждут. Так радуются, не передать. А я лишь повторяю: «Вы себя берегите, за собой следите, принимайте лекарства».

У нас много говорить о важности социальной поддержки малоимущим, старикам, нуждающимся. Рассуждения о совестливости, доброте, милосердии — на каждом углу. Мероприятий — не счесть, отчетов и бумаг о их проведении ещё больше. Но только в таких местах можно увидеть не вывороченные отчётностью доброту и милосердие. Без огласки и шума полевые интервьюеры дают людям то, что невозможно купить ни за какие деньги, к чему нельзя принудить моральными

увещеваниями. Если и есть в России социальная служба, то здесь, в звонковом центре, мы видим её фактический авангард.

Эхом отзывается привычное: «Интервьюер — работа от нужды или по необходимости. Интерес в ней — категория вторичная». Удивительно, насколько укоренена привычка российских полстеров, не идти дальше, не заглядывать за пределы нужды, не разбираться в причинах и мотивах работы интервьюером. Но «интервьюеры — это «глаза и уши» опросной компании в поле. Помимо данных, внесенных в анкету, они узнают намного больше о самом респонденте, его жизненной ситуации, взглядах на разные темы, о его аргументациях, страхах, мечтах» [75, с. 67]. Всего и надо, перестать играть в контроль и надзор, насаждать интервьюерам психологию «невидимой» работы, вменять бессмысленность труда, построенного на угрозах и понуканиях. Нужно малое — разглядеть в подчинённых — людей, умеющих жалеть и сопереживать, научиться любить и уважать труд полевого интервьюера.

Заключение

В недавно переведенной на русский язык статье Габриэля Абенда выделяется семь типов теорий, присутствующих в социологии [76]. Первый тип характеризуется наличием общих выводов о некоторых социальных явлениях, генерализациях, позволяющих нам судить о больших общностях. Второй — направлен на объяснение частных явлений, построении причинно-следственных отношений в наблюдаемом социальном мире. В третьем — решается герменевтическая задача, предлагается «оригинальная интерпретация, прочтение или понимание смысла определенного среза эмпирического мира» [76, с. 25]. Четвертый тип наиболее распространен в отечественных интерпретациях теоретической работы. Это размышления над текстами, реконструкция аргументов, предположений и контекстов, выдвигаемых приписным теоретикам, классикам социологической мысли — Марксу, Веберу, Дюркгейму, Зиммелю, Бурдье или Латуру. Пятый тип теории определяется как мировоззрение, или перспектива восприятия и интерпретации социального мира. Это некоторый способ рассмотрения и проблематизации происходящего, рамка соотнесения наших предположений и норм с фактическим их воплощением в разных социальных контекстах. Шестой тип — это представление нормы как таковой, особенность наблюдения за социумом и изменение последнего. Наконец, седьмой тип — это актуализация конкретных социальных проблем, с которыми сталкивается исследователь, ареалов жизненного мира, в котором пребывают те или иные социальные группы.

Если следовать традиционному для нас представлению о теории, как форме развития дискурса «теоретической социологии» (теория четвертого типа по Абенду), то проделанную работу можно назвать лишь описательным упражнением, публицистикой, не претендующей ни на какие гранд-обобщения. Но это лишь одна седьмая (по Абенду) от возможных подходов к теоретическому языку описания. В такой классификации обоснованный подход (grounded approach), опирающийся на полевой материал, черпающий аргументацию в неказистых речевых конструкциях, вполне находит свое место в современной социальной теории. Разговор о профессии полевого интервьюера, реконструкция базовых тем и проблем, определяющих его профессиональную идентичность, представляет собой теорию пятого и седьмого типа одновременно. С одной стороны, мы пытаемся реконструировать некоторую

перспективу восприятия социального мира, называемого общественным мнением, показать возможности приобретения и осознания опыта, который лежит в основе массовых опросов. С другой — речь не идет о глобальных проблемах современности. Предмет интереса локален. Это жизненный мир полевого интервьюера, невидимый и недоступный наблюдателю вовсе не по причине закрытости или недостижимости последнего, а исключительно из-за безразличия и пренебрежения к полевой работе как таковой со стороны профессионального сообщества исследователей общественного мнения.

Итак, можно выделить шесть базовых суждений, или критических гипотез, характеризующих позицию полевого интервьюера в опросах общественного мнения, определяющих особенности производства суждений о социуме.

Во-первых, несмотря на аргументированную критику, десятки экспериментальных планов, отзывы участников опросов об ошибочности жёсткой стандартизации речевого поведения интервьюера, норма дословного зачитывания анкеты, без каких-либо отклонений, учёта текущего контекста, установления раппорта и обучение респондента отвечать на вопросы продолжает доминировать в отечественной опросной индустрии.

Во-вторых, работа полевого интервьюера остается невидимой, нерелексированной со стороны профессионального сообщества. В большинстве исследовательских компаний интервьюеру отводится роль передаточного механизма, его позиция объективируется, а деятельность отчуждается. В такой ситуации нельзя говорить не только о профессии, но и о труде интервьюера, поскольку, с точки зрения апологетов речевой стандартизации, у интервьюера изымается сама возможность понимания ситуации, интерпретации и принятия решений в случае отклонения коммуникации от опросного задания.

В-третьих, вычеркивание полевого интервьюера из сферы принятия решений приводит к скрытому сопротивлению опросной догматике. Фальсификации и фабрикация связаны не столько со злым умыслом, желанием наживы или потребностью в обмане, сколько отчуждением интервьюера от результатов своего труда. Антагонизм между полевой и аналитической службами опросной компании лежит не в особой природе человеческих отношений, а в методологических ошибках, изначально допущенных в моделировании стандартизированного интервью.

В-четвёртых, взаимодействие между полевым интервьюером и супервайзером или аналитиком должны строиться на основаниях сотрудничества и взаимопонимания. Включение интервьюера в исследовательский процесс позволяет точнее определить ошибки репрезентации и измерения, откалибровать опросную процедуру в соответствии с поставленными исследовательскими задачами.

В-пятых, основная мотивация работы интервьюером определяется потребностью общения, заботы, помощи и поддержки людей, социального служения. Несмотря на чрезвычайную значимость материального вознаграждения, удерживаются в индустрии не кто руководствуется лишь получением дохода, а кто видит осознает свою значимость в исследовательском коллективе, роль в формировании общественного мнения в целом.

В-шестых, нельзя рассматривать работу полевого интервьюера как проявление врожденной склонности к общению. Коммуникация в рамках стандартизированного интервью, направленного на получение сведений, поддержание раппорта и разрешение этических затруднений требует обучения и непрерывного образования. Навыки и умения интервьюера вырабатываются с годами, непосредственно связаны с жизненным опытом и умением слушать людей. Однако не меньшую роль играют адекватные приемы расположения к себе собеседника, ведения доверительной беседы, умение переключать внимание, регистрировать значимые признаки, произносимые в общем речевом потоке и т.д. Поэтому первейшая задача руководства исследовательской компании — не надзирать и наказывать за промахи, а поощрять рефлексию, работу над ошибками и внимательное отношение к своему труду.

Полевой интервьюер — единственная самодостаточная, целостная фигура в эмпирическом общественном знании. Именно он лицом к лицу сталкивается с социальной реальностью, о которой потом идут бесконечные пересуды со стороны приписных экспертов и теоретиков. Поэтому сверхзадача настоящей работы — это критика текущего состояния социальных исследований, по факту, не чувствительных к своим базовым основаниям. Коли речь идет об измерении общественного мнения, нет ничего важнее профессии полевого интервьюера. И наша общая задача — постараться это понять.

Проделанная работа направлена на организацию и развитие теории полевого интервьюера. Были сделаны шаги по формулированию базовых положений будущей теории. Развитие последней может кардинальным образом изменить наши

представления о полевой работе. У нас есть шанс преодолеть вязкую тряси́ну недоговоренностей, партикулярных условий и тотального безразличия к деталям вопрос-ответной коммуникации, загоняющих полевого интервьюера в угол, а вместе с ним и всю индустрию массовых опросов.

Литература

- 1 Картавцев, В.В. Механика интервью: производство ситуативной адекватности ответов на открытые вопросы // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 1. С. 27-42.
- 2 Brenner, M. Response effects of 'role-restricted' characteristics of the interviewer // Response behavior in the survey interview / Ed. by W. Dijkstra, H. van der Zouwen. London: Academic Press, 1982.
- 3 Presser, S., Zhao, S. Attributes of questions and interviewers as correlates of interviewers performance // Public Opinion Quarterly. 1992. Vol. 56. No. 2. P. 236-240.
- 4 Рогозин, Д.М. Когнитивный анализ опросного инструмента. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.
- 5 Houtkoop-Steenstra, H. Probing behavior of interviewers in the standardized semi-open research interview // Quality and Quantity. 1996. Vol. 30. No. 2. P. 205-230.
- 6 Sudman, S. Quantifying interviewer quality // Public Opinion Quarterly. 1966. Vol. 30. No. 4. P. 664-667.
- 7 Ту, С.-Н. Interview cooperation and procedural response quality / Proceedings of Statistics Canada Symposium 2001: Achieving data quality in a statistical agency: A methodological perspective. OSR-SMR200201. Ottawa, 2001.
- 8 Мягков, А.Ю., Журавлева, И.В. О стиле интервьюирования и его результатах // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2005. № 2. С. 52-61.
- 9 Lundberg, G.A. Social research: A study in methods of gathering data. New York: Longmans, Green and Co, 1929. [Reprinted 1942, 1953; 2nd ed. 1968]
- 10 Dodd, S. Dimensions of society. New York: Macmillan, 1942.
- 11 Ноэль, Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии / Пер. с нем., общ. ред. и вступ. ст. Н.С. Мансурова. М.: Прогресс, 1978.
- 12 Панина Н.В. Технология социологического исследования: курс лекций. 2-е изд. Киев: Институт социологии НАН Украины, 2001.
- 13 Adler F. Operational definitions in sociology // American Journal of Sociology. 1947. Vol. 52. No. 5. P. 438-444.
- 14 Blumer H. The problem of the concept in social psychology // American Journal of Sociology. 1940. Vol. 45. No. 5. P. 707-719.
- 15 Blumer H. Rejoinder to Lundberg's 'Operational definitions in the social sciences' // American Journal of Sociology. 1942. Vol. 47. No. 5. P. 743-745.
- 16 Israel H.E. Two difficulties in operational thinking // Psychological Review. 1945. Vol. 52. P. 260.
- 17 Fowler, F.J. Reducing interviewer-related error through interviewer training, supervision, and other means // Measurement error in surveys / Ed. by P.P. Biemer, R.M. Groves, L.E. Lyberg, N.A. Mathiowetz, S. Sudman. Hoboken, NJ: Wiley, 2004. P. 259-278.
- 18 Timmermans, S, Berg, M. The gold standard: The challenge of evidence-based medicine and standardization in health care. Philadelphia, PA: Temple University Press, 2003.
- 19 Муздыбаев, К. Руководство для интервьюера. Берлин: Изд-во «Директ-Медиа», 2015.
- 20 Suchman, L., Jordan, B. Interactional Troubles in Face-to-Face Survey Interviews // Journal of the American Statistical Association. 1990. Vol. 85. No. 409. P. 232-253.

- 21 Houtkoop-Steenstra, H. Interaction and the standardized survey interview: The living questionnaire. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- 22 Maynard, D.W., Schaeffer, N.C. Toward a sociology of scientific knowledge: Survey research and ethnomethodology's asymmetric alternates // *Social Studies of Science*. Vol. 30. P. 323-370.
- 23 Турчик, А.В. Конверсационный анализ институционального взаимодействия: коммуникативные стратегии участников «прерванного» телефонного интервью // *Социология власти*. 2013. №1-2. С. 122-154.
- 24 Nyroos, L., Sandlund, E. From paper to practice: asking and responding to a standardized question item in performance appraisal interviews // *Pragmatics and Society*. 2014. Vol. 5. No. 2. P. 165-190.
- 25 Садмен, С., Брэдберн, Н. Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование опросного инструмента / Пер. с англ. А.В. Виночкиной; Под ред. Д.М. Рогозина. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.
- 26 Timmermans, S., Epstein, S. A world of standards but not a standard word: Toward a sociology of standards and standardization // *Annual Review of Sociology*. 2010. Vol. 36. P. 69-89.
- 27 Koretz, D. Measuring up: What educational testing really tells us. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2008.
- 28 Шаронова, С.А. Компетентностный подход и стандарты в образовании: сравнительный анализ стран ЕС и России // *Социологические исследования*. 2008. № 1. С. 138-145.
- 29 Landri, P. Standards and standardization in European politics of education // *A European politics of education: Perspectives from sociology, policy studies and politics* / Ed. by R. Normand, J.-L. Derouet. New York: Routledge, 2017. P. 13-30.
- 30 Porter, T. Trust in numbers: Objectivity in science and public life. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1995.
- 31 Nissen, M. Standards and standpoints: Why and how standards, and studying them, imply critique // *Theory and Psychology*. 2016. Vol. 26. No. 2. P. 163-181.
- 32 Dear, P. Mysteries of state, mysteries of nature: Authority, knowledge and expertise in the seventeenth century // *State of knowledge: The co-production of science and social order* / Ed. by S. Jasanoff. New York: Routledge, 2004. P. 206-224.
- 33 Burns, W. Knowledge and power: Science in world history. New York: Routledge, 2016.
- 34 Rutten, G. Standardization and the myth of neutrality in language history // *International Journal of the Sociology of Language*. 2016. No. 242. P. 25-58.
- 35 Storz, C. Compliance with international standards: The EDIFACT and ISO 9000 standards in Japan // *Social Science Japan Journal*. 2007. Vol. 10. No. 2. P. 217-241.
- 36 Лосенкова, Н.А., Галашова, Н.Б. Аудиоконтроль полевых работ в телефонных опросах: мнение интервьюеров // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2016. № 5. С. 77-96.
- 37 Рогозин, Д.М., Картавцев, В.В., Галиева, Н.И., Вьюговская, Е.В. Методический аудит массового опроса. М.: Издательский дом ДЕЛО, 2016.
- 38 Redden, S.M. What's on the line?: Exploring the significance of gendered everyday resistance within the transnational call center workplace // *Globalizations*. 2016. Vol. 13. No. 6. P. 846-860.
- 39 Belt, V., Richardson, R., Webster, J. Women, social skill and interactive service work in telephone call centres // *New Technology, Work and Employment*. 2002. Vol. 17. No. 1. P. 20-34.

- 40 Buchanan, R. Lives on the line: Low-wage work in the teleservice economy // *Laboring below the line: The new ethnography of poverty, low-wage work, and survival in the global economy* / Ed. by F. Munger. New York: Russell Sage Foundation, 2002. P. 45–72.
- 41 Bonds, A. Calling on femininity? Gender, call centers, and restructuring in the rural American west // *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*. 2006. Vol. 5. No. 1. P. 28–49.
- 42 Daniels, A.K. Invisible work // *Social Problems*. 1987. Vol. 34. No. 5. P. 403-415.
- 43 Hatton, E. Mechanisms of invisibility: rethinking the concept of invisible work // *Work, Employment and Society*. 2017. Prepublished 17 January. [DOI: 10.1177/0950017016674894]
- 44 Селиванов, О.В. Где найти интервьюера? (Опыт независимого центра изучения общественного мнения МП «Наталья» г. Кемерово) // *Социология: методология, методы, математическое моделирование*. 1996. № 7. С. 167-174.
- 45 Belt, V. A female ghetto? Women's careers in telephone call centres // *Call Centres and Human Resource Management* / Ed. by S. Deery, N. Kinnie. London: Palgrave Macmillan, 2004. P. 174-197.
- 46 Рогозин, Д.М. Как работает автоэтнография? // *Социологическое обозрение*. 2015. Т. 14. № 1. С. 224-273.
- 47 Ипатова, А.А. Насколько разумна наша вера в результаты опросов, или нарушение исследовательской этики в социологических исследованиях // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2014. № 3. С. 26-39.
- 48 Рогозин, Д.М., Ипатова, А.А. Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных опросов? М: Радуга, 2015.
- 49 AAPOR. Interviewer falsification in survey research: Current best methods for prevention, detection and repair of its effects. Oakbrook Terrace, IL: American Association for Public Opinion Research, 2003.
- 50 AAPOR. Report on interviewer falsification. Oakbrook Terrace, IL: American Association for Public Opinion Research, 2005.
- 51 Koczela, S., Furlong, C., McCarthy, J., Mushtaq, A. Curb-stoning and beyond: Confronting data fabrication in survey research // *Statistical Journal of the IAOS*. 2015. Vol. 31. No. 3. P. 413-422.
- 52 Koczela, S., Scheuren, F. Progress in understanding survey data fabrication // *Statistical Journal of the IAOS*. 2016. Vol. 32. P. 277-282.
- 53 Murphy, J., Biemer, P., Stringer, C., Thissen, R., Day, O., Hsieh, P. Interviewer falsification: Current and best practices for preventing, detection, and mitigation // *Statistical Journal of the IAOS*. 2016. Vol. 32. P. 313-326.
- 54 Рогозин, Д.М. Аудит реализованной выборки: от маршрута к отбору по квотам // *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз*. 2016. № 1. С. 122-141.
- 55 Докторов, Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. 2-е изд., дополн., исправл. М.: Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2017.
- 56 Кодекс профессиональной этики и практики (дополнен 30.11.2015). Американская ассоциация исследователей общественного мнения / Пер. с англ. Д.М. Рогозина // *Социологический журнал*. 2016. № 2. С. 143-153.
- 57 West, B.T., Blom, A.G. Explaining interviewer effects: A research synthesis // *Journal of Survey Statistics and Methodology*. 2017. Vol. 5. No. 2. P. 175-211.

- 58 Groves, R.M., Fowler, M.P., Couper, J.M., Lepkowski, E., Singer, E., Tourangeau, R. Survey methodology. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, 2009.
- 59 Himelein, K. Interviewer effects in subjective survey questions: Evidence from Timor-Leste // International Journal of Public Opinion Research. 2016. Vol. 28. No. 4. P. 511-533.
- 60 Schaeffer, N.C., Dykema, J., Maynard, D.W. Interviewers and interviewing // Handbook of survey research. 2nd ed. / Ed. by J.D. Wright, P.V. Marsden. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Lim., 2010. P. 437-470.
- 61 Ипатова, А.А. Как правильно завершить телефонное интервью // Социологический журнал. 2012. № 4. С. 36-61
- 62 Докторов, Б.З. О надёжности измерения в социологическом исследовании. Л.: Наука, 1979.
- 63 Стацевич, Т.Л. Особенности работы интервьюеров при телефонных опросах // Социологические исследования. 1993. №7. С. 83-88.
- 64 Williams, D. Basic instructions for interviewers // The Public Opinion Quarterly. 1942. Vol.6. No. 4. P. 634-641.
- 65 Cannell, C.F., Miller, P., Oksenberg, L. Research on interviewing techniques // Sociological Methodology / Ed. by S. Leinhardt. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1981. P.389-437.
- 66 Григорьева, И.А. Смена парадигмы в понимании старения // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 154-155.
- 67 Ржаницына, Л.С. Пенсионеры: как они живут и как улучшить их положение // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 61-71.
- 68 Козырева, П.М., Смирнов, А.И. Российские пенсионеры в условиях кризиса // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 64-73.
- 69 Журавлёва, И.В. Эффекты возраста интервьюера // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. 2007. № 1. С. 32-34.
- 70 Houle, B., Angotti, N., Clark, S., et al. Let's talk about sex, maybe: Interviewers, respondents, and sexual behavior reporting in rural South Africa // Field Methods. 2016. Vol. 28. No. 2. P. 112-132.
- 71 Olsen, K., Bilgen, I. The role of interviewer experience on acquiescence // Public Opinion Quarterly. 2011. Vol. 75. P. 99-114.
- 72 Исупова, О.Г. Телефонное интервью: заметки организатора опроса // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 1996. № 7. С. 130-146.
- 73 Хайкин, С.Р., Павлов, Э.П. Как помочь интервьюеру: из опыта методических исследований // Социологические исследования. 1991. № 4. С. 58-65.
- 74 Sheatsley, P.B. The interviewer speaks up // Public Opinion Quarterly. 1960. Vol. 24. No. 3. P. 490-494.
- 75 Ипатова, А.А. Опыт анализа комментариев интервьюеров к телефонным интервью // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 63-75.
- 76 Абенд, Г. Значение слова «теория» в социологии / Пер. с англ. И.А. Коновалова, Н.В. Романовского // Социологические исследования. 2015. № 11. С. 23-28.