

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРВЬЮЕРОВ И ВЕРБАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ

ЖУРАВЛЕВА И.В., канд. социол. наук

Рассматривается влияние индивидуальных психологических особенностей интервьюеров на процесс формирования ответов респондентов, а также выявляются черты и характеристики, которые представляются наиболее целесообразными для отбора полевых работников.

Ключевые слова: интервьюер, респондент, интервью, тип темперамента.

INTERVIEWERS' PSYCHOLOGICAL DESCRIPTION AND RESPONDENTS' VERBAL BEHAVIOUR

ZHURAVLYOVA I.V., Ph.D.

The article deals with the influence of interviewers' individual psychological peculiarities on the process of respondents' answer making, it reveals the traits and characteristics which are the most reasonable for the field worker selection.

Key words: interviewer, respondent, interview, temperament type.

Постановка проблемы. Поиск ответа на вопрос интервьюера требует от респондентов определенной мыслительной работы, и в большинстве случаев ответ окончательно формируется у опрашиваемого непосредственно в процессе интервью. Вербализация мыслей респондента происходит под воздействием множества различных факторов. К ним можно отнести, в первую очередь, процесс понимания друг друга общающимися сторонами и психологические особенности вступающих в контакт людей. Один из основных источников редактирования респондентом своего ответа – характеристики интервьюера. В. Дийкстра отмечает опасность эффекта интервьюера, в частности, воздействия пола, возраста и других социальнодемографических характеристик интервьюера и его поведенческой индивидуальности [1, с. 179].

Вместе с тем влияние личностных особенностей интервьюера и его поведения на ответы респондентов не является однонаправленным. Способы воздействия интервьюера на вербальное поведение опрашиваемых могут различаться в зависимости от реакции респондентов на вышеперечисленные факторы.

В отечественной социологии влияние психологических характеристик полевых работников на качество опросных данных не изучалось. В зарубежной литературе по социологии нам также не удалось обнаружить ни одного исследования, специально посвященного этому вопросу.

Тем не менее некоторые отечественные специалисты говорят о необходимости учета психологических особенностей интервьюеров. Так, например, И.В. Журавлева отмечает, что на результаты интервью влияют многие личностные характеристики интервьюеров, в том числе и психологические. Особое место среди них, по ее мнению, занимают общительность и внимание к собеседнику [2, с. 128, 130]. Г.А. Погосян считает, что психологические особенности полевых работников, и в частности их темперамент и общительность, – важный фактор, влияющий на досто-

верность социологических данных [3, с. 70; 4, с. 165]. В.А. Ядов, исходя из опыта российских исследований, утверждает, что индивидуальные характеристики интервьюеров (темп речи, уровень эмоциональности, импульсивность/уравновешенность) предопределяют характер и направление беседы и в конечном счете – поведение респондентов [5, с. 282, 284].

Вместе с тем, указывая на воздействие личности интервьюера на вербальное поведение опрашиваемых, исследователи редко говорят о том, каким образом происходит это воздействие, какие типы интервьюеров предпочтительнее с точки зрения качества информации. Э. Ноэль, отвечая на вопрос, каким должен быть идеальный интервьюер, дает «...краткую формулу: общительный педант» [6, с. 138] и высказывает идею о том, что вместо предопросных тренингов для уже отобранных интервьюеров лучше проводить тестирование кандидатов на проведение опроса, чтобы найти людей, обладающих нужными качествами [6, с. 137]. Однако и он не дает сколь-либо внятных рекомендаций по отбору этих «нужных качеств», а также описания механизмов влияния психологических особенностей интервьюера на поведение респондента.

Таким образом, отсутствует систематическая информация о том, какие качества интервьюеров вызывают наибольшие суггестивные эффекты, а потому неясным остается вопрос о способах минимизации возникающих смещений; не определен набор личностных черт, которыми должен обладать «хороший» интервьюер, и характеристик, оказывающих негативное влияние на результаты интервью.

Методология и методы исследования. Для проверки гипотезы о влиянии психологических характеристик интервьюера на ход и результаты интервью в 2004 г. (N = 300) мы провели специальное методическое исследование. Вопросник насчитывал 40 вопросов, сгруппированных в 3 основных блока, и представлял собой тематический омнибус. Первый блок состоял из 19 относительно нейтраль-

ных вопросов, направленных на выяснение гендерных установок респондентов. Второй блок содержал 16 вопросов сенситивного характера (9 аттитюдных и 7 поведенческих), которые касались весьма деликатных и даже интимных сторон жизни людей: сексуального поведения, злоупотребления алкоголем, супружеской измены, уклонения от налогов, употребления наркотиков и др.

Кроме того, для измерения ряда индивидуальных психологических особенностей опрашиваемых все интервьюеры до начала полевой работы отвечали на вопросы нескольких *личностных тестов*. С этой целью использовались: тест Г. Айзенка на экстраверсию, интроверсию и нейротизм [7, с. 20–27], экспресс-диагностический тест на эмпатию [7, с. 31–36], личностный дифференциал Г. Айзенка [8, с. 61–85], шкала социальных способностей Д. Сильверы [9, р. 319] и тест коммуникативной установки В. Бойко [10, с. 679–690].

Интерпретация переменных. Эмпатия – эмоциональный отклик человека на переживания других людей, проявляющийся как в сопереживании, так и в сочувствии. Она является специфической формой психического отражения и играет важную роль в познании человеком окружающего мира. Как форма поведения эмпатия относится к пассивным типам, в отличие, например, от групповой эмоциональной идентификации, однако она оказывает существенное влияние на социальную регуляцию поведения личности [7, с. 31].

Личностный дифференциал исследования самооценок Г.Ю. Айзенка предполагает анализ факторов «сила» и «активность». Фактор «сила» (доминантность, тревожность) в самооценках свидетельствует о развитии волевых сторон личности, как они осознаются самим испытуемым. Его высокие значения говорят об уверенности человека в себе, его независимости, склонности рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях. Низкие значения свидетельствуют о недостаточном самоконтроле, неспособности держаться принятой линии поведения, зависимости от внешних обстоятельств и оценок. Особо низкие оценки свидетельствуют и указывают на остенизацию и тревожность. Фактор «активность» в самооценках интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности. Положительные значения указывают на высокую активность, общительность, импульсивность; отрицательные – на интровертированность, пассивность, спокойные эмоциональные реакции [8, с. 61–85].

В общем смысле экстраверсия – это направленность личности на окружающих людей и события, интроверсия – направленность личности на ее внутренний мир, а нейротизм – понятие, синонимичное тревожности, – проявляется как эмоциональная неустойчивость, напряженность, возбудимость, депрессивность. Эти свойства, составляющие структуру личности, по Айзенку, генетически детерминированы [7, с. 20–27].

Шкала социального интеллекта предназначена для тестирования способности индивидов прогнозировать социальное поведение, а также для измерения их навыков социального общения.

Тест коммуникативной установки В.В. Бойко (негативизм в общении) предполагает тестирование

по нескольким направлениям, но нас интересовало только одно – измерение негативного личного опыта общения.

Аналитическая стратегия. По результатам тестирования в соответствии с ключами-дешифраторами к тестам (по количеству набранных баллов) мы объединили интервьюеров в группы с низкими, средними и высокими показателями по каждой характеристике, за исключением характеристик «способность к эмпатии» (по ней было выделено две группы – со средним и высоким показателем) и «активность» (группы с низкими и средними оценками). При сравнении различных показателей, характеризующих интервью, по трем подгруппам мы дополнительно использовали тест Дункана для выявления подгрупп, которые значимо отличаются друг от друга по каждому показателю. Поскольку этот тест используется при условии значимого результата дисперсионного анализа [11, с. 225], нами был проведен еще и анализ данных с использованием F-критерия Фишера. Этот критерий позволяет не только сопоставить вариативность, обусловленную тестируемым фактором, со случайной вариативностью, но и определить значимость различий в ответах, полученных разными интервьюерами [1, р. 180; 12, с. 224–245].

Результаты и их интерпретация. С одной стороны, можно усомниться в том, что респонденты способны идентифицировать личностные характеристики тех людей, которые их опрашивают. Вместе с тем результаты специального исследования, проведенного в марте-апреле 2002 г. (N = 100), подтверждают, что респонденты могут распознавать тип темперамента своего интервьюера (отнесение интервьюеров к тем или иным психологическим типам производилось на основе методики, предложенной Е.В. Бондаревской и С.В. Кульневичем [13, с. 450–467]). В ходе этого исследования мы просили респондентов сообщить, какие качества спрашивающих им понравились, а какие нет. В результате мы получили субъективные оценки отдельных характеристик интервьюеров.

Данные опроса показали, что респонденты не просто назвали, что им нравится и что не нравится в действиях интервьюера, но и невольно смогли выявить те черты, которые являются типичными для типа темперамента данного полевого работника. Это подтверждает нашу мысль о способности опрашиваемых распознавать психологический тип личности того, кто с ними беседует. Так, если при общении с меланхоликом респондентов больше всего раздражал медленный темп речи и тихий голос интервьюера, то при беседе с сангвиником и холериком – напротив, быстрый темп речи, а с флегматиком – застенчивость и медлительность (табл. 1).

Таким образом, можно говорить о том, что разные психологические типы интервьюеров по-разному воспринимаются респондентами, что, в свою очередь, может детерминировать изменения в ответах последних. Иными словами, если респонденты способны распознавать личностные черты «своего» интервьюера, значит, они могут реагировать на эти черты, изменяя свои ответы.

Таблица 1. Субъективные оценки характеристик интервьюеров в зависимости от типа темперамента, % и ранги

Понравившиеся характеристики			Непонравившиеся характеристики		
Характеристика	%	Ранг	Характеристика	%	Ранг
Меланхолик					
Спокойный голос	29,0	1	Медленный темп речи	44,4	1
Способность убеждать	16,1	2-3	Тихий голос	27,8	2
Вежливость	16,1	2-3	Назойливость	22,2	3
Неторопливость	12,9	4	Дотошность в объяснениях	5,6	4
Терпеливость	9,7	5			
Иные	16,2	-			
Сангвиник					
Общительность	28,9	1	Быстрый темп речи	50,0	1-2
Вежливость	21,1	2	Назойливость	50,0	1-2
Ум	13,2	3			
Ненавязчивость	10,5	4-5			
Юмор	10,5	4-5			
Иные	15,8	-			
Флегматик					
Вежливость	40,0	1	Застенчивость	46,7	1
Общительность	20,0	2	Медлительность	33,3	2
Уверенность	16,7	3	Отсутствие эмоциональности	20,0	3
Тактичность	6,7	4-5			
Ответственность	6,7	4-5			
Иные	9,9	-			
Холерик					
Общительность	48,8	1	Быстрая речь	42,9	1
Вежливость	19,5	2	Жестикация	25,0	2
Ум	14,6	3	Навязчивость	25,0	3
Юмор	9,8	4	Громкая речь	3,6	4
Способность убеждать	4,9	5	Завязывание спора	3,6	5
Иные	2,4	-			

В исследовании 2004 г. (N = 300) выделенные нами в зависимости от психологических характеристик группы интервьюеров существенно различаются по *средней продолжительности интервью*. Так, за более короткое время проводят беседы интервьюеры со средними эмпатическими способностями (в том числе с низкими, либо с высокими показателями эмпатии), со средними показателями характеристики «силы» и навыков социального общения. Кроме того, чем выше у интервьюера показатели нейротизма (тревожность, эмоциональная неустойчивость и возбудимость), тем больше времени ему требуется на проведение одной беседы. Уровень экстраверсии полевых работников однозначно предопределяет продолжительность бесед (тест Дункана дает значимые различия по всем трем подгруппам интервьюеров): чем выше этот показатель, тем охотнее интервьюеры продлевают опросы. А вот большой негативный опыт общения интервьюеров ведет к резкому снижению желания затягивать беседу.

Отказы от интервью также во многом обусловлены психологическими особенностями интервьюеров. Так, высокие показатели эмпатических способностей интервьюера, а также его экстравертированность повышают вероятность отказа от интервью со стороны респондента. Чем более уверен в себе интервьюер (высокие значения по фактору «сила»), тем с большей вероятностью он получит от респондентов согласие на интервью. Навыки социального общения, которыми обладают полевые работники, и количество отказов от интервью имеют, как мы и предполагали, обратную зависимость: низкие коммуникативные навыки приводят к значительному увеличению отказов от сотрудничества, и наоборот. Низкие

показатели нейротизма (тревожности, эмоциональной напряженности) интервьюера, так же, как и способности прогнозировать социальное поведение, как это ни парадоксально, приводят к увеличению числа отказов от участия в опросе.

Тестируемые характеристики интервьюеров влияют также на *неответы*, *уход от ответа* в виде выбора позиции «затрудняюсь ответить» и *объем содержательной информации*, сообщаемой респондентами (табл. 2). Однозначно можно утверждать, что чем лучше развита способность интервьюера соперничать (эмпатия), тем больше вероятность неотвечов, а следовательно, недополучения содержательных сведений. Фактор «сила» также определяет способность интервьюера добиваться содержательных ответов ($p \leq 0,000$): чем выше показатели этой характеристики, тем, соответственно, ниже доля неотвечов и уклонений от высказывания мнения.

Вместе с тем респонденты очень чутко реагируют на экстравертированность интервьюеров: при высоких показателях этой характеристики у интервьюеров они значительно чаще не дают ответов. Существенно возрастает доля неотвечов, а также уклончивых ответов и при высоких показателях нейротизма и низких показателях коммуникативных навыков интервьюеров. А вот негативный опыт общения, по-видимому, улучшает профессиональные способности полевых работников: чем он больше, тем выше вероятность, что интервьюер добьется однозначных ответов (табл. 2).

Таблица 2. Удельный вес неответов, уклончивых и однозначных ответов в зависимости от психологических характеристик интервьюеров, %

Психологические показатели	Неответы	Уклончивые ответы	Однозначные ответы
<i>Способность к эмпатии</i>			
Средняя	3,6	10,2	86,2
Высокая	4,6	9,9	85,5
<i>Способность к эмпатии с незнакомыми людьми</i>			
Низкая	2,8*	11,3	85,9
Средняя	5,3	5,3	89,4
Высокая	4,7	10,1	85,2
<i>Сила</i>			
Низкий показатель	5,3	13,6	81,1
Средний показатель»	3,8	9,4	86,8
Высокий показатель	0,8*	4,9*	94,3*
<i>Активность</i>			
Низкий показатель	4,4	9,7	85,9
Средний показатель	3,7	10,3	86,0
<i>Экстраверсия</i>			
Низкий показатель	3,9	9,9	86,2
Средний показатель	,3	10,7	87,0
Высокий	9,0*	10,1	80,9*
<i>Нейротизм</i>			
Низкий показатель	0,3**	4,9	94,8
Средний показатель	4,1	9,0	86,9
Высокий показатель	4,8	14,7*	80,5
<i>Способность прогнозировать социальное поведение</i>			
Низкая	3,3	12,9	83,8
Средняя	7,6*	10,0	82,4
Высокая	3,2	9,4	87,4
<i>Навыки социального общения</i>			
Низкие	6,8**	16,9**	76,3**
Средние	3,9	9,0	87,1
Высокие	3,4	10,0	86,6
<i>Негативный личный опыт общения</i>			
Низкий	3,9	12,4**	83,7
Средний	5,4	7,1	87,5
Высокий	2,1	7,0	90,9*

* p для $F \leq 0,000$.** p для $F \leq 0,05$.

Психологические особенности полевых работников являются фактором, определяющим также и качество ответов. Большого количества утвердительных ответов на поведенческие вопросы добиваются интервьюеры, уверенные в себе (фактор «сила»), общительные, активные (фактор «активность»); имеющие более развитые навыки общения и в наибольшей степени умеющие прогнозировать социальное поведение. Вместе с тем для повышения доли утвердительных ответов на вопросы этой группы интервьюер должен обладать низкими показателями экстраверсии, нейротизма и негативного опыта общения. Однако эти выводы не столь однозначны, как кажется на первый взгляд. У интервьюера с низкими показателями эмпатии, экстраверсии и тревожности (что является наилучшим сочетанием для получения признаний по поведенческим вопросам) доля нормативных ответов на аттitudные сенситивные вопросы (особенно личные) увеличивается: для получения искренних ответов на вопросы этой группы лучше обратные показатели по данным характеристикам. А вот высокие показатели «активности» интервьюеров, способности прогнозировать социальное поведение и навыков социального общения так же, как и в случае с поведенческими вопросами, – наилучший вариант для получения правдивых ответов.

Таким образом, можно говорить не только о влиянии отдельных личностных свойств интервьюеров на полноту и качество ответов, но и выявить преимущественные характеристики интервьюеров и затем, проводя предварительные тестирования полевых работников, определить наиболее подходящих кандидатов на участие в сборе данных.

В результате проведенного исследования было установлено, что наибольшим смещающим эффектом по трем группам вопросов (поведенческие, личные и безличные аттitudные) обладают только две характеристики интервьюеров – навыки социального общения и негативный опыт общения. Именно они, судя по тесту Дункана, однозначно определяют качество ответов, поскольку только по этим характеристикам полевых работников мы можем выявить статистически значимую гетерогенность в сгруппированных по интервьюерам данных.

Заключение

Судя по результатам нашего исследования, наиболее успешны в проведении интервью интервьюеры следующих типов:

1. С точки зрения полноты и качества получаемых данных наиболее удачен выбор интервьюеров,

обладающих высокими навыками социального общения, хорошо умеющих прогнозировать социальное поведение, активных (общительных, импульсивных), сильных (независимых, уверенных в себе). Если ориентироваться на остальные характеристики полевых работников (негативный личный опыт общения, эмпатические способности и т.п.), то следует тщательно взвешивать все «за» и «против», исходя из конкретных задач исследования, поскольку влияние этих качеств на ответы (и неответы) респондентов сильно зависит от типов задаваемых вопросов.

2. С точки зрения отказов от сотрудничества предпочтительнее привлекать к работе интервьюеров со средне-низкими эмпатическими способностями, уверенных в себе (фактор «сила»), в средней степени экстравертированных, в достаточно высокой степени нейротичных (тревожных, напряженных), с низкими способностями к прогнозированию, но при этом со средне-высокими показателями навыков общения и низким либо высоким показателем негативного опыта общения. Именно они обладают большими способностями «уговорить» респондента на участие в опросе.

Список литературы

1. **Dijkstra W.** How interviewer variance can bias the results of research on interviewer effects // *Quality and Quantity*. – 1983. – Vol. 17. – № 3. – P. 179–187.
2. **Журавлева И.В.** Особенности интервью как разновидности метода опроса // *Методы сбора информации в социологических исследованиях*. Кн. 1 / Под ред. В.Г. Андреевкова, О.М. Масловой. – М.: Наука, 1990. – С. 125–149.
3. **Погосян Г.А.** Метод интервью и достоверность социологической информации. – Ереван: Изд-во АН Арм. ССР, 1985.
4. **Погосян Г.А.** Интервьюер // *Российская социологическая энциклопедия* / Под ред. Г.В. Осипова. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА*М, 1999. – С. 165–166.
5. **Ядов В.А.** Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, Книжный дом «Университет», 1998.
6. **Нозль Э.** Массовые опросы: Введение в методику демоскопии. 2-е изд.: Пер. с нем. / Под ред. Н.С. Мансурова. – М.: Ава-Эстра, 1993.
7. **Практикум по экспериментальной и прикладной психологии: Учеб. пособие** / Л.И. Вансовская, В.К. Гайда, В.К. Гербачевский и др.; Под ред. А.А. Крылова. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1990.
8. **Айзенк Г.Ю.** Структура личности. – М.: КСП+, 1999.
9. **Silvera D.H., Martinussen M., Dahl T.** The forms of social intelligence scale, a self-report measure of social intelligence // *Scandinavian Journal of Psychology*. – 2001. – Vol. 42. – № 3. – P. 313–319.
10. **Столяренко Л.Д.** Основы психологии: Практикум. – Ростов н/Д.: Феникс, 2003.
11. **Бююль А., Цёфель П.** SPSS: Искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. – М.; СПб.; Киев: Торгово-издательский дом DIASOFT, 2002.
12. **Сидоренко Е.В.** Методы математической обработки в психологии. – СПб.: Речь, 2001.
13. **Бондаревская Е.В., Кульневич С.В.** Педагогика: Личность в гуманистических теориях и системах воспитания: Учеб. пособие. – Ростов н/Д.: Творческий центр «Учитель», 1999.

Журавлева Ирина Валерьевна,
ГОУВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина»,
кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии,
телефон (4932) 26-97-82,
e-mail: socio@sociol.ispu.ru