**Влияние метода сбора данных на вербальное поведение респондентов**

Мягков Ю. А.

**Постановка проблемы**

Специальные исследования по сравнению данных, полученных разными методами опроса, показали, что уровень искренности ответов респондентов зависит не только от содержательного типа вопроса, но и весьма существенно – от способа контакта с опрашиваемыми в процессе сбора социологической информации. Эта зависимость опосредована в первую очередь ситуацией опроса, основные параметры и характеристики которой во многом задаются организационно-техническими особенностями применяемого метода и существенно влияют на характер взаимодействия сторон [1, р. 204]. В этом отношении самым слабым звеном в методическом арсенале современной социологии считаются телефонные интервью. Они заметно уступают прочим методам сбора данных с точки зрения достоверности и качества собираемой информации. В интервью, проводимых по телефону, обнаружен целый ряд весьма серьезных и неочевидных изъянов, свидетельствующих о недостаточной надежности этого метода. Это дало основания полагать, что телефонные интервью "провоцируют" появление неискренних ответов значительно чаще, чем остальные разновидности опроса. Так, экспериментальное исследование, проведенное Ф. Вайсманом с целью сравнительного анализа возможностей трех основных стратегий сбора социологических данных (почтовый опрос, телефонное и персональное интервью), зафиксировало повышенный удельный вес социально желательных ответов при предъявлении респондентам в телефонном интервью таких деликатных и острых вопросов, как отношение к легализации абортов и оценка доступности информации о способах контроля за рождаемостью [2]. При сборе данных по телефону Т. Роджерс, а также Р. Гроувз обнаружили большое число пропусков в сообщениях респондентов, касающихся их финансового положения [3, р. 56; 1, р. 194-195]. О фактах искажений телефонными респондентами сведений о размере доходов сообщают П. Миллер и Ч. Кэннелл [4, р. 260]. Серьезные сомнения относительно достоверности результатов, получаемых в исследованиях с использованием телефонных интервью при прогнозировании электорального поведения и изучении политических ориентаций населения, высказывались и российскими социологами [5, 6, 7].

Сравнивая результаты телефонных и персональных интервью, Р. Гроувз обнаружил также, что, отвечая по телефону, респонденты испытывают более высокий уровень тревожности и дискомфорта при обсуждении с интервьюерами целого ряда тем, традиционно интересующих специалистов по изучению общественного мнения и считающихся обычно эмоционально-нейтральными: доходы, уплата налогов, политические мнения, электоральное поведение, расовые установки, здоровье, работа. Причем наибольшие различия по двум методам были зафиксированы в ответах на вопросы, касающиеся финансового положения людей и их политических воззрений [1, р. 194].

Анализируя маргинальные распределения ответов, Р. Гроувз заметил еще две тенденции, характерные для вербального поведения респондентов в телефонном интервью: 1) стремление выбирать пункты шкал, соответствующие крайней степени удовлетворенности, и тем самым давать более оптимистические оценки различным сторонам своей жизни [1, р. 198-201]; 2) склонность опрашиваемых к более частому выбору нейтральных, промежуточных градаций и к намеренной демонстрации таким образом уклончивых, усредненных мнений [1, р. 198-199]. Кроме того, Р. Гроувз, а позднее Дж. Фокс и П. Трэйси убедительно доказали, что телефонные интервью, помимо указанных недостатков, имеют и значительно более низкие субъективные оценки в сравнении с другими опросными методами. Судя по их данным, большинство респондентов, отвечая на вопрос о том, каким образом они предпочитают общаться с социологами, указали персональное интервью, в то время как телефонному они отвели лишь третье (последнее) место (табл. 1).

Таблица 1. Опросные методы, предпочитаемые респондентами, %

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Исследования | Предпочитаемые методы опроса | | | | |
|  | Персональное интервью | Почтовый опрос | Телефонное интервью | Смешанное мнение | Нет мнения |
| Р. Гроувз  [1, р. 193] | 48,7 | 22,9 | 21,8 | 1,6 | 5.0 |
| Дж. Фокс и П. Трэйси  [8, р. 15;  9, р. 172] | 51,0 | 30,0 | 7,0 | – | – |

**Некоторые теоретические предпосылки и объяснительные гипотезы**

Объясняя различия в ответах респондентов, социологи связывают их скорее не с содержательной спецификой задаваемых вопросов, а с уникальной природой коммуникативных процессов, характерных для разных опросных методов. Процесс коммуникации в телефонном интервью, по мнению многих авторов [10, р. 68; 1, р. 195, 204; 4, р. 251-252], отличается следующими особенностями:

Опосредованный характер общения и связанный с ним "дефицит легитимности" во взаимоотношениях между сторонами.

Заметная "аффективная дистанция" между участниками телефонного интервью, возникающая в связи с отсутствием прямого визуального контакта.

Отчужденный характер коммуникации сторон, участвующих в интервью.

Исключительно вербальные способы коммуникации, невозможность использования иных средств общения.

Ускоренная интеракция при отсутствии вербальных инструментов регулирования "разговорного потока".

Восприятие респондентами телефонного интервью как механического процесса "задавания вопросов и формулирования ответов".

Повышенный риск возникновения коммуникативной неадекватности в ответах в связи с ограниченной "канальной способностью" телефона как средства общения.

Напряженность коммуникативных отношений в связи с состоянием "микростресса" респондентов.

Специфическая для телефонных интервью форма опосредованного, "незримого" общения на расстоянии ставит респондентов в необычную проблемную ситуацию с неконтролируемыми условиями и труднопредсказуемыми последствиями. Пытаясь найти простые, но в то же время действенные способы ее разрешения (то есть превратить негативную ситуацию в позитивную), индивиды, как показано в специальной литературе [11, 12, 13], чаще всего выбирают поведенческую стратегию, основанную на универсальном принципе "практической рациональности". Обычно они руководствуются не правилами, искусственно навязываемыми им "извне" (в нашем случае – интервьюером), а собственной интуицией, личным жизненным опытом или просто соображениями здравого смысла. Именно данная стратегия позволяет им быстрее и эффективнее адаптировать проблемную ситуацию к своим жизненным целям и потребностям, снизить ее неопределенность и элиминировать негативные последствия. Средствами такой адаптации, избираемыми респондентами в телефонных интервью, как раз и выступают различные формы "ситуативной лжи": социально желательные, конформные, услужливые (лицемерные), уклончивые и неопределенные ответы, а также отказ от участия в исследовании или преждевременное прерывание беседы.

Вместе с тем следует отметить, что данные о влиянии метода на характер ответов респондентов, полученные в американской социологии в предыдущие годы, несколько противоречивы и не дают достаточных оснований для окончательного вывода об ущербности телефонных опросов. Так, Дж. Хочстим в результате сравнительного исследования трех известных способов сбора данных пришел к заключению, что в телефонном интервью и при почтовом анкетировании женщины, отвечая на вопросы об употреблении алкоголя, были более искренними, чем в персональном интервью [14]. Исследования Т. Роджерс показали, что при телефонном опросе респонденты демонстрировали более точные и достоверные ответы на вопросы, касающиеся уровня их образования и факта участия в выборах, чем в личной беседе. В итоге Роджерс склоняется к выводу о сопоставимости результатов, полученных по установочным, познавательным и личным вопросам при использовании двух стратегий интервьюирования, и о взаимозаменяемости последних [3, р. 54, 59, 65], замечая однако, что непосредственная интеракция "лицом к лицу" вызывает смещения в ответах респондентов и в ряде случаев "может быть барьером при получении высококачественных данных" [3, р. 65]. Не было обнаружено значимых различий в склонности респондентов к социально желательным ответам в зависимости от используемого метода и в исследованиях Дж. Коломботоса [15].

**Эмпирическая база и методы исследования**

Учитывая противоречивый характер имеющихся сведений, а также гипотетический характер ряда теоретических положений, мы попытались подвергнуть некоторые из них эмпирической проверке с использованием методов вторичного анализа данных, полученных нами в ходе опросов, посвященных изучению социально-политических ориентаций и электорального поведения населения г. Иваново. В сентябре-октябре 1995 г. социологическим центром Ивановского государственного энергетического университета под руководством автора было проведено три обследования, синхронизированных по времени и основанных на сопоставимых однотипных (квотных) выборках, выравненных по полу, возрасту и роду занятий респондентов. Два исследования (N=700 и N=705) проводились методом анкетного опроса по месту жительства респондентов, в третьем (N=100) – использовался метод формализованного телефонного интервью. Для последующего сравнения результатов некоторые вопросы, задававшиеся респондентам, были продублированы без каких-либо изменений в инструментарии всех трех исследований. В этот же период службой представительства Президента по Ивановской области были проведены еще два телефонных экспресс-интервью (N=150 и N=157), также посвященных предвыборной проблематике и включавших вопросы, аналогичные нашим как по содержанию, так и по формулировкам. Учитывая временную и методологическую сопоставимость этих опросов с нашими исследованиями, мы сочли возможным использовать полученные в них данные в качестве дополнительной эмпирической базы. Кроме того, в марте 1998 года кафедрой социологии Ивановского государственного энергетического университета было предпринято специальное четырехфазное методическое исследование, ориентированное на сравнительный анализ данных, получаемых с помощью различных опросных методов. 190 человек, предварительно отобранных по случайной систематической выборке из электронного справочника телефонных абонентов г. Иваново, были опрошены по телефону на основе стандартизированного вопросника. Одновременно с этим проводились опросы ивановцев в режиме анкетирования (N=200) и персонального интервью (N=200). Для отбора респондентов использовалась квотная модель выборки, репрезентировавшая взрослое городское население по полу, возрасту и роду занятий. И, наконец, 23 человека повторно отвечали на ту же самую анкету через 3-5 дней, заполняя ее самостоятельно. В ходе этого исследования изучались также субъективные оценки респондентов и их предпочтения относительно четырех известных методов сбора социологических данных: персонального и телефонного интервью, раздаточного и почтового анкетирования.

**Обсуждение результатов**

Сравнительный анализ результатов четырех независимых друг от друга исследований, проведенных в 1995 году и включавших аналогичные вопросы, свидетельствуют о явной близости ответов, зафиксированных одним и тем же методом, при существенном расхождении данных, полученных разными опросными процедурами. Внутрикластерные различия, как видно из табл. 2, оказываются значительно слабее (от 3 до 8%), чем различия межкластерные (достигающие 20%).

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос: "Вы собираетесь или не собираетесь участвовать в предстоящих выборах в Государственную Думу?" в исследованиях с использованием разных методов, %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | | | |
|  | Анкетный опрос (N=700) | Анкетный опрос (N=705) | Телефонное интервью (N=100) | Телефонное интервью (N=150) |
| Да | 46,3 | 49,2 | 66,0 | 69,0 |
| Нет | 39,3 | 31,6 | 21,0 | 26,0 |
| Затрудняюсь ответить | 14,5 | 19,1 | 13,0 | 5,0 |

Приведенные данные позволяют утверждать, что доля неискренних ответов на вопросы о предполагаемом электоральном поведении респондентов в телефонных интервью заметно выше (в среднем на 16%), чем в традиционных анкетных опросах. Опосредованный способ общения без визуального восприятия собеседника способствует появлению явно завышенного числа "услужливых" и конформных ответов, обусловленных желанием респондентов "ублажить" интервьюеров посредством имитированной солидаризации с общепринятыми нормами и образцами одобряемого политического поведения, и тем самым избежать вероятных с точки зрения негативных санкций ("ублажающая" и "конформистская" стратегии поведения). Повышенный удельный вес неискренних ответов в телефонном интервью, как оказалось, характерен не только для интенциональных вопросов. Сопоставление данных по другим их типам (например, вопросам, предназначенным для выявления и фиксации политических мнений, оценок и самооценок) также обнаруживает влияние метода на характер вербального поведения респондентов.

Сравнительный анализ результатов исследований, проведенных в 1995 г. с использованием двух разных методов, приводит к выводу, что уровень искренности респондентов при ответах на вопросы, требующие оценок известных политических деятелей или государственных органов (например, Президента и правительства), в телефонных интервью заметно ниже. Здесь чаще, чем в анкетных опросах, встречаются положительные и реже – отрицательные ответы. Выше и удельный вес уклончивых, неопределенных ответов, свидетельствующих о нежелании значительного числа отвечающих (около четверти всех опрошенных) высказывать интервьюерам свою истинную точку зрения по телефону (табл. 3 и 4).

Более детальное рассмотрение полученных данных показывает, что превышение позитивных оценок деятельности Президента, наблюдаемое у телефонных респондентов, обеспечивается за счет большего числа твердых, уверенных, однозначно одобрительных ответов. Умеренные, осторожные высказывания в этой части шкалы у них встречается реже. И, наоборот, выражая негативное отношение к главе государства, респонденты, "работавшие" в режиме телефонного интервью, старались всячески сгладить, смягчить свои оценки и уйти от прямой критики в его адрес. Они чаще, чем участники анкетного опроса, выбирали срединные, промежуточные (и реже крайние) пункты оценочной шкалы, стремясь тем самым продемонстрировать свою внешнюю лояльность Президенту ("регрессия поведения") (табл. 3). В результате в телефонном интервью ответы в целом оказываются менее критичными и неестественно сдвинуты в сторону положительного спектра оценок.

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос: "Как вы оцениваете деятельность Президента России за последний год?", %

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Метод исследования | | | | | |
| Варианты ответов | Анкетный опрос (N=700) | | Анкетный опрос (N=705) | | Телефонные интервью (N=100) | |
| Положительно  Скорее положительно, чем отрицательно | 1,7  7,0 | } 8,7 | 1,3  12,0 | } 13,3 | 10,0  5,0 | } 15,0 |
| Скорее отрицательно, чем положительно  Отрицательно | 25,4  47,6 | } 73,0 | 32,0  40,7 | } 72,7 | 30,0  33,0 | } 63,0 |
| Затрудняюсь ответить | 18,2 | | 14,1 | | 22,0 | |

Сходная картина обнаруживается и при анализе частотных распределений, характеризующих мнения людей относительно дееспособности российского правительства: при незначительном превышении доли одобрительных (оптимистических) оценок удельный вес отрицательных в телефонном интервью заметно ниже, чем в анкетном опросе. При этом телефонные респонденты, как и в предыдущем случае, продемонстрировали повышенный уровень поведенческой регрессии (табл. 4).

По данным наших исследований, манипулирование вопросной техникой не приводит к изменению общих, отмеченных ранее тенденций в распределении ответов респондентов, опрошенных разными методами. В частности, использование в анкете и в телефонном вопроснике косвенного безличного вопроса (вместо личного прямого), ориентированного на повышение уровня искренности ответов и получение более достоверных данных об отношении населения к Президенту России, не дало ожидаемых результатов. Наша первичная гипотеза о вероятном ослаблении социальной желательности при использовании стимулирующих средств в условиях телефонного интервью не подтвердилась. Удельный вес позитивных оценок Президента при безличном обращении к опрашиваемым не сократился, а, наоборот, увеличился по сравнению с личным вопросом. И хотя это увеличение было замечено для обоих опросных методов, прирост в телефонном интервью оказался несколько выше, чем в анкетном опросе: 1,80 и 1,68 раза соответственно.

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос: "Как вы полагаете, сможет или не сможет нынешнее правительство вывести страну из кризиса?", %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | |
|  | Анкетный опрос (N=700) | Телефонные интервью (N=100) |
| Да | 1,0 | 2,0 |
| Скорее да, чем нет | 6,9 | 8,0 |
| Скорее нет, чем да | 28,7 | 24,0 |
| Нет | 47,6 | 43,0 |
| Затрудняюсь ответить | 15,8 | 23,0 |

Усилился и разрыв между числом положительных ответов, зафиксированных разными методами. В том случае, когда от респондентов требовали дать прямую оценку деятельности Президента страны, превышение одобрительных ответов, полученных по телефону, по сравнению с анкетированием составило 1,72 раза. При получении оценки косвенным путем эта разница достигла 1,85 раза (табл. 3 и 5). Это, по-видимому, свидетельствует о том, что традиционные способы повышения искренности (замена прямых вопросов косвенными, перевод личных вопросов в безличные и т. п.) не могут элиминировать влияние метода сбора данных на вербальное поведение респондентов. В телефонном интервью конформизм и социальная желательность – более частые явления, чем в обычном анкетном опросе.

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос: "Как вы считаете, изберут или не изберут нынешнего Президента России снова, если он выдвинет свою кандидатуру на очередных президентских выборах?", %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | | | |
|  | Анкетный опрос (N=700) | | Телефонное интервью (N=100) | |
| Да  Скорее да, чем нет | 5,0  9,6 | } 14,6 | 13,0  14,0 | } 27,0 |
| Скорее нет, чем да  Нет | 23,5  43,1 | } 66,6 | 13,0  46,0 | } 59,0 |
| Затрудняюсь ответить | 18,9 | | 14,0 | |

Описанные выше феномены объясняются на наш взгляд, спецификой коммуникативных ситуаций, возникающих в условиях применения различных опросных методов и вызывающих у респондентов разные поведенческие стратегии. Если при анкетировании вопросы, связанные с необходимостью оценки Президента и правительства, мало кем из участников опроса считаются острыми ("чувствительными") или деликатными, то в телефонных интервью их восприятие в качестве таковых заметно усиливается, что и стимулирует соответствующие вербальные реакции опрашиваемых. По данным нашего методического исследования, проведенного в 1998 году, большинство респондентов предпочитают высказываться относительно социально-экономической политики правительства либо в личной беседе с интервьюером "с глазу на глаз" (31,5 %), либо заполняя анкету самостоятельно (27,4 %). Телефонное общение на эту тему считают уместным лишь 14,7 % всех опрошенных (еще 5,8 % выбрали почтовый опрос и 20,6 % затруднились с ответом).

При анализе ответов на вопросы, касающихся оценок респондентами их жизненного уровня, а также требующих социально-групповой самоидентификации, обнаруживаются две достаточно характерные для подобного рода случаев тенденции. С одной стороны, в телефонных интервью более выражено стремление опрашиваемых к принятию семантически нейтральных, промежуточных, а потому "безопасных" или "малообязывающих", с их точки зрения, вариантов ответов. Это свидетельствует, скорее всего, об актуализации у значительной части респондентов в процессе беседы конформистской стратегии поведения, позволяющей им имитировать свою идентичность с основной массой населения, что для них кажется весьма немаловажным в условиях обострения криминогенной ситуации в стране. С другой стороны, в данных об уровне жизни, собираемых по телефону, просматривается более активное желание людей защитить свое "идеальное, социальное, настоящее (или прошлое) Я" от возможного разрушения в ходе опроса посредством самоотнесения к категории "средних слоев" населения ("самоконструирующая" стратегия самоподачи) (табл. 6 и 7). Самоидентификация со "средним слоем" дает респондентам возможность поддерживать и укреплять их собственные представления о своем материальном и социальном статусе, сложившиеся у большинства из них еще в прошлые годы, но резко пошатнувшиеся в период рыночных реформ.

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос: "Как изменился ваш жизненный уровень за последние полгода?", %

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | | | | | |
|  | Анкетный опрос (N=700) | | Анкетный опрос (N=705) | | Телефонное интервью (N=100) | |
| Заметно повысился | 2,9 | } 12,9 | 1,3 | } 10,0 | 5,0 | } 12,0 |
| Несколько повысился | 10,0 | 8,7 | 7,0 |
| Не изменился | 16,0 | | 11,6 | | 26,0 | |
| Несколько понизился | 17,0 | } 69,2 | 29,3 | } 76,2 | 11,0 | } 62,0 |
| Заметно понизился | 52,2 | 46,9 | 51,0 |
| Затрудняюсь ответить | 1,9 | | 2,3 | | 0,0 | |

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос: "К каким слоям населения по уровню жизни вы сами себя относите?", %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | |
|  | Анкетный опрос (N=700) | Телефонное интервью (N=100) |
| К богатым | 0,1 | 0,0 |
| К высокообеспеченным | 0,9 | 1,0 |
| К средним | 34,2 | 45,0 |
| К малообеспеченным | 45,9 | 38,0 |
| К бедным | 18,9 | 16,0 |

Обе отмеченные тенденции отчетливо просматриваются и при сравнительном анализе ответов респондентов на вопросы о доходах и их соответствии прожиточному минимуму. Как следует из табл. 8, в телефонном интервью, по сравнению с анкетным опросом, люди намного чаще выбирают промежуточную градацию и прежде всего в тех случаях, когда от них требуется самооценка жизненного уровня. В результате доля людей, чьи доходы "примерно соответствуют прожиточному минимуму", оказывается здесь неестественно завышенной.

##h4Таблица 8. Распределение ответов респондентов на вопросы о доходах и их соответствии прожиточному минимуму в зависимости от метода сбора данных, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | | |
|  | Анкетный опрос (самоотчеты, N=705) | Телефонное интервью (самоотчеты N=157)\* | Телефонное интервью (самооценки N=157)\*\* |
| Доходы ниже прожиточного минимума | 56,5 | 76,0 | 75,0 |
| Доходы примерно на уровне прожиточного минимума | 8,5 | 5,0 | 21,0 |
| Доходы выше прожиточного минимума | 35,0 | 19,0 | 3,0 |

\* Рассчитано по: [17, с. 1]. Здесь так же, как и в анкетном опросе, использовалась следующая формулировка вопроса: "Каков средний доход в вашей семье на одного человека в месяц?". Ответы респондентов кодировались с учетом величины прожиточного минимума для жителей г. Иваново на сентябрь-октябрь 1995 года.

\*\* Для сбора первичных данных использовался вопрос: "Соответствуют ли доходы в вашей семье прожиточному минимуму?" с пятичленной оценочной шкалой [18, с. 1]. 1% респондентов затруднился ответить на данный вопрос.

Сопоставление ответов, полученных при использовании разных методов, высвечивает и еще один весьма примечательный факт. Судя по данным, приведенным в табл. 8, респонденты, опрашиваемые по телефону, склонны существенно занижать уровень своих реальных доходов, причем подобная поведенческая стратегия весьма устойчива и вызывается не только формой вопроса или его содержательной спецификой, сколько коммуникативными характеристиками телефонного интервью и особенностями опросной ситуации. Все вопросы, касающиеся размера и источников доходов, традиционно воспринимаются людьми как чрезвычайно острые и деликатные вне зависимости от способа их предъявления. В телефонном интервью, страдающем "дефицитом легитимности", степень их остроты для респондентов резко повышается. Не случайно, в нашем исследовании 1998 г. в качестве наиболее приемлемых способов обсуждения этой темы участники опроса назвали анкетирование (29,1%) и личное интервью (25,6%). Телефонному интервью в данном случае отдали предпочтение лишь 15,2% респондентов. В результате исследования выяснилось также, что в интервью по телефону вопрос о доходах оставили без ответа 26,3% опрошенных, в то время как при заполнении анкеты и в ходе личной беседы – лишь по 11,5% респондентов.

Влияние метода сбора данных ощущается и в ответах респондентов на вопросы о мнениях. "Работая" в режиме телефонных интервью, как видно из табл. 9, они чаще используют прием "искусственной манифестации мнений" (Ф. Олпорт), охотнее принимая "подсказки", содержащие шаблонные и стереотипные ответы ("бывшая партноменклатура", "руководители крупных промышленных предприятий и банков"), и, напротив, слабее реагируя на те из них, которые, по их мнению, могут иметь для них негативные последствия (ответы типа: "мафия", "новая буржуазия" и т. д.).

Таблица 9. Распределение ответов на вопрос: "Кто, по вашему мнению, является сегодня реальным хозяином в нашем городе?", %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Метод исследования | |
|  | Анкетный опрос (N=700) | Телефонное интервью (N=100) |
| Бывшая партийно-государственная верхушка (номенклатура) | 15,5 | 19,0 |
| Руководители крупных промышленных предприятий и банков | 10,9 | 16,0 |
| Политические партии, движения, общественные организации | 1,0 | 0,0 |
| Различные коммерческие структуры, "новая буржуазия" | 14,9 | 7,0 |
| Городская администрация | 12,6 | 5,0 |
| Мафия, дельцы теневой экономики | 43,5 | 32,0 |
| Иностранный капитал | 2,8 | 0,0 |
| Настоящего хозяина в городе нет | 37,8 | 24,0 |
| Иные ответы | 0,6 | 0,0 |

Такой тип вербального поведения также можно считать вполне объяснимым с учетом фактора "незримого" общения по телефону с неизвестным собеседником.

**Заключение**

Метод сбора социологических данных действительно влияет на ответы респондентов. Из восьми вопросов ответы только на один из них оказались не зависимы от способа его предъявления. При этом уровень искренности респондентов в значительно меньшей степени связан с содержанием и целевым назначением вопроса, чем с используемым в исследовании методом. Разные способы опроса обладают, соответственно, и разной способностью стимулировать искренние, достоверные ответы респондентов. Как показано выше, качество и достоверность сведений, собираемых по телефону, оказывается заметно ниже, чем у данных, полученных другими способами. Это связано прежде всего с тем, что телефонное общение воспринимается респондентами как ситуация, обладающая наименьшим уровнем анонимности, а потому допускающая возможность нарушения конфиденциальности сообщаемой ими информации. Метод накладывает определенные, порой очень серьезные, ограничения на исследуемую проблематику. Телефонные интервью демонстрируют меньшую надежность при изучении, например, таких тем, как фактическое и предполагаемое электоральное поведение, политические оценки и мнения граждан, доходы и уровень жизни населения. Поэтому использование телефонных опросов при прогнозировании исхода голосований, а также при сборе данных по социально-экономическим и политическим вопросам является весьма проблематичным.

**Список литературы**

Groves R. Actors and questions in telephone and personal interview survey // Public Opinion Quarterly. 1979. Vol. 43. No. 2.

Wiseman F. Methodological bias in public opinion surveys // Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36. No. 1.

Rogers T. Interviews by telephone and in person: quality of responses and field performance // Public Opinion Quarterly. 1976. Vol. 40. No. 1.

Miller P.V., Cannell Ch.F. A study of experimental techniques for telephone interviewing // Public Opinion Quarterly. 1982. Vol. 46. No. 2.

Мичурин В.А., Ягодина О.А. Социологические прогнозы и реальность // Социологические исследования. 1992. No. 1.

Дмитриев А.В., Тощенко Ж.Т. Социологические опросы и политика // Социологические исследования. 1994. No. 5.

Растов Ю.В. Выборы губернатора: точность социологических прогнозов // Социологические исследования. 1997. N 12.

Fox J.A., Tracy P.E. Randomized response: A method for sensitive surveys. Beverly Hills, CA.: SQASS, 1986.

Makkai T., Mcallister I. Measuring social indicators in opinion surveys: A method to improve accuracy on sensitive questions // Social Indicators Research. 1992. Vol. 27. No. 2.

Dillman D.A., Gallegos J.G., Frey J.H. Reducing refusal rates for telephone interviews // Public Opinion Quarterly. 1976. Vol. 40. No. 1.

Molotch H. Sociology and economy. Santa Barbara: University оf California Press, 1989.

Барская О.Л. Социальная идентификация и практическая рациональность // Социально-политическая идентификация в условиях перестройки. М.: Институт социологии РАН, 1991.

Давыдов А.А. Респондент как источник информации. М.: Институт социологии РАН, 1993.

Hochstim J.R. A Critical comparison of three strategies of collecting data from households // Journal of the American Statistical Association. 1967. Vol. 62. No. 6.

Colombotos J. Personal versus telephone interviews: Effect on responses // Public Health Reports. 1969. Vol. 84. No. 5.

Сомневающихся стало больше // Ивановская газета. 1995. 22 сентября.

Бедные мы… бедные? // Ивановская газета. 1995. 16 ноября.

Как вам живется, ивановцы? // Рабочий край. 1995. 15 ноября.