

**Эффект интервьюера: проблема объективного отражения социальной
действительности**

Савенко Людмила Владимировна

Студент

*Национальный технический университет Украины КПИ, Факультет социологии и
права, Киев, Украина*

E-mail: mila_savenko@i.ua

Общество есть одновременно творцом и потребителем информационной множественности. Окружающая среда постоянно изменяется, создавая уникальную социальную сеть, и в зависимости от ее структуры, определяется вектор мирового развития. Знание сущности взаимосвязей позволяет управлять, на первый взгляд, хаотичным общественным движением. Единственной загвоздкой такой системы – есть поиск элемента, который предоставлял бы объективные данные. Именно им и является прикладная социология, которая в процессе работы добывает информацию непосредственно от первоисточника (общества).

При проведении опросных социологических исследований наблюдается явление под названием «эффект интервьюера». Такой феномен в своих работах описывают А.В. Матовская[2], А.Ю. Мягков и И.В. Журавлева[3], Д.М.Рогозин[4]; зарубежные социологи Дж.Райнеке и П.Шмидт[5] и др.

Эффект интервьюера – это влияние интервьюера на респондента, который в итоге предоставляет неточную (намеренно или ненамеренно искаженную) информацию. Основная сложность корректирования такого процесса в том, что часто сам исследователь делает ошибки неосознанно. Причины вышеописанного воздействия могут быть разные. К примеру, А. Матовская настаивает на том, что виновным есть интервьюер, нарушающий правила проведения опроса (позволение вмешательства в диалог третьим лицам, помощь респонденту в поиске нужного ответа, высказывание интервьюером своего мнения, изменение формулировок либо искаженный порядок прочтения вопросов анкеты и т.д.).

Другой вид погрешностей исследователя – это ошибки на невербальном уровне. К таким относятся темп ведения опроса, использование и проявление эмоций в виде жестов, мимики, интонации, которые выражают одобрение либо осуждение ответов респондента.

Существует также третья сторона. Она заключается в том, что интервьюер априори (до проведения опроса) наклеивает на респондента ярлык, касательно его личности. Сознание интервьюера рисует некий субъективный образ, соответственно речи, манере поведения опрашиваемого, что в дальнейшем искажает полученную информацию – «... специфически дорисовывая образ собеседника, журналист начинает приписывать ему свойства, которые существуют у подобного типа людей» [Мамонтов Б.В., 2009, с.75].

Как ни странно, все вышеперечисленные ошибки часто допускают исследователи, которые имеют немалый опыт работы в социологической деятельности. Это связано с тем, что интервьюеры, которые занимаются исследованиями не первый год, склонны к преувеличению своих способностей, а потому не тратят силы на самоконтроль в работе.

С другой стороны, зафиксированы факты нарушения регламента среди новичков, но в этом случае происходящее - причина неосознанности совершения ошибки, то есть следствие неправильного инструктажа.

Ввиду этого, ставится вопрос о качестве проведения полевого этапа исследования, который основывается на теоретических знаниях и практических навыках интервьюера. Тут выступает аспект важности подготовки самого социолога.

Во-первых, человек, проводящий инструктаж должен ясно и доходчиво объяснить процесс выполнения опроса, при этом акцентировав внимание на его особенностях и сложностях. Также в разъяснительной работе оговариваются возможные проблемы и пути их решения. Кроме теоретической базы, интервьюеру необходимо предоставить возможность попрактиковаться под присмотром компетентного специалиста.

Во-вторых, важной частью исследования есть использование инструментария. Во время инструктажа нужно уделить особое внимание правильности понимания интервьюером вопросов анкеты (бланка интервью), которые будут задаваться респонденту. Такая осведомленность зависит от наличия у интервьюера предметной квалификации исследования (знаний в определенной области), что повышает способность социолога верно осмысливать тематику опроса.

Но в первую очередь, интервьюер сам должен осознавать возможность допущения ошибки, знать ситуации их возникновения и постоянно следить за своими действиями.

Соблюдая такой порядок подготовки к социологическому исследованию, эффект интервьюера можно нивелировать. Правильный инструктаж и качественный инструментарий во взаимосвязи с постоянным самоконтролем станут фундаментом для становления профессионала в своей области.

Литература

1. Мамонт Б.В. Проблема предупреждения ошибок интервьюера в процессе корреляции «коммуникатор-реципиент» // Вестник Адыгейского Государственного университета. Выпуск 2(45). 2009. С. 74-76.
2. Матовская А.В. Выявление ошибок интервьюеров: откровения нарративов // Социология: методология, методы, математические модели. 2006. - № 22. - С. 61-77.
3. Мягков А.Ю., Журавлева И.В. Эффект интервьюера: опыт количественной оценки в персональном интервью // Социология: методология, методы, математические модели. 2005. № 21. С. 78-107.
4. Рогозин Д.М. Влияние интервьюера на доступность респондентов в телефонном опросе // Социологический журнал. 2004. №1/2. С. 75-105.
5. Reinecke J., Schmidt P. Explaining interviewer effects and respondent behavior: Theoretical models and empirical analysis // Quality and Quantity. 1993. Vol. 27. № 3. P. 219-245.

Слова благодарности

Благодарю своего научного руководителя, Мельниченко Анатолия Анатольевича, за консультационную поддержку и помощь.