

К.П. Киселева

ИНФОРМАТИВНО-ЦЕЛЕВОЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА СВОБОДНОГО ИНТЕРВЬЮ

Киселева Ирина Павловна — научный сотрудник Института социологии РАН.

Метод свободного, или поискового, интервью широко используется для сбора данных на начальном этапе исследования, когда уточняется проблема, оформляются гипотезы, выясняются особенности сообщества. Тексты, порождаемые в процессе вербальной коммуникации между интервьюером и респондентом, могут стать предметом информативно-целевого анализа, методика которого разработана Т. М. Дридзе [1, 2]¹. Заметим, свободное интервью на поисковом этапе должно проводиться самим исследователем, а не передоверяться техническим исполнителям. Здесь и далее термином «интервьюер» обозначается исследователь, выполняющий задачу интервьюирования.

Вербальная коммуникация в процессах опроса изучается на протяжении многих лет. Эксперименты в этой области активно велись в конце 30-х и в 40-х годах в исследовательском центре, возглавляемом Дж. Гэллапом, где была создана специальная методика отработки wording'a — так называется экспериментирование с формой и формулировкой вопроса [3, 4]. Отработка формулировок в Центре Гэллапа включает ряд последовательных процедур [3, р. 50—51; 4, р. 78—80]. Наиболее интересны две из них. Первая предполагает проведение серии пробных интервью с небольшим числом лиц (примерно двенадцать человек) из «окрестных жителей», которые специально для этого приглашаются в Центр. В ходе интервью выясняется, знает ли «средний человек» об обсуждаемой проблеме. Большинство вопросов, задаваемых в этом случае, — открытые.

Следующий шаг заключается в проверке понимания вопросов респондентами. Для этого формируется новая группа испытуемых. Используется простой тест. После прочтения вопроса респонденту предлагают изложить своими словами то, что ему было сказано. Ответ быстро обнаруживает, уловил ли интервьюируемый суть вопроса. Обнаруживаются также некоторые непредвиденные влияния формулировки вопроса. Если язык, которым излагается вопрос, не ясен для интервьюируемого, его типичная реакция обычно бывает следующей: «Прочтите вопрос еще раз, пожалуйста». Если вопросы требуют повторения, указывает Гэллап, это безошибочно свидетельствует о том, что они должны быть сформулированы в более простой и понятной манере [4, р. 79]. Процедуры отработки wording'a вполне применимы не только к массовым опросам, но и к поисковому этапу исследования, на котором уточняются проблемы и основные исследовательские гипотезы.

К началу 50-х годов эксперименты с формулировками вопросов приостановились [5, р. 4], однако в 70-х годах интерес к wording'у начал возрождаться. Большинство новейших исследований посвящено изучению влияния тех или иных особенностей формулировки на полученный результат, например, Б. Локерби и С. Борелли исследовали wording по поводу поддержки латиноамериканских контраст [6], а Е. Смит и П. С্কью — получили данные об эффекте престижных имен в вопросниках [7]. Существуют и попытки комплексного анализа вопроса, используемого в массовом стандартизованном интервью [8, 9, 10]. Классической в этой области является монография Х. Шумана и С. Прессера, в которой обобщается опыт экспериментов с wording'ом [5]. Авторы фокусируют внимание на формальных параметрах вопросов (открытая или закрытая форма, наличие или отсутствие

¹ Автор выражает признательность О. М. Масловой за идею применения информативно-целевого анализа к тексту поискового интервью.

подсказок) и стараются обходить ситуации, когда переформулировка вопроса изменяет его содержание [5, p. 11—12].

Подавляющее большинство исследований, так или иначе связанных с wording'ом, осуществляются применительно к основной стадии массовых опросов (как правило, опросов общественного мнения), где круг проблем, стоящих перед исследователем, достаточно четко определен. Дело заключается в том, чтобы, с одной стороны, выяснить степень информированности аудитории, с другой — понять, как лучше спросить об отношении людей к интересующему исследователей предмету. Ни один из авторов, за исключением Дж. Гэллапа, не рассматривает особенности вербального взаимодействия с респондентом на начальном этапе исследования, когда проясняется исследовательская проблема, формируется представление о коммуникативных особенностях предполагаемых респондентов. Значение данного этапа заключается прежде всего в формировании основных гипотез. В результате создается путеводитель интервью, включающий максимально широкие вопросы с нефиксированными формулировками. Затем выбирается некоторый круг лиц, представляющих изучаемую социальную общность. С ними проводятся длительные свободные интервью на основе путеводителя. На поисковом этапе решаются две параллельные задачи: содержательная и коммуникационная. Первая оказывается в данном случае более важной по сравнению с подготовкой вопросов для изучения общественного мнения. Коммуникационная задача заключается в поиске точек соприкосновения между «содержаниями сознания» исследователя и респондента.

Поисковое исследовательское интервью представляет собой, с точки зрения информативно-целевого анализа текстов, «открытую коммуникативную систему, образуемую отношением «текст-интерпретатор», в которой автор текста и его интерпретатор (исследователь и респондент) «непрерывно меняются местами». Метод позволяет представить «в одних и тех же единицах структуру личностного языкового сознания, с одной стороны, и текста как «продукта (порождения) этого сознания» — с другой» [1, с. 136, 137]. Интервью, с этой точки зрения, является коммуникативно-познавательным процессом, располагающим собственным движущим механизмом. Вопрос интервьюера интерпретируется в сознании респондента и побуждает последнего к порождению текста ответа. В свою очередь, текст респондента, интерпретируемый интервьюером, может породить ранее не запланированный вопрос. Таким образом, успех взаимодействия интервьюера и респондента в значительной мере обуславливается тем, насколько адекватны друг другу структуры порождения и интерпретации текстов вопросов и ответов, поскольку, воспринимая текст, интерпретирующее его сознание всякий раз осуществляет встречное порождение текста. Однако «при общении людей механизм смыслового контакта включается далеко не всегда, хотя только он и способен обеспечить взаимодействие, адекватное тем или иным целям» [2, с. 32]. В случае несовпадения «фокусов» порождаемого и интерпретируемого текста (в нашем случае «фокусов» вопросов и ответов) возникает ситуация «смысловых ножниц». Безусловно, подобная ситуация нуждается в осмыслении применительно к любому виду человеческого общения. Но особого внимания требует устранение «смысловых ножниц» из процесса получения научной информации. Средством обнаружения и устранения «смысловых ножниц» является информативно-целевой анализ текстов поискового интервью.

Формулируя вопрос путеводителя, исследователь пытается придать своему замыслу более четкие формы, найти приемы, которые позволили бы получить от респондента необходимую информацию. Соответственно замысел может быть реализован не одним, а множеством вопросов, сформулированных по-разному.

Прежде всего определяется цель каждого включаемого в путеводитель вопроса. Затем идет поиск языковых средств, с помощью которых эта цель будет достигаться. При этом надо учитывать, что интерпретационные свойства вопроса могут способствовать или препятствовать адекватному истолкованию его непосредственной содержательной цели. Интерпретационные характеристики вопроса, то есть свойства, которые способствуют или

препятствуют адекватному истолкованию, обуславливают меру его информативности. Информативность вопроса характеризуется не количеством информации, для получения которой он предназначен, но лишь той информацией, которая понятна респонденту и побуждает его к ответу, содержащему необходимые для исследователя сведения. Таким образом, мерой информативности вопроса является адекватность интерпретации респондентом его замысла, цели, основной идеи. Неадекватная информация, возникающая в ходе интервью, тоже информативна. Поэтому исследователь имеет дело с двумя типами информативности: первичной — соответствующей цели вопроса, и вторичной — возникающей дополнительно.

В процессе осуществления информативно-целевого анализа выделяется макро- и микроструктура текстов интервьюера и респондента [1, с. 78—94; 11, с. 91—97]. Под макроструктурой понимается иерархия смысловых блоков в тексте, определяемая относительно основной идеи — «фокуса» и описательной части, трактующей, окрашивающей и подкрепляющей основную идею. Микроструктура — это связи между смысловыми узлами текста. В процессе информативно-целевого анализа в тексте выделяются «смысловые опоры» и прослеживается логико-фактологическая цепочка, являющаяся стержнем текста. Затем выявляются ситуации совпадения и рассогласования «фокусов» вопросов и ответов, устанавливается первичная или вторичная информативность вопроса и ответа.

Вопросы, задаваемые в ходе интервью, подразделяются на три группы:

1. Формулируемые заранее, исходя из основных целей, задач и гипотез исследования — эти вопросы включаются в путеводитель.

2. Содержащие уточнения и разъяснения вопросов путеводителя; их текст не готовится заранее, а вытекает из представлений интервьюера об исследуемом предмете.

3. Спонтанно возникающие в ходе беседы, когда появляется необходимость что-то уточнить в связи с появлением новой, неизвестной исследователю информации.

Доля первой группы вопросов увеличивается от первого интервью серии к последнему, доля второй — сокращается. Формулировка вопроса совершенствуется настолько, что не требует дополнительного пояснения. Соответственно доля третьей группы вопросов значительно сокращается к последнему интервью серии, что свидетельствует о сведении к минимуму ранее неизвестной исследователю информации. Сокращается и доля текста интервьюера в общем объеме интервью, практически совпадая с текстом вопросов путеводителя, доведенных до «стандартного» состояния.

Информативно-целевой анализ текстов свободного интервью с путеводителем проведен автором в рамках научно-исследовательского проекта «Механизм согласования социальных интересов», разрабатываемого в Институте социологии РАН с 1992 года. Цель работы заключалась в выяснении, насколько адекватно понимаются участниками движения шахтеров цели и интересы данной социальной группы. Изучались тексты восьми интервью с пятнадцатью лидерами шахтерского движения. Продолжительность отдельного интервью составляла от 1,5 до 3 часов. Опрос проводился летом 1992 года. Каждое интервью фиксировалось на магнитофонной ленте. Тексты интервью составили в общей сложности более 10 печатных листов.

Рассмотрим, как анализируются макро- и микроструктуры текста на примере фрагмента интервью (выделены синтаксемы, составляющие логико-фактологическую цепочку).

Фрагмент интервью

1. ИНТЕРВЬЮЕР: Интересы каких социальных групп ближе всего шахтерам? В 1989 г. выдвигался очень широкий спектр требований в защиту самых разных групп населения. Как настроены шахтеры сейчас?

1. РЕСПОНДЕНТ: Да, в 1989 г. мы пытались защищать всех — все что в стране — это

все общее. Мы пытались это делать, но оказалось, что это не получается никак. Сегодня мы готовы... Допустим, медики в Кузбассе начали бастовать, мы практически их поддержали. Мы перечисляли им деньги в забастовочный фонд, как и нам перечисляли в свое время. Но сегодня, как мы считаем, как я лично считаю, защищать всех — это все равно, что не защищать никого. Я считаю, что шахтер должен защищать себя сам, свои требования специфические. Ведь медики не могут говорить о проблемах шахтеров специфических. Я лично не могу говорить о проблемах медиков. Ну, я знаю, что им народ там нечем лечить, но... Мы готовы помочь, подключиться в любой форме вплоть до забастовок. А отвергать — нет, не отвергаем. Каждый коллектив имеет право на защиту своих интересов.

Цель вопроса заключалась в том, чтобы выяснить, чьи интересы станут защищать шахтеры в случае забастовки: различных социальных групп, как это было в период забастовок 1989 года, или только свои собственные? В интервью использовалась вышеприведенная формулировка. Ответ, полученный на данный вопрос, оказался первично информативным, то есть практически полностью отвечающим заданной цели.

Макроструктура текста ответа.

1. Цель ответа.

«Сегодня защищать всех — это все равно, что не защищать никого. Шахтер должен защищать себя сам, свои требования специфические».

2. Элементы общего содержания. А — Основные элементы.

А—1а эл. Основной (констатирующий) тезис.

«Да, в восемьдесят девятом году мы пытались защищать всех. Все, что в стране — это все общее. Мы пытались это делать, но оказалось, что это не получается никак».

А—1б эл. Основной (постулирующий) тезис.

«Каждый коллектив имеет право на защиту своих интересов».

А—1в эл. Основной (установочный) тезис № 1.

«Я считаю, что шахтер должен защищать себя сам, свои требования специфические».

А—1г эл. Основной (установочный) тезис № 2.

«Мы готовы помочь, подключиться в любой форме вплоть до забастовок».

А — 2 эл. Аналитическая оценка ситуации.

А — 2.1 в эл. «Ведь медики не могут говорить о проблемах шахтеров специфических».

А — 2.2 в эл. «Я лично не могу говорить о проблемах медиков. Ну, я знаю, что им народ там нечем лечить, но...»

Б — 1.1г эл. Иллюстрация к основному (установочному) тезису № 2.

«Допустим, медики в Кузбассе начали бастовать. Мы практически их поддержали. Мы перечисляли им деньги в забастовочный фонд, как и нам перечисляли в свое время».

Общее число синтаксем в тексте рассматриваемого ответа составило 100 единиц. Логико-фактологическая цепочка данного текста включает 67 единиц. Исходя из этого можно рассчитать коэффициент его информативности, который, по определению Т. М. Дридзе, представляет собой отношение общего числа синтаксем в тексте ответа к числу синтаксем, вошедших в логико-фактологическую цепочку. Чем ближе данный коэффициент к единице, тем выше уровень первичной информативности ответа и тем более совершенна формулировка вопроса.

Одна из задач опроса в том, чтобы выяснить, имеются ли у шахтеров политические интересы, и если да, в чем они заключаются. Проанализируем вопросы и ответы в первом и последнем интервью серии.

Фрагменты интервью № 1 (первое интервью серии).

1. Интервьюер: Есть ли сейчас у шахтеров какие-нибудь политические интересы?

1. Респондент: Конечно, есть.

2И: А в чем они заключаются?

2Р: Если брать ту категорию шахтеров, с которой я работаю — НППГ — ведь НППГ образовался после забастовки 1989 года... В то время мы выдвигали очень много

экономических требований, но постепенно дошли до политических, таких, например, как отставка правительства и т. д.

3И: Я некоторым образом знакома с историей изменения выдвигаемых шахтерами требований. Хотелось бы узнать, что для вас в этой области актуально сейчас? Правительство, против которого вы выступали, ушло. Выполнены практически все выдвигавшиеся вами ранее политические требования.

3Р: Такого рода требований сейчас совершенно нет. Требования в основном экономические — наличка.

4И: Значит шахтеров в политической области все устраивает?

4Р: Нет. Сейчас шахтеров не совсем устраивает то, как идет реформа. Некоторые шаги правительства нас не устраивают. Но я не знаю политическое это или экономическое. По крайней мере, сегодня шахтеры не выступают за отставку того правительства, которое есть, которое мы практически сами сделали.

5И: Значит нынешнее правительство вас в принципе устраивает? Не всегда устраивает лишь его тактика?

5Р: Да.

Осуществим информативно-целевой анализ данного диалога. Изначально предполагалось, что все смысловые единицы вопроса путеводителя (1И) равнозначны: «есть — сейчас — у шахтеров — политические интересы». Респондент уловил в вопросе только один смысловой «фокус»: «есть» или «нет». Следовательно, формулировка вопроса оказалась неудачной и спровоцировала односложный ответ, который не мог удовлетворить интервьюера. Был задан дополнительный уточняющий вопрос (2И), который, однако, оказался еще менее удачным, так как смысловые центры в нем совершенно сместились. Не прозвучало ни определение временного периода «сейчас», ни смысловое понятие «политические интересы». В результате респондент (2Р) начинает говорить о том времени, когда, как он знает, шахтеры выдвигали политические требования, опуская в своем ответе нынешнее положение дел. Кроме того, респондент начинает говорить о «требованиях», то есть осознанных и сформулированных интересах. Таким образом, понятие, о котором идет речь в вопросе путеводителя, сужается. Интервьюер же не замечает смысловой подмены и сам начинает говорить (3И) о «требованиях», обращая, правда, при этом внимание респондента на необходимость вернуться к сегодняшней ситуации.

Далее, получив точный ответ (3Р) на некорректный относительно вопроса путеводителя вопрос (3И), интервьюер вынужден задать дополнительный вопрос (4И), опять неточный, но очень широкий. В результате следует ответ (4Р), из которого уже можно сделать некоторые косвенные выводы, хотя непосредственно о предмете обсуждения респондент ничего не сказал.

Интервьюер формулирует основной тезис респондента вопросительной интонацией (5И), уточняя, правильно ли понял ответ. Удовлетворившись согласием респондента (5Р), он переходит к следующему вопросу путеводителя, так и не получив ясного и исчерпывающего ответа на предыдущий, несмотря на то, что задал три дополнительных уточняющих вопроса. Почему это произошло? «Фокус» дополнительных вопросов оказался рассогласованным с «фокусом» вопроса путеводителя. При переходе от вопроса 1И к вопросу 2И «фокус» «смазался», а в вопросах 3И и 4И был окончательно утрачен. В результате все дополнительные вопросы приобрели не первичную, а вторичную информативность. Соответственно ответы респондента, даже в тех случаях, когда «фокусы» его ответов полностью совпадали с «фокусами» соответствующих вопросов (3Р) — (3И) и (4Р) — (4И), также оказались вторично информативными. Это не означает, что данная информация совершенно бесполезна. Она позволяет уточнить исходные представления об объекте исследования, проясняет ошибки, допущенные при проектировании опроса.

Рассмотрим аналогичный фрагмент из интервью № 8 — последнего интервью серии.

Формулировка вопроса существенно отличается здесь от использованной в интервью № 1.

1. Интервьюер: Как вы считаете, политические интересы сейчас у шахтеров существуют или они в связи с изменениями в стране отошли на задний план? 1. Респондент: Политические интересы, конечно, существуют. Выражаются они немножко по-другому. Если в 1989 году, когда не было попытки подавления забастовки танками, была эйфория победы, которая кое-кому вскружила головы... ну, условно, я имею в виду... то сейчас, будем говорить так, люди, которые в рабочем движении с 1989 года, столкнулись и с бывшими структурами и с теперешними структурами. Они поняли, что переустройство государства и политической системы сразу не сделаешь, это долгая, изнурительная, большая работа. К этой работе нужно готовиться, нужно готовить людей, нужно объяснять людям.

Такой элементарный пример. Сейчас переходный период, реформы. Государство в лице правительства говорит: «Ребята, будет трудно. Надо потерпеть». Люди готовы терпеть, чтобы хорошо развиваться и лучше жить.

Появляются трудности с наличными деньгами. Не по вине правительства. Наш регион, в котором производится преимущественно сырье, рассчитывается по безналичному расчету. Наши наличные деньги где-то зависли. А за эту наличность покупаются продукты питания, одежда, вещи, необходимые для жизни. И вот из-за этих сложностей с наличностью были случаи, когда некоторые шахты объявляли забастовку. Нарушается КЗоТ — закон нарушается. Вроде требования-то нормальные.

Когда начинаешь с людьми встречаться и спрашивать: «Слушайте, ребята, вы объясните свою позицию. В 89-м году вы хотели переустройства. Сейчас это переустройство идет. И вас опять это не устраивает. Так когда же вы были нормальными людьми — в 89-м году или сейчас?». Начинают чесать в затылке: «Ну, трудно». Трудно, трудно. Всем сейчас трудно. На вас же смотрят все остальные, потому что вы самые организованные, опыт имеете». Начинают говорить: «Да вот, тут один какой-то недовольный завелся, всех баламутит». «А вы, что, не знаете как с ним поговорить?». Говорят: «Вот ты приехал, мы с тобой поговорили, все вроде бы стало понятно. Руководитель нам поет совершенно другое. Все ищет виноватых». Говорю: «Вы в КЗоТе-то посмотрите — кто виноват. Правительство что ли виновато? Или администрация? В КЗоТе четко написано — администрация. Какие претензии к правительству? Выставляйте претензии руководителю. Коллективный договор есть? Есть. Там этот вопрос есть? Есть».

Простой пример. Шахта в апреле объявила забастовку потому, что не было наличности. Хотели высказывать недоверие правительству и тому подобное. Позвонили они. В общем там забастовка вспыхнула вроде бы как стихийно. Потому что один добычной участок, который дает основной процент добычи, не получает наличности. А если этот участок встанет — пойдет цепная реакция. И ребята решили — зачем цепная реакция, давай общее собрание, дирекцию, администрацию и все такое. Но тут администрация скорее всего спровоцировала забастовку, не явившись на это собрание. Когда люди просят прийти руководство, а оно не приходит, то получается обратный эффект. Потому что организованность, будем так говорить, еще не на очень большом уровне. Но когда начали руководители... Когда первая и вторая смены не спустились в шахты, тогда пригласили все-таки главу администрации района, дали телеграмму администрации области, объединения и тому подобное... Появился руководитель, и я ему сказал: «Слушай, ты нарушаешь КЗоТ, нет, не КЗоТ, а колдоговор. Мы сегодня решим и будем проводить, наверно, завтра конференцию и ходатайствовать о снятии тебя с работы и возбуждении против тебя уголовного дела». Буквально на следующий день он попросил: «Не выполняйте закон, три дня мне дайте, мы постараемся этот вопрос решить». И действительно, через три дня этот вопрос решился. Была выдана заработная плата. Перевелся он в другой банк, который гарантировал выплату наличности. Вопрос снялся. То есть с людьми надо работать, объяснять. Люди, естественно, хотят жить лучше».

В тексте ответа насчитывается 429 синтаксем. Логико-фактологическая цепочка текста

включает 267 синтаксем. Соответственно коэффициент информативности составляет 1,5. Таким образом, на такой же по целевому назначению вопрос, что и в путеводителе № 1, но иначе сформулированный, без единого дополнительного и уточняющего вопроса был получен развернутый ответ. Его «фокус» полностью совпал с «фокусом» вопроса. Более того, в описательной части основная идея окрашивалась и подкреплялась многими фактическими примерами. Есть все основания считать, что и формулировка вопроса и текст ответа обладают первичной информативностью, что свидетельствует о выборе оптимального wording'a. Вместе с тем следует отметить, что стандартная формулировка может быть выработана путем экспериментальной проверки в сериях интервью, поскольку зависит от личностных характеристик респондентов и ситуаций опроса.

Информативно-целевой анализ текста свободного интервью позволяет решать следующие задачи: контролировать соответствие формулировки вопросов целям исследования; определять коэффициент информативности ответов и оценивать с той точки зрения качество формулировок соответствующих вопросов; выявлять рассогласования «фокусов» вопросов и ответов и находить способы их устранения.

Литература

1. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология. М.: Высшая школа, 1980.
2. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии. М.: Наука, 1984.
3. Gallup G. H. A guide to public opinion polls. Princeton: Princeton University Press, 1948.
4. Gallup G. H. The sophisticated poll watches guide. Princeton: Princeton Opinion Press, 1972.
5. Schuman H., Presser S. Questions and answers in attitude surveys: experiments on question form, wording and context. New York: Academic Press, 1981.
6. Lockerbie B., Borrelli S. Question wording and public support for contra aid, 1983—1986//Public Opinion Quarterly. Vol. 54. № 2. 1990. P. 195—208.
7. Smith E., Squire P. The effects of prestige names in question wording//Public Opinion Quarterly. Vol. 54. N 1. 1990. P. 97—116.
8. The research interview: uses and approaches / Ed, by M. Brenner. London: Academic Press, 1985.
9. Noelle-Neumann E. Wanted: rules for wording structured questionnaires//Public Opinion Quarterly. Vol. 34. N 2. 1970. P. 191—201.
10. Smith T. W. In search of house effects: A comparison of responses to various questions by different survey organizations//Public Opinion Quarterly. Vol. 42. N 4. 1978. P. 443—463.
10. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. М.: Наука, 1990.