

DOI: 10.14515/monitoring.2014.5.03

УДК 303.62:654.15

## Е.В. Вьюговская, Н.И. Галиева, Д.М. Рогозин ЭТНОГРАФИЯ «БУМАЖНЫХ» КВАРТИРНЫХ ОПРОСОВ<sup>1</sup>

ЭТНОГРАФИЯ «БУМАЖНЫХ» КВАРТИРНЫХ  
ОПРОСОВ

*ВЬЮГОВСКАЯ Елена Васильевна — ведущий аналитик АНО «Социальная валидация». E-mail: el.vyugovskaya@gmail.com*

*ГАЛИЕВА Надежда Илшатовна — младший научный сотрудник лаборатории методологии федеративных исследований ИНСАП РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: galievana@gmail.com*

*РОГОЗИН Дмитрий Михайлович — заведующий лабораторией методологии федеративных исследований ИНСАП РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: nizgor@gmail.com*

**Аннотация.** Квартирные опросы сегодня продолжают оставаться самым востребованным инструментом сбора социологической информации, позволяющим получать сведения максимально полные и качественные. Однако качество информации, полученной в ходе личного интервью, во многом определяется качеством работы интервьюера. Это выражается в его осознанном стремлении выполнить все инструкции и не допустить недоброкачественных сведений на полевом этапе вследствие искажения формулировок вопросов, нарушения их очередности и т.д. Зачастую большое количество ошибок поля сводятся к фальсификациям интервьюеров, в

THE ETHNOGRAPHY OF “PAPER-BASED”  
HOUSEHOLD SURVEYS

*VYUGOVSKAYA Elena Vasil'evna — leading analyst, «Social Validation». Autonomous Non-commercial organization of Applied Studies. E-mail: el.vyugovskaya@gmail.com*

*GALIEVA Nadezhda Ilshatovna — junior (associate) researcher, Laboratory for Federative Research Methodology, Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration. E-mail: galievana@gmail.com*

*ROGOZIN Dmitrii Mikhailovich — Head of Laboratory for Federative Research Methodology, Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration. E-mail: nizgor@gmail.com*

**Abstract.** Household surveys are still the most popular tool for gathering sociological data, while they allow to get the most comprehensive and proper information. However, the quality of information obtained through personal interviews, is largely determined by the quality of the interviewer's work. It is reflected in his or her conscious desire to fulfill all the instructions and avoid substandard information during a fieldwork, which appears due to questions' distortion, violation of their priority, etc. Often a large number of field errors come down to the interviewers' fraud caused, in turn, by lack of prior training and coaching.

The authors of this article joined one of the

<sup>1</sup> Идея исследования кристаллизовалась в ходе обсуждений качества опросов, проводимых Методическим цехом — неформальным сообществом методистов, работающих в РАНХиГС, Фонде «Общественное мнение» и «Социальной валидации». Мы признательны А.А. Ипатовой, К.М. Мануильской, Т.Э. Османову, Д.И. Сапонову за обсуждения и критическую позицию в отношении настоящего проекта. Первоначальный скепсис, сменившийся поддержкой и заинтересованным участием в проработке оптики наблюдения, позволил лучше разобраться в перипетиях труда интервьюера, оценить собственную включенность в фабрикации.

свою очередь, обусловленным отсутствием предварительной подготовки и инструктажа. Авторы данной статьи предприняли попытку посмотреть, как устроен полевой этап исследования с применением технологий квартирного опроса и как организована работа интервьюеров, устроившись внештатными сотрудниками в одну из лидирующих опросных компаний.

В ходе исследования обнаружено, что методическая организация работы интервьюеров (в том числе групповые инструктажи, тренинги) практически отсутствует и выражается лишь в единичных правилах, появляющихся от случая к случаю. Интервьюеры вовсе не включены в процесс работы компании и вынуждены действовать по наитию, самостоятельно ориентируясь и по собственному почину продумывая тактики оптимизации работы на просторах исследовательского поля. Отсутствие регулярного взаимодействия с коллегами и руководством побуждает интервьюеров создавать собственные практики и правила поведения, основанные на фальсификациях и фабрикациях, в чем авторы убедились на собственном опыте проведения опросов.

**Ключевые слова:** этнографический метод, включенное наблюдение, квартирный опрос, полевой этап, фабрикация, фальсификация, личное интервью.

leading polling companies as freelancers in attempt to see how the field phase of the research based on a household survey technology and the interviewers' work are organized.

The study found that the methodical organization of interviewers' work (including group coaching and training) is practically nonexistent and is expressed only in a few rules emerging from case to case. Interviewers are not included in the process of the company functioning and are forced to act on a whim, orienting by themselves and considering work optimization tactics on their own initiative in a vast field of research. The authors see firsthand through their experience of conducting surveys that the lack of regular interaction with colleagues and the leadership encourages interviewers to create their own practices and standards of conduct based on falsification and fabrication.

**Keywords:** ethnographic method, participant observation, household survey, fieldwork, fabrication, falsification, face-to-face interview.

За личными стандартизированными интервью по месту жительства давно утвердилась репутация основного методического инструмента для измерения общественного мнения. За десятилетия исследовательской практики накоплены тысячи отчетов, отражающих результаты исследований социологических и маркетинговых компаний, придерживающихся традиционных подходов проектирования и реализации региональных стратифицированных выборок. Несмотря на стремительное развитие компьютерных технологий в области сбора и регистрации данных [24, 25], большинство интервьюеров продолжает заполнять бумажные анкеты, которые собираются в полевых отделах региональных компаний и затем пересылаются основному исполнителю полевых работ для закрытия отчетности по проведенному исследованию. Громоздкость и объемность первичной документации компенсируются коротким сроком ее обработки и быстротой утилизации. В итоге в архивах оседают массивы данных, аналитические отчеты и краткие справки о реализованной выборке. Реалии полевой работы, как правило, остаются лишь в устной истории в качестве анекдотов, баек или советов бывалых.

Качество аналитических отчетов, прогнозных моделей и практических рекомендаций во многом определяется особенностями работы интервьюеров, их компетентностью, навыками ведения разговоров с незнакомыми людьми, а также добросовестностью и ответственностью выполнения стандартизированных процедур. Во времена становления опросной технологии исследователи часто рассуждают о честности и порядочности интервьюеров [18], искренности и ответственности респондентов [19, 20, 21]. Но разговоры о сознательности и гражданской ответственности участников вопрос-ответной коммуникации разбивались об отсутствие какой-либо документации о реалиях состоявшихся разговоров. Лишь частные экспериментальные планы, да и то проводимые на малых группах, косвенно восполняют этот пробел. Влияние интервьюера редуцируется до формальных социально-демографических характеристик, которые не требуют сложных процедур регистрации и могут быть легко добавлены к основному массиву данных. Реалии состоявшейся коммуникации, особенности обмена репликами в подавляющем большинстве экспериментальных методических планов остаются сферой неизвестного, не подлежащего какой-либо критике и рефлексии. С одной стороны, большинство участников исследовательского рынка осознают острую необходимость регулирования и контроля коммуникативных ситуаций. На это указывают включение в технологию опросов инструктажей и тренингов интервьюеров, выборочная проверка факта интервьюирования, визуальный и статистический контроль возможных фабрикаций и т.д. С другой — на российском рынке социальных обследований отсутствует какой-либо набор внятных и транспарентных процедур регистрации и анализа работы интервьюеров, позволяющий адекватно оценивать их вклад в формирование социального знания.

В устных историях, рассказываемых об особенностях полевой работы, доминируют повествования о массовых фальсификациях, допускаемых интервьюерами. Низкая оплата труда, возрастающая недостижимость целевых групп (отсутствие дома или нежелание общаться), территориальная недоступность (закрытые подъезды, придворовые территории) приводят к каскадному росту риска фальсификаций и фабрикаций опросного инструмента. Когда требования к выполняемой работе и уровень вознаграждения становятся все менее и менее согласованы, предотвратить такой рост практически невозможно. Тем более значимыми становятся этнографические описания работы полевых отделов опросных компаний. Как реализуются процедуры сбора мнений? Каковы методические основания организации полевой работы? Как проходит подготовка интервьюеров? На каком этапе фабрикуются данные? Что подталкивает интервьюеров к самостоятельному заполнению анкет и отклонениям от предписанных правил отбора? Можно ли в сложившихся условиях рутинной полевой работы пройти весь маршрут и собрать необходимое число анкет, не прибегая к каким-либо измышлениям и ухищрениям?

Этнография труда и профессий — одна из наиболее разработанных гуманитарных дисциплин, всецело опирающихся на эмпирические исследования. В эпоху модерна нет ничего важнее производства социальных благ, наблюдение за которым становится чуть ли не основным занятием вольных исследователей. Вхождение в повседневный мир незнакомых людей, проживание с ними какой-то части профессиональной биографии, ведение дневника и осмысление личных переживаний [2, 3, 4, 7, 15] составляют основу включенного наблюдения за человеком труда. Множество публикаций посвящены описанию разных профессий — от юристов и врачей до парикмахеров и разносчиков пиццы [2, 9, с. 6–7]. Вместе с тем труд интервьюера, ответственного за качество социального обследования, как правило, остается без внимания. За редким исключением (см., например: [13, 14]) исследователи обходят

вниманием полевую работу в количественных исследованиях, де-факто считая ее промежуточным элементом опросной машины. Всегда удобно занимать нормативную позицию и требовать от исполнителей должного поведения. Но с методической перспективы гораздо продуктивнее посмотреть на реалии работы опросных компаний, сопоставить формальные требования с их фактическим выполнением, замерить уровень отклонений и корректировок, которые вносит жизнь в методологию социальных обследований.

### **Методика включенного наблюдения**

Две участницы методического цеха 31 года и 24 лет — авторы настоящей статьи — устроились в крупную опросную компанию для внештатной работы интервьюерами. На собеседование попросили принести паспорт и страховое свидетельство обязательного пенсионного страхования (с документов впоследствии сняли копии). Некоторое удивление вызвал тот факт, что для приема на работу работодатели не запросили ни резюме, ни трудовую книжку.

Перед собеседованием в офисе компании потребовалось заполнить карточки интервьюера, в каждой из них необходимо было указать ФИО, год рождения, адрес проживания и регистрации, место работы и должность, место учебы и специальность, семейное положение, наличие детей, опыт работы интервьюером, паспортные данные, номер СНИЛС; выбрать предпочтительные виды опросов, районы, в которых есть желание и возможность проводить опросы. Важным (и, пожалуй, единственным) критерием отбора интервьюеров оказалось наличие московской прописки/регистрации — без нее кандидаты на работу не принимаются.

Первоначально мы не планировали записывать на диктофон встречи с сотрудниками опросной компании. Установка была на подробную запись разговоров в бумажный блокнот. Но уже на собеседовании, а позже на инструктаже настойчиво рекомендовали внимательно слушать, а не записывать. В итоге мы были вынуждены отказаться от первоначального плана. Ввиду длительности встреч (в среднем 50 минут) запомнить все детали разговоров не представлялось возможным, поэтому велась скрытая запись. Включенный диктофон лежал в кармане сумки. Качество записей оказалось очень хорошим, речь информантов слышна отчетливо и без помех.

Всего состоялось 5 контактов с представителями опросной компании (см. рис. 1). Во-первых, мы позвонили в опросную компанию, чтобы узнать о наличии вакансий. По телефону нам фактически ничего не рассказали о работе, сразу пригласили на собеседование. Во-вторых, на собеседовании мы договорились об участии в роли интервьюеров в готовящемся к запуску поквартирном опросе. В качестве своеобразного испытательного срока нам предложили принести первую часть взятых анкет (с любым результатом) за несколько дней до официального срока сдачи полевых работ. Это было обусловлено положением новичков: если бы работа пошла медленно, у руководителя оставалось бы время найти другого интервьюера для опроса на данном участке. В-третьих, на следующий день после собеседования мы пришли в компанию за анкетами и прошли инструктаж. В-четвертых, через несколько дней, как и было обговорено на собеседовании, мы пришли, чтобы сдать анкеты. На первом этапе поля нам удалось взять большую часть анкет (7 анкет). Наконец, в-пятых, мы посетили опросную компанию, чтобы передать оставшиеся анкеты.

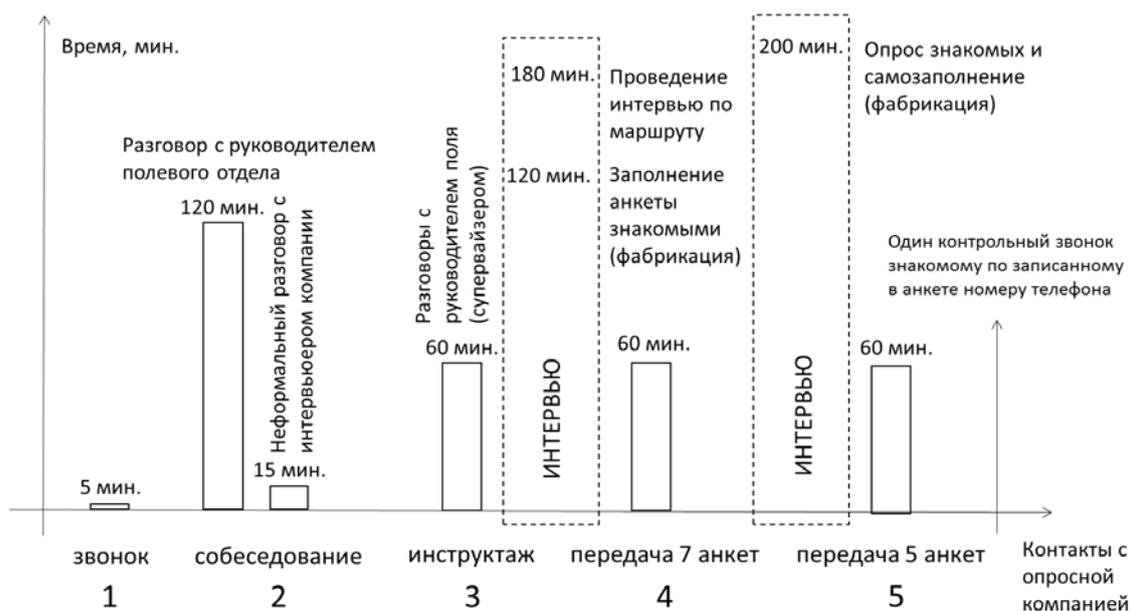


Рисунок 1 - Взаимодействие с опросной компанией

Включенное наблюдение длилось 12 дней, в ходе которого мы провели 3 совместные встречи, на которых детально обсуждались результаты и возможные действия. Соответственно, можно выделить 3 части полевой работы: 1) посещение опросной компании; 2) непосредственное проведение опроса, работа интервьюерами; 3) обсуждение промежуточных результатов, организация этнографических «длинных столов» в терминологии Т. Шанина. С самого начала эксперимента велись дневники, куда записывались все детали полевых встреч, которые нам запомнились или показались важными для понимания ситуации. В результате собрали 10 полевых документов (табл. 1).

Таблица 1 Полевые документы

№	Название документа	Дата	Вид документа	Число участников	Время встречи	Информанты
1	Звонок в опросную компанию	24.03.2014	Аудиозапись	2	5 минут	Сотрудник полевого отдела (женщина)
2	Собеседование в опросной компании	26.03.2014	Дневник	4	2 часа	Руководитель полевого отдела (женщина, 65 лет), руководитель поля (женщина, 45 лет)
3	Разговор с постоянным интервьюером опросной компании	26.03.2014	Аудиозапись	3	20 минут	Интервьюер (женщина, 40 лет)
4	Инструктаж в опросной компании	27.03.2014	Аудиозапись	3	1 час	Руководитель поля (женщина, 45 лет)
5	Промежуточная передача сделанных	30.03.2014	Аудиозапись	3	40 минут	Руководитель поля (женщина, 45 лет)

	анкет (7 анкет)					
6	Окончательная передача сделанных анкет (5 анкет)	04.04.2014	Аудиозапись	3	30 минут	Руководитель поля (женщина, 45 лет)
7	Полевой дневник	24.03–04.04.2014	Дневник	2		
8	Анкеты (7 штук)		Сканы			
9	Инструкция-описание исследования			1		
10	Инструкция для интервьюера			1		

За время работы интервьюерами удалось поговорить с тремя представителями компании: руководителем полевых работ, интервьюером (пришедшим получать задание) и начальником полевого отдела. Основным информантом стала руководитель полевых работ, с которой мы общались чаще всего. Это женщина 40–45 лет, привлекательной внешности, на первый взгляд показалась суровой и весьма притязательной, но в процессе работы проявила себя открытым, простым в общении человеком, понимающим и лояльным руководителем. Имеет взрослую дочь. Интервьюер — женщина около 40 лет, которая выглядела моложе своего возраста. Изначально произвела впечатление закрытого, социопатичного человека (темный цвет и плотный материал ее одежды усиливали восприятие), однако в разговоре оказалась коммуникабельной, прямодушной и предельно откровенной. У нее также есть взрослая дочь. И, наконец, начальник полевого отдела, женщина приблизительно 65 лет, активная, энергичная (она буквально никогда не сидела на месте) и доброжелательная. Именно она радушно встретила нас в день собеседования и познакомила с предстоявшей работой. И у нее есть взрослая дочка и маленькая внучка, которую мы однажды видели в офисе. Только с руководителем полевых работ мы виделись каждый раз, когда приходили в офис; с интервьюером и начальником полевого отдела мы разговаривали лишь единожды в первый наш визит в компанию.

### Первые впечатления

Знакомство с работой полевого отдела опросной компании состоялось во время собеседования, которое проводила начальник отдела, а затем руководитель полевых работ, подменившая начальницу, вынужденную отлучиться по рабочим делам. Прошедшую встречу можно лишь отчасти назвать собеседованием, так как никого не интересовали наши биографические или профессиональные данные. Никаких вопросов о возрасте, образовании, наличии или опыте работы, желании и мотивации работать интервьюерами, о причинах выбора данной опросной компании задано не было. Такое невнимание к мотивации и квалификации интервьюера, принимаемого на работу, нас несколько озадачило. С одной стороны, нам продемонстрировали, что работать интервьюером может каждый; это малооплачиваемый и низкоквалифицированный труд, который не требует специальной подготовки. С другой — за столь нетребовательным набором просматривается большая текучка и катастрофическая нехватка интервьюеров.

Основная часть собеседования была посвящена тому, чтобы изменить наше намерение участвовать в поквартирных опросах в пользу уличных или телефонных.

Основными аргументами «против» были: 1) сложность попадания в подъезд: сейчас везде стоят домофоны и кодовые замки; 2) недоверчивое отношение жителей к незнакомцам; 3) вероятность быть обруганными или даже покалеченными.

#### **Фрагмент 1** (табл. 1, п. 2)

Попытка разубедить в поквартирных опросах на собеседовании с руководителем полевых работ

- 1 И: Я бы свою дочку на поквартирники не пустила. <...>
- 2 Вот что вы будете делать, если подъезд закрыт на кодовый замок,
- 3 а вам надо попасть туда? А сейчас очень часто на дверях нет звонков,
- 4 что вы будете делать в этом случае? <...>
- 5 А представьте, вам откроет мужик в трусах, да еще скажет, да заходите, девочки!
- 6 Пойдете?

В приведенном фрагменте ярко проявляется то, что потом нам неоднократно встречалось — отказ от обучения интервьюеров. Руководитель предлагает нам самим выяснить, как действовать в той или иной сложной ситуации. В этой крупной опросной компании не предусмотрен инструктаж интервьюеров по анкете или по исследованию. Никто не передает опыт, не рассказывает и не обучает лучшим практикам, поведению в сложных ситуациях. За 4 визита в офис мы только однажды встретили другого интервьюера. За время работы в компании (несколько лет) она ни с кем не сдружилась из других интервьюеров и ни с кем не общается. Интервьюеры просто забирают анкеты (мы видели, как анкеты забирал муж одной из сотрудниц), а потом отдают уже заполненные (мы также видели, как готовые анкеты приносил муж другой сотрудницы). Работа интервьюера — это личное дело человека, решившегося попробовать себя в этом ремесле.

#### **Фрагмент 2** (табл. 1, п. 6)

Отрывок из разговора с руководителем полевых работ на второй передаче анкет

- 1 И: Самое большое у нас идут квартирники 3 недели, месяц. И вот тогда люди берут,
- 2 **которые уже научились работать, как вы сказали, не один велосипед открыли,**
- 3 **а у них уже вагон и маленькая тележка этих велосипедов стоят,** соответственно
- 4 получается, что они как бы рассчитывают свои силы и берут по 2–3 участка.
- 5 А один участок, как вы уже поняли, это 9–12 анкет, ну в среднем, это 30 анкет.

Руководитель полевых работ указывает, что опытные интервьюеры уже «научились работать» и «не один велосипед открыли». Мы несколько раз поднимали вопрос обучения, однако руководитель поля старалась обойти этот момент. Она не согласилась на предложенный нами вариант совместного прохождения маршрута с опытными интервьюерами, при этом никак не объяснила свою позицию. Для многих очевидно, что отсутствие тренингов интервьюеров, инструктажей, передачи опыта ведет к ухудшению качества анкет, увеличению неконтролируемых смещений, нарушению методики интервьюирования и, по сути, говорит о недобросовестной работе опросной компании [16]. Вместе с тем невнимание к работе интервьюера, эксплуатация личной смекалки и

естественных разговорных практик отражают давнюю традицию поддержания безыскусного и профанного способа коммуникации в стандартизированном интервью (см., например: [22]).

Демонстративное невнимание к коммуникативным особенностям интервью, отсутствие обратной связи о полевой работе приводит к невозможности оценить адекватность анкетных вопросов. Любые вопросы в любом количестве при таких условиях будут годны для социального анализа. Анкете как таковой (и той, с которой нам предстояло работать впоследствии) было уделено совсем немного внимания. Руководитель полевого отдела еще в день собеседования отметила, насколько длинными и, как правило, сложными для восприятия бывают анкеты для опросов респондентов по месту жительства. На нашу реплику о том, чтобы упростить анкету, она лишь изумленно пожала плечами, риторически ответив: «А как ее упростишь?». В день инструктажа перед выходом в поле она предложила нам ознакомиться с анкетой в течение 10 минут (для сравнения только интервью по анкете занимает не менее 40 минут), затем задать вопросы по ней, уточнить интересующие нас моменты. Она не сочла нужным остановиться на анкете дольше, хотя бы указать на сложные места, оговорив это наличием подробного описания блоков анкеты в приложении к рабочему материалу — инструкции для интервьюера (в распечатанном виде). Как нам показалось, она сама не вчитывалась в анкету, разве что мельком просматривала ее. Бумажная же инструкция для интервьюера оказалась гораздо сложнее для чтения и восприятия, чем анкета и, очевидно, должна была сопровождаться отдельными комментариями от руководителя поля. Как представляется и как обозначить тему опроса для респондента («Скажите... опрос о социально-политической ситуации...»), зачитывать или пропускать вступление (элемент информированного согласия, сочетающий благодарность за согласие принять участие в исследовании и подтверждение о конфиденциальности полученных данных о респонденте), оглашать вопросы в их изначальных формулировках или оставлять за собой право изменять их, как правильно работать с карточками, представляющими собой многостраничную связку бумаг (на одной странице могли оказаться 2-3 карточки), прибегать или нет к собственным пояснениям в случае непонимания респондентом того или иного вопроса (что, вероятно, приведет к смещениям и ошибкам в регистрации ответов), особенности коммуникативного поведения с респондентом — данные вопросы не были затронуты вовсе, несмотря на то, что они имеют первостепенное значение для интервьюера [10]. Все больше складывалось впечатление, что устный инструктаж интервьюеров аномален для компании и представляет собой казус, вызванный нашим первым опытом и призванный поставить нас в курс дела, объяснить особенности выборки и выборочного шага, просмотреть анкету и обсудить сроки выполнения поля.

Помимо проблем с достижимостью и качеством анкетных вопросов особую роль следует отнести личной безопасности интервьюеров. Во время окончательной передачи анкет нам рассказали о двух опасных случаях, произошедших с интервьюерами компании. В первом — на интервьюеров спустили двух доберманов; во втором — одного из интервьюеров сильно избили в подъезде, порвав все анкеты. Эта тема практически не поднимается в литературе, посвященной массовым личным опросам. При этом забота о себе и своем здоровье, очевидно, является одним из сдерживающих факторов для интервьюеров при выборе метода опроса. Во многом из-за опасения за свое здоровье люди отказываются работать на поквартирных опросах. Об этом, в частности, поведала нам интервьюер компании, с которой нам удалось поговорить после собеседования.

### Фрагмент 3 (табл. 1, п. 3)

Повод перестать работать интервьюером из разговора с интервьюером, жен., около 40 лет

1 И: Я начинала работать 18 лет назад <...> и я на самом деле ходила  
2 реально по квартирам, по домам, соблюдала шаги, все-все-все это... с меня  
3 сходило семь потов..., но это было восемнадцать лет назад, тогда не было этих  
4 домофонов, не было закрытых на код подъездов. Там у метро Тимирязевская —  
5 метро Савеловская публика более отзывчивая, всегда отвечали люди. Более того, я  
6 им дарю какой-то подарок, они мне тоже какой-то подарок дарят. <...>Потом я с  
7 мужем расхожусь, переезжаю жить к маме на Сокол, начинаю также ходить на  
8 Соколе... ну что вы! **Опрос, допустим, по водке и в подарок красную икру. В меня**  
9 **буквально швырялись этими банками икры, говорили, вот, вы туда земли**  
10 **насыпали! То есть я была настолько перепугана и ошарашена всем этим,**  
11 **что я решила бросить эту работу. Как я буду работать, когда не могу! Ну,**  
12 **несколько лет помыкалась-помыкалась, вернулась обратно к опросам.**  
13 <...>

В разговоре с нами интервьюер не раз возвращалась к тому, что опрашивать респондентов стало не столько тяжело в силу труднодоступности квартир, сколько рискованно и далеко не благонадежно в силу несговорчивого характера самих жильцов. В результате по квартирам ходят пожилые женщины от 55 лет, как ранее нам объясняла руководитель полевого отдела, эти сотрудницы более устойчивы в эмоциональном плане и умеют за себя постоять. Мужчины, по мнению информантов, не могут работать интервьюерами, так как им просто не будут открывать двери. При столь сильной тревожности и типичности разговоров о небезопасном труде, странно, что в компании не проводят никаких инструктажей по технике безопасности, нет инструкций, как себя вести в той или иной опасной ситуации<sup>2</sup>.

### Уровни фальсификаций

Мы выделили два уровня фальсификаций в ходе реализации поквартирных опросов: первый — институциональный, второй — индивидуальный. К институциональному уровню относятся все фальсификации, поддерживаемые руководством и связанные с практиками опросов, поддерживаемых компанией. Индивидуальный уровень заключается в фальсификациях, которые применяют интервьюеры, самостоятельно отыскивая те или иные способы оптимизации труда.

Прислушиваясь к советам бывалых и доверяя собственной интуиции, уже на первом шаге мы стали фабриковать анкеты: «Любой читатель с опытом исследовательской работы скорее всего вспомнит несколько событий, где он наблюдал, подозревал или непосредственно участвовал в надувательстве, неряшливости или недоработке в сборе или анализе данных. Возможно, он подумает, что эти события — исключение, неудачные отклонения от этических норм или последствия от неадекватного контроля исполнения работы. Я же считаю, что такое поведение в сборе и обработке данных типично и ожидаемо от наемного персонала» [13, р.

<sup>2</sup> Например, при переписи 2010 г. в инструкциях указывалось, что неблагополучные квартиры переписчик «должен посещать только в сопровождении участкового по заранее составленному графику» (Приказ Росстата от 23.03.2010 N 128 (ред. от 10.08.2010) «Об утверждении документов Всероссийской переписи населения 2010 года») [23].

191]. Нет ничего удивительного, что при отсутствии внимания к работе интервьюеров, это осталось незамеченным для полевого начальства. Наблюдение за собой и другими участниками сбора данных потребовало введения еще одной переменной — субъекта фальсификаций («мы» и «другие»). Сопоставление уровней и субъектов фальсификаций позволяет построить пространство признаков нарушений процедуры опроса (рис. 2).

	Индивидуальный	Институциональный
Мы	сокращение анкеты самозаполнение опрос знакомых заполнение за респондента	
Другие	режим двух анкет опрос друг друга опрос у подъезда/на улице изменение квот опрос одних и тех же респондентов	изменение квот выбор УИКов выбор начальных точек

**Рисунок 2** - Квадрант фальсификаций в квартирных опросах

Если первое различие на индивидуальные и институциональные фальсификации отражает характеристики исследуемого явления, второе — определяет наши возможности как исследователей регистрировать те или иные отклонения от опросной процедуры. Поскольку мы устроились работать интервьюерами, институциональный уровень фальсификаций был для нас недоступен. На индивидуальном же уровне, уже после первых попыток взять интервью мы использовали 4 приема фальсификации данных. Во-первых, сокращение анкетных вопросов, фактически заданных респонденту, пропуск затянутых и утомляющих обоих участников коммуникации формулировок. Во-вторых, заполнение за респондента части вопросов, упоминание в разговоре лишь наиболее значимых или приемлемых для естественного разговора переменных. В-третьих, несколько анкет мы заполнили полностью самостоятельно, вживаясь в роль предполагаемых респондентов. В-четвертых, провели опрос знакомых, подходящих по квотному заданию, но не проживающих на территории маршрута.

### **Институциональный уровень фальсификаций**

На сайте опросной компании сказано, что для построения выборки в поквартирных опросах в городах производится случайный отбор избирательных участков из числа всех избирательных участков этого города. Мы увидели, что выборка действительно формируется из УИКов. Но на этом строгое следование процедуре случайного отбора заканчивается. Мы были свидетелями, когда первоначально отобранные УИКи были заменены на другие, более удобные интервьюерам, не включающие проблемных домов (слишком криминальных или, наоборот, элитных) (фрагмент 4, строки 1-3).

#### Фрагмент 4

Замена первоначально отобранных УИКов на удобные из «Собеседование в опросной компании», руководитель полевых работ, жен., ~45 лет (табл. 1, п. 2)

- 1 И: **Мы будем делать так, как нам удобно!** Выбирайте улицы: доберем, если что...<...>
- 2 **Я там была, там очень крутые дома. Давайте наши пятиэтажки,**
- 3 **че-нибудь попробуем попроще.** <...> **Нарисуйте нам красиво, а то мы так не хотим** <...>
- 4 У нас очень красивые девушки, мы за них боимся.

Приведенный отрывок – это часть телефонного разговора руководителя полевых работ с координатором поля (со стороны самой опросной компании или со стороны заказчика мы не знаем). Разговор происходит открыто, его слышат все, кто находится в комнате. Говорить об институционально укорененной практике позволяет некоторая развязность, с которой руководитель поля общается с координатором, а также некоторая обыденность интонаций и оборотов речи: «доберем, если что», «нарисуйте нам красиво» (фрагмент 4, строки 1-2).

Для обеспечения случайного отбора выбор начальных точек маршрута также должен производиться случайным образом. Но, насколько мы можем судить, в этой опросной компании начальную точку маршрута, как правило, выбирает сам интервьюер. Нам сразу было предложено выбрать удобный для нас дом на маршруте. Более того, нам посоветовали выбрать тот дом, в котором живет одна из нас.

Еще одной институционально закреплённой фальсификацией является изменение квот. Выборка квотирована по полу, возрасту и образованию.

#### Фрагмент 5

Разрешение на изменение квоты из «Первая передача сделанных анкет», руководитель полевых работ, жен., ~ 45 лет (табл. 1, п. 5)

- 1 С1: Да. Но здесь вопрос в том, чтобы найти бы таких! Мы не встречали еще ни разу.
- 2 И: Нууу, я вам могу сказать. Смотрите, во-первых, у вас всего такая одна женщина
- 3 С1: Да, но у нас она...
- 4 И: И чаще всего эта женщина, по опыту, я вас... видите, вы уже сделали вот этот возраст.
- 5 [указывает на возраст старше 55 лет]
- 6 С1: Ну я тоже подумала, что...
- 7 И: Это либо вот здесь [указывает на возраст 16–24 года],
- 8 И: либо вот здесь [указывает на возраст старше 55 лет]
- 9 С2: Угу, да мы уже...
- 10 И: либо здесь...
- 11 С1: Ну вы представляете, просто, а если мы ее не найдем?
- 12 И: **Значит, сделаете среднее образование. И будет перекося по квоте, я переживу.**

Мы выразили опасения, что не сможем найти женщину с образованием ниже среднего специального (фрагмент 5, строка 1). В ответ на это руководитель поля, изучив оставшиеся

квоты, разрешила взять среднее специальное образование, тем самым получить «перекос по квоте» (фрагмент 5, строка 12).

Отметим, что на сайте компании указано, что внутри домохозяйства производится отбор респондента по ближайшему дню рождению. Об этом нам ни разу никто не сказал и не просил проводить отбор внутри домохозяйства.

### Индивидуальный уровень фальсификаций

В индивидуальный уровень фальсификаций входят все практики, которые применяют интервьюеры, чтобы увеличить количество взятых анкет. К данному уровню относятся и те практики, которые руководители полевых работ разрешают применять в проблемных случаях. Так, нам разрешили при невозможности закрыть какую-либо квоту проинтервьюировать друг друга или подойти к людям возле подъезда.

### Фрагмент 6

Разрешение на опрос друг друга и проведение интервью около дома из «Первая передача сделанных анкет», руководитель полевых работ, жен., ~45 лет (табл. 1, п. 5)

- 1 С2: Вот, мы просто уже как бы задумывались...вот вроде...мы как бы можем уже доделать
- 2 до конца, но если они не смогут нам по квотам подойти...как бы...И че мы будем делать?
- 3 И: Значит у вас осталось...вы сделали 7 анкет, у вас осталось 5 анкет, да?
- 4 С1: Да.
- 5 И: [пауза 30 с, изучает оставшиеся квоты] Значит, смотрите, что мы с вами сделаем.
- 6 [пауза 10 с] Мы с вами сделаем вот как. Вы... Сколько вам лет?
- 7 С1: Мне 32, ой, 31.
- 8 С2: 24.
- 9 И: [пауза 10 с] Ну скажем так. Давайте сделаем,
- 10 **оставим пока вот эти две квоты** [женщины 16–24 года и 25–39 лет] **на вас.**
- 11 **На бонус. За хорошее, за хорошую работу. Ну, я же не зверь в конце концов! Да?**  
<...>
- 12 Чтоб вам проще было, целенаправленно ищите двух мужчин вашего возраста и
- 13 женщину уже моего. **Ну, мужчину, наверное, если уж совсем будет сложно,**
- 14 **можно какого-нибудь такого возраста, можно поймать около подъезда.**
- 15 Просто у него спросите, в какой он квартире живет. Но это уже на худой конец

Руководитель поля заинтересована, чтобы мы закончили свой маршрут в срок, поэтому идет на некоторые уступки в виде возможности изменения квот и опроса друг друга. В речи это легитимируется такими оборотами, как «*Ну я же не зверь, в конце концов!*», «*На бонус*», «*За хорошую работу*» (фрагмент 6, строка 11). При этом разрешение на подобную фальсификацию подается достаточно буднично и привычно, как прием, к которому прибегают «на худой конец» (фрагмент 6, строка 15). Важно отметить, что она не пытается понизить голос, чтобы не слышали другие сотрудники отдела, не меняет свои привычные интонации,

практически не подчеркивает, что на это можно пойти в самом крайнем случае. После такого заявления она становится практически лучшим другом для интервьюера, его сообщником, покровителем и заступником.

В этой ситуации есть и другая сторона. Руководитель поля старается всеми средствами облегчить не только, а, возможно, и не столько работу интервьюера, сколько свою работу, чтобы в последний день судорожно не искать того, кто бы добрал оставшиеся 1-2 анкеты. Так, в ответ на наши сомнения о невозможности закрыть какие-нибудь квоты, она размышляет в течение 10-30 секунд, обдумывает и предлагает варианты компромисса (фрагмент 6, строки 5, 6, 9).

Человек, задача которого должна заключаться в контроле качества полевых работ, фактически встает на сторону интервьюера. В этой ситуации самонадеянно думать, что интервьюер не будет отступать от правил. Он получает разрешение со стороны руководства на «законную» фальсификацию. Последняя становится полулегитимным способом проведения опроса, как минимум, на уровне полевого отдела компании.

Обращаясь к вопросу об индивидуальных практиках фальсификаций, нельзя не привести подробный разговор с постоянным интервьюером компании, которая легко согласилась уделить нам время, рассказала, причем весьма откровенно, о личном опыте и тонкостях своей работы. Встретить интервьюера и поговорить с ней/с ним в день нашего собеседования было сродни программе максимум всего эксперимента. Мы вышли вместе с интервьюером из офиса, представились. Сказали, что еще новички в этой профессии, при заполнении анкеты указали, что нам предпочтительнее проводить квартирные (и уличные) опросы, но руководитель полевого отдела настолько напугала нас, рассказав страшные истории о неадекватных респондентах, об избитых интервьюерах, что теперь, кажется, у нас просто опустились руки, а от изначального воодушевления не осталось и следа. *«Все ли так страшно? Как работают другие? И, главное, как много таких курьезов происходит непосредственно в вашей работе?»* После этих слов интервьюер предложила вовсе выйти из здания и отойти подальше, чтобы не пересечься с сотрудниками полевого отдела. Ей было необходимо закутить и, складывалось впечатление, что она явно настроена на продолжительный разговор. Возможно, ею руководило совершенно обыкновенное чувство солидарности, желание помочь совсем еще юным, не имеющим большого опыта сотрудникам, дать дельные советы о том, как оптимизировать свою работу. Однако свой рассказ она начала издали (мы приводили фрагмент, в котором интервьюер рассказывала, как пришла в профессию, как начинала работать и что побудило ее на время прервать свою работу).

Ранее, перед приходом в компанию, мы продумывали перечень вопросов, которые могли бы задать интервьюерам в случае, если бы удалось встретить их, побеседовать с ними, получить согласие на глубинное интервью. Предварительный план особенно интересующих вопросов получился следующим:

- *Как начал(-а) подделывать анкеты? Что привело к этому?*
- *Противоречит ли это этическим нормам и принципам?*
- *Понимает ли, что фактически нарушает трудовой договор, не выполняет трудовые обязанности?*
- *Если нет, почему? Если да, чем себя оправдывает?*

Мы несколько раз пожалели о том, что не спросили телефон у интервьюера, чтобы связаться с ней впоследствии. Тем не менее, даже короткая беседа с ней оказалась весьма содержательной. По сути, ее рассказ можно представить в качестве развернутых ответов на интересующие нас вопросы. Ее слова о том, как она начинала работать, как пришла к фальсификациям, и весь ее рассказ в целом служат своего рода оправданием ее действий, оправданием ее профессиональной нечестности.

### Фрагмент 7

Первые шаги к фальсификации «Разговор с постоянным интервьюером опросной компании», жен., ~40 лет (табл. 1, п. 3)

- 1 И: Начала кумекать, как это делают остальные, хотя я ни с кем близко не
- 2 сдружилась <...> как я предполагаю, **многие изощряются как могут: записывают**
- 3 **своих друзей, знакомых, знакомых знакомых, знакомых знакомых знакомых. Я**
- 4 **тоже так стала делать иногда, если, конечно, это когда-нибудь проверят, то**
- 5 **тогда, наверное, уволят, и будет стыд и позор.**

После неприятного опыта анкетирования (фрагмент 3, строка 10) интервьюер долго не могла вернуться к прежнему ремеслу (фрагмент 3, строка 12). Вернувшись, она не могла более работать в привычном для себя ключе, попробовала искать альтернативные пути, заинтересовалась тем, как проводят квартирные опросы другие интервьюеры. Несмотря на то, что наша собеседница не поддерживает дружеские отношения с коллегами и, скорее всего, редко пересекается с ними (как мы успели заметить, интервьюеры практически не появляются в компании), она, тем не менее, с уверенностью предполагает, что многие из них не всегда честно выполняют свою работу — опрашивают друзей, знакомых (фрагмент 7, строка 3). Несмотря на массовый характер фальсифицирования, интервьюер вовсе не признает это положительной практикой. Наоборот, она испытывает стыд за свои действия и тревогу за то, что об этом станет известно ее руководству, например, во время контроля поля.

### Фрагмент 8

Стратегии фальсификации интервьюеров «Разговор с постоянным интервьюером опросной компании», жен., ~ 40 лет (табл. 1, п. 3)

1. С1: А они разве не проверяют..?
2. И: Они проверяют, видимо, как-то по телефону <...> **Обязательно нужно брать**
3. **телефоны, ну, конечно, мобильные, все-всех предупредишь десять раз <...> Вот я**
4. **буквально недавно опрос делала, всех своих предупредила, звонили двоим, там,**
5. **девушке. Все, правда, не знаю, насколько строго они это контролируют,**
6. **опрашивали «Вы живете в таком-то районе» — «Да.» — «А к вам подходила**
7. **женщина?» — «Да.» — «А где вас опрашивали?» Да-да, то есть всех обзвонили, все**
8. **спросили, мои все ответили. Поэтому я стараюсь брать реквизиты максимально**
9. **приближенные, живущих в этом районе, но на соседней улице, не на той, а хотя**
10. **бы на соседней. У тех, у кого дети-школьники, например <...> Как остальные**
11. **изощряются, ребят, я не знаю. Я слышала о вещах, вплоть..., ну я не знаю, надо**
12. **просто такими артистами быть... Покупают где-то дешевые симкарты и телефоны,**

13. в Ашанах, подключают, куча контор работает, вставляют кучу симок в разные
14. телефоны, разными голосами, пишут анкеты, там, позовите Валентину (в
15. разговоре изменяет голос на очень тонкий) «Алле, я Валентина, мне 24 года,
16. меня опрашивали, да!» или там (делает голос намного грубее) «Алле,
17. здрасте, Мария Сергеевна, мне 57 лет, я там опрашивалась по такому-то
18. опросу!» Я бы так не рискнула, не рискнула, честно. <...>

Мы убедились, что интервьюер не имеет четкого структурированного представления, как и в какие сроки осуществляется контроль поля. По своему опыту она может судить лишь о том, что респондентам порой звонят на мобильные телефоны и осведомляются, принимали они или нет участие в опросе (фрагмент 8, строка 2), в связи с чем заранее предупреждает «опрошенных» о приближающейся проверке. В процессе проверки респондентам могут задавать вопросы о районе их проживания, о месте, где их опрашивали (фрагмент 8, строка 7), поэтому интервьюер, прибегая к некоторым искажениям данных, старается опрашивать людей, которые проживают в необходимом районе, примерно подходят по квотам. Как нам показалось, фальсификация вовсе не является нормой для нашего интервьюера: она оправдывает себя тем, что заполняет анкеты от имени реально существующих людей, сильно боится контроля (хотя работает далеко не первый год), неодобрительно и с опаской относится к совершенно невероятным и диковинным приемам фальсификации своих коллег, которые могут использовать множество мобильных телефонов и сим-карт, чтобы регистрировать фиктивные номера в анкетах, а затем при проверке изменять голоса, в зависимости от указанного в анкете пола, возраста (фрагмент 8, строка 11). После такого рассказа мы сочли нашу собеседницу вполне честной и совестливой по отношению к своим обязанностям.

### Фрагмент 9

Добросовестная фальсификация «Разговор с постоянным интервьюером опросной компании», жен., ~40 лет (табл. 1, п. 3)

1. И: Я вот так вот сейчас в данной ситуации пока прикидываю, если дадут эти улицы,
2. я, наверное, если будет более-менее нормальная погода, скорее всего пойду по
3. этим улицам, вдоль этих домов. Буду подходить к людям <...> Идешь прямо по
4. этим улицам, скверам, идешь «Вы здесь живете, в этом районе?» — «Да», там мама
5. и две девочки. — «Вы не ответите мне?», по дорожке пока идем. — «Да, давайте
6. встанем-ответим» — «Вот вам шоколадочка, только, знаете, меня могут проверить,
7. оставьте свой телефон». Только ведь и телефон могут не оставить, распинаешься-
9. распинаешься. Бывает, подарок оставишь, а телефон наврут какой-нибудь <...>
10. Попробуйте, может, район району рознь. Истории всякие рассказывают.

Хотя интервьюер практически напрямую говорит, что больше не ходит по квартирам и не анкетировать жильцов, она старается опрашивать людей во дворах, у подъездов, не заходя в сами дома (фрагмент 9, строка 3). По ее интонации мы понимаем, что такой подход к работе является не только добросовестным, но и в некоторой мере оптимальным (особенно когда у исполнителя присутствует страх, моральный барьер выполнять те или иные обязательства). Такой же добросовестности интервьюер считает правильным требовать и от респондентов, особенно когда оставляет им какое-либо вознаграждение (фрагмент 9, строка 9). Таким

образом, мы столкнулись с явлением «добросовестной» фальсификации: интервьюер не заполняет анкеты самостоятельно в произвольном порядке, но совершает обход по опрашиваемому району, обращается к людям на улице, частично интервьюирует их.

Еще одной индивидуальной практикой, к которой мы сами прибегали, является пропуск вопросов анкеты. Наши основные проблемы в поле были вызваны не отказами, или невозможностью попасть в подъезд, или грубостью со стороны потенциальных респондентов, а тяжелой для восприятия и очень долгой анкетой. Обстоятельное прохождение анкеты с соблюдением всех требований занимало 40–60 минут и было очень утомительным как для интервьюера, так и для респондента. Анкета состояла из 11 условных блоков (активность, благотворительность, проблемы, права человека, решение своих проблем/защита своих прав, роль государства, политика, законы, личное время, коммуникации, другие вопросы), включающих 68 содержательных вопросов и 8 вопросов демографического характера, изобиловала табличными вопросами, а закрытия на один вопрос могли достигать 20 пунктов (см. рис. 3).

- 9А. ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ КАКИЕ-ЛИБО МЕСТНЫЕ ИНИЦИАТИВНЫЕ ГРУППЫ, ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ВРЕМЕННОГО ИЛИ ПОСТОЯННОГО ХАРАКТЕРА, СОЗДАВАВШИЕСЯ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 2-3 ГОДА МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ В ВАШЕМ ГОРОДЕ, РАЙОНЕ? НАЗОВИТЕ ИХ, ПОЖАЛУЙСТА. А ЕЩЕ? А ЕЩЕ? (покажите КАРТОЧКУ 6, отметьте всё, что будет названо, в колонке А)
- 9В. В КАКИХ ИЗ ЭТИХ ИНИЦИАТИВ ВЫ СОСТОЯЛИ, ПРИНИМАЛИ УЧАСТИЕ В ИХ МЕРОПРИЯТИЯХ, АКЦИЯХ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 2-3 ГОДА? А ЕЩЕ? А ЕЩЕ? (покажите КАРТОЧКУ 6, отметьте всё, что будет названо, в колонке В)

А.	В.	
1	1	Сохранение культурного наследия, памятников архитектуры, городской среды, обустройству дворов, озеленению, борьбе с точечной застройкой и проч.
2	2	Товарищества собственников жилья, дачные кооперативы и проч.
3	3	Объединения по защите интересов различных социальных групп (женские, ветеранские, ЛГБТ-организации, инвалиды, мигранты, автомобилисты)
4	4	Правозащитные инициативы (юридическая помощь жертвам произвола властей, призванным, комитеты «солдатских матерей» и т.п.)
5	5	Профессиональные организации и ассоциации, профсоюзы
6	6	Группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.
7	7	Движения национально-патриотического толка
8	8	Наблюдатели на выборах
9	9	Местные отделения политических партий, общественно-политические организации, дискуссионные клубы, молодежные парламенты и проч.
10	10	Инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, учеников школ, детей-инвалидов)
11	11	Этнические объединения и общины, диаспоры, землячества, культурно-просветительские движения и т.п.
12	12	Церковные приходы, воскресные школы, религиозные общины
13	13	Объединения и клубы досугового характера (спортивные секции и клубы, туристические, охотничьи объединения, историческая реконструкция, собаководы, филателисты и проч.)
14	14	Благотворительные инициативы/акции (сбор денег/вещей бездомным, детским домам, пострадавшим, нуждающимся, бездомным животным, волонтерская помощь)
15	15	Антикоррупционные и прочие расследования
16	16	Экологические
17	17	Другие общественные организации (ЗАПИШИТЕ)
18	18	Неизвестны никакие гражданские инициативы --> ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ 11
	18	Не участвую ни в каких инициативах --> ПЕРЕЙДИТЕ К ВОПРОСУ 10С

(Вопросы 10А и 10В задаются только тем, кто участвовал в каких-либо инициативах: в вопросе 9В отмечен хотя бы один из кодов 1 - 17).

- 10А. КАК ВЫ УЗНАЛИ О ПОДОБНЫХ ИНИЦИАТИВАХ, КАК В ПЕРВЫЙ РАЗ ПРИШЛИ? МОЖЕТЕ ДАТЬ ДВА-ТРИ ОТВЕТА (Покажите КАРТОЧКУ 7, возможно несколько ответов)
- 1 Узнал от друзей, пришел вслед за друзьями или знакомыми
  - 2 Узнал из сообщений в СМИ и меня это заинтересовало
  - 3 Откликнулся на призыв в СМИ известных людей (актеров, писателей, общественных деятелей)
  - 4 Случайно попал на акцию, мероприятие организации и меня это заинтересовало
  - 5 Увидел информацию, прочитал обсуждение в социальных сетях
  - 6 Другое (ЗАПИШИТЕ) \_\_\_\_\_
  - 7 (НЕ ЗАЧИТЫВАЙТЕ) затрудняюсь ответить
- 10В. ПОЧЕМУ ВЫ УЧАСТВУЕТЕ В ЭТИХ ИНИЦИАТИВАХ? МОЖЕТЕ ДАТЬ ДВА-ТРИ ОТВЕТА (Покажите КАРТОЧКУ 8, возможно несколько ответов)
- 1 Из чувства долга перед обществом, «кто, если не я?»

Рисунок 3 - Фрагмент анкеты

Разговаривать по такой анкете — мука как для респондента, так и для интервьюера. Мы стали продумывать и сопоставлять наилучшие варианты и возможности фальсификаций еще перед первым выходом в поле. После первой и, пожалуй, единственной полностью взятой анкеты (женщина, 68 лет) уже более не задумывались над тем, что впоследствии будем существенно сокращать анкету, задавать вопросы выборочно, отдавая предпочтение тем, что легче сформулированы, соответственно, легче воспринимаются на слух. На вопросы, которые мы не задавали, планировали ответить самостоятельно чуть позже. Мы также приняли решение отказаться от карточек, фиксируя ответы по своему усмотрению или в случае возникновения трудностей, зачитывая некоторые из закрытий, чтобы тем самым не отнимать

времени ни у респондента, ни у себя. Второе интервью с женщиной 83 лет нам удалось взять, следуя данной схеме. Тем не менее, время интервью сократилось несущественно — до 30 минут. Кроме того, несмотря на наши попустительства, респондент по-прежнему устало осведомлялся, скоро ли закончится опрос, а мы как интервьюеры оставались совершенно бессильны и измотаны по окончании разговора. Опросив двух респондентов и сделав часовой перерыв в работе, мы решили прибегнуть к дополнительным манипуляциям - еле заметно отметили карандашом те вопросы в пустой анкете, которые показались нам наиболее понятными в силу сжатых формулировок и наименьшего количества закрытий. Ответы на остальные вопросы мы предполагали заполнить сами. Так нам удалось потратить заметно меньше времени во время второго захода, чтобы взять интервью у женщины 60 лет. Второй заход после перерыва был ознаменован большим количеством отказов. Кроме того, квоты в квотном задании заметно сокращались, а необходимые респонденты почти не встречались. Наконец мы позвонили в квартиру, где нам открыла женщина с подходящим для нас возрастом — 35 лет. Проблема заключалась лишь в том, что она совершенно не хотела тратить время на опрос и предложила нам заполнить анкету на свое усмотрение. Мы ответили, что могли бы пойти на это, но только при условии, если респондент поделится своими личными данными — оставит имя, отчество, контактный телефон и в случае контроля скажет, что ее опрашивали. Женщина охотно согласилась предоставить информацию о себе, быстро осведомилась о тематике опроса и также быстро распрощалась с нами. На этой ноте мы решили закончить наш опрос, ведь нам еще предстояло заполнить недостающие ответы на вопросы в двух последних анкетах. Эта процедура требует отдельного внимания: интересно отметить, что на нее мы потратили не меньше времени, чем на опрос самих жильцов. Обладая некоторыми знаниями о поле, возрасте, образовании, семейном статусе, профессиональной занятости, предприняли попытку идентифицировать себя с ними, предположили, насколько каждый из них может интересоваться современной социально-политической ситуацией в стране и своем городе, какие проблемы общественного и личного характера могут их волновать, как они чаще всего могут проводить свободное время и т.д. Интересно, насколько «правдива» информация, которую мы стараемся выдать за правду, насколько сильно различались бы ответы, сопоставь их с ответами на эти же вопросы реальных респондентов, и различались ли они вообще. Такое самостоятельное и одновременно «эмпатическое» заполнение анкеты дает отдельный повод для размышления и дальнейшего изучения. Что же касается длительности такого заполнения анкеты, здесь мы продолжали сетовать на сложные для восприятия вопросы, многочисленные закрытия, суть которых трудно было уловить, не говоря о том, чтобы запомнить.

Именно на сложность и длительность анкеты мы сделали упор при нашей встрече с руководителем поля при промежуточной передаче анкет. Оказалось, что наши ухищрения не такие уникальные. Супервайзер сразу поняла проблему и посоветовала перестать «проживать» вместе с респондентом анкету (фрагмент 10, строки 21-22). При таком подходе, по ее мнению, нельзя работать на подобных опросах, так как это тяжело морально и не позволяет заработать (фрагмент 10, строки 13-14).

### **Фрагмент 10**

Рассказ об отношении к анкете и способах быстрого прохождения анкеты из «Промежуточная передача анкет», руководитель полевых работ, жен., ≈45 лет (табл. 1, п. 5)

1. С1: В общем, на самом деле, самое сложное — это анкета. Потому что она реально,

2. там такие вопросы...
3. И: Девчонки, единственное, что...
4. С1: их никто не понимает.
5. И: Я могу вас сказать только одно. Если вам понравились квартирные опросы
6. и если вы их потом будете делать, то соответственно у вас потом изменится
7. немножко отношение к анкете. То есть вы уже просто не будете...
8. Вы сейчас просто на новенького, да? Вы в нее как бы вживаетесь,
9. вы ее через себя прогоняете.
10. С1: Да..
11. И: **После 50 анкеты вам будет абсолютно все равно, что там написано.**
12. Вы будете ходить делать анкеты, потому что вы зарабатываете деньги,
13. а не проживаете с каждым респондентом эту анкету. **Вот если вы будете делать так,**
14. **вы не сможете работать, вы не сможете заработать.** <...>. У нас интервьюеры,
15. которые вот такие уже матерые, да, которые уже просто не читают, а прыгают по анкете,
16. просто бегом. Бабушка еще не успела рот открыть, понимаете, а ей уже четыре вопроса,
17. уже пятый, уже, уже закончили практически, понимаете, то есть вот так ее.
18. С1: Это же тоже неправильно. А что тогда за ответы получите?
19. И: Нет. Я не говорю о том, что... А это вот просто так, по-быстрому, по-быстрому.
20. **А как? А по-другому никак.**
21. Я вас к этому, конечно, не призываю. Но я вам говорю к тому, что через какое-то время
22. вы перестанете ее проживать, либо не будете работать.

Она рассказала, что опытные интервьюеры тратят на подобные анкеты не больше 20 минут. Это достигается за счет быстрого проговаривания вопросов, жесткого контроля интервьюером за ходом интервью, постоянного возвращения респондента к анкетным вопросам, пресечения желания респондента дать развернутый ответ на вопрос или аргументировать свой ответ. Руководитель поля понимает неправильность такого способа интервьюирования: «Я вас к этому, конечно, не призываю» (фрагмент 10, строка 21), но не видит ему альтернативы в существующих условиях: «А как? А по-другому никак» (фрагмент 10, строка 20). В условиях маленьких сроков, низкой оплаты, сложной анкеты, общего негативного отношения к интервьюерам со стороны населения необходимо перестать «проживать с каждым респондентом эту анкету» и начать зарабатывать деньги, когда «абсолютно все равно, что там написано».

Еще одним способом снижения времени на анкету является работа в «режиме двух анкет». Для этого респонденту вместо карточек отдается одна анкета, он про себя читает вопросы и говорит номера ответов, которые заполняются интервьюером во второй анкете.

### Фрагмент 11

Прием работы в «режиме двух анкет» из «Окончательная передача сделанных анкет», руководитель полевых работ, жен., ≈ 45 лет (табл. 1, п. 6)

1. С1: Я к чему говорю, все равно у нас с ним получалось на полчаса, там, 20 минут
2. у нас ни разу не получилось. То есть основные претензии к анкете. Вот ты стоишь и

3. разговариваешь, поэтому хотелось бы какой-то пример такого быстрого.
4. С2: Вот вы в прошлый раз еще говорили такого быстрого. Проблема сама в анкете.
5. Мы вроде попытались ее быстрее, да. Там, быстрее проговаривать вопрос, но
6. настолько сложные формулировки, что вроде быстро прочитаешь и ничего не понятно.
7. И: И получается, что ты тратишь на это еще больше времени.
8. С2: Да.
9. И: Я с вами согласна, поэтому, **смотрите, как бы по большому счету**
10. **этого делать не совсем можно. Но я думаю, что наши интервьюеры,**
11. **которые тратят на анкету 20 минут, я думаю, что они именно так и делают.**
12. Это называется опрос в режиме двух анкет.
13. Когда ты даешь не карточку, а анкету. То чего мы не имеем права делать,
14. потому что там существует вопрос «отказ ответа, затрудняюсь ответить».
15. То есть мы, когда даем человеку анкету, мы ему уже умышленно как бы разрешаем
16. не подумать о возможных вариантах. <...> Ну проще же сказать затрудняюсь ответить,
17. а вы соответственно должны обвести то, что произнес респондент и получается,
18. что затрудняюсь ответить, затрудняюсь ответить и большая часть затрудняюсь ответить.
19. То есть вот поэтому мы настоятельно просим не работать в режиме двух анкет. <...>
20. **Девчонки, я сама работала интервьюером. Я работала в режиме двух анкет.**
21. **Это намного быстрее <...> Единственное, нужно их как-то...**
22. чтобы «затрудняюсь ответить» было меньше.

Руководитель поля, несмотря на вступительную фразу «по большому счету этого делать не совсем можно» (фрагмент 11, строки 9-10), подробно описала процесс работы в «режиме двух анкет», указала на его преимущества и недостатки. Преимущества — сокращение времени прохождения анкеты; недостатки — большое число «затрудняюсь ответить». Более того, предположила, что большинство опытных интервьюеров работают именно так (фрагмент 11, строки 10-11). Призналась, что сама работала в таком режиме, когда была интервьюером (фрагмент 11, строка 20). С одной стороны, она понимает, что таким образом нарушается методика, с другой — собственный опыт интервьюирования говорит о практиках повышения производительности. Кроме того, она фактически легитимирует эту практику при условии некритичного числа ответов «затрудняюсь ответить» (фрагмент 11, строки 16-18, 21-22).

Последние 5 анкет мы фальсифицировали, опросив знакомых. Чтобы не показаться подозрительными, мы придумали историю о том, как опросили последних двух респондентов. Согласно легенде, мы решили попросить предпоследнюю респондентку порекомендовать нам мужчину среднего возраста. И на наше счастье таким мужчиной оказался ее сосед (фрагмент 12, строки 1-5).

## Фрагмент 12

Повторный опрос респондентов из «Окончательная передача сделанных анкет», руководитель полевых работ, жен., ~45 лет (табл. 1, п. 6)

1. С1: Нам так повезло, на самом деле! У нас там так получилось, что в конце последняя
2. там была девушка, которая нам подходит, у нее спросили <...>

3. «Вы не знаете, кто у вас есть соседи? Нам просто нужно, у нас последний оставался, там,
4. мужчина 35–40 лет. Может быть, у вас есть здесь знакомые такие». Она говорит: «Да, вот
5. рядом живет». И она позвонила...
6. И: Ну на самом деле **наши тетки** так и работают. **И потом же их берут на заметку**
7. **и там через несколько опросов к ним возвращаются.** То есть как-то так.

Руководитель поля не удивилась нашей истории, наоборот, отметила, что подобная практика существует у интервьюеров, когда они возвращаются в тот же дом через несколько опросов (фрагмент 12, строки 6-7). Об этой практике нам ничего не известно. Мы никогда не предполагали, что в опросы попадают одни и те же дома на протяжении многих лет, пусть и не в каждый опрос а «через несколько опросов». Однако это представляется логичным, если интервьюеры могут выбирать себе начальные точки. Эту практику поддерживают сами сотрудники полевого отдела, похоже, не считая ее неправильной. Таким образом, вместо случайного отбора респондентов мы по факту имеем многолетнюю панель.

Стоит оговориться, что подробно об этой практике мы не расспрашивали и не знаем, насколько она распространена среди интервьюеров компании и принимаема полевым руководством. Мы отнесли ее к индивидуальному уровню фальсификаций, но если руководство знает и поощряет такую практику, то она скорее восходит к институциональному уровню. Также до конца осталось не ясным, опрашивают ли интервьюеры тех же самых респондентов или просят их порекомендовать своих знакомых. Безусловно, повторное обращение к респондентам позволяет значительно увеличить достижимость и снизить уровень трудозатрат.

### Легитимация фальсификаций

На собственном опыте мы убедились, что в день можно брать не больше 5 анкет. Один из интервьюеров компании за 2 выходных дня взяла 24 анкеты и собиралась приехать за дополнительной партией. За эти же 2 дня, фальсифицируя, мы взяли только 7 анкет. При этом руководитель поля хорошо понимает, что качественно сделать «много не получается» (фрагмент 13, строка 14).

### Фрагмент 13

Повторный опрос респондентов из «Окончательная передача сделанных анкет», руководитель полевых работ, жен., ~45 лет (табл. 1, п. 6)

1. С2: Просто есть такие, которые берут по несколько участков опрашивать, уже у них
2. настолько качества...
3. С1: да, профессиональные...
4. С2: Сколько, допустим, нам нужно проработать, сколько сходить
5. нам по квартирам, чтобы...
6. И: Можно со второго раза научиться, можно с первого раза научиться делать
7. сразу по 3–4 участка. Только когда [sensored] прозванивает, и когда я открываю анкету,

8. мне сразу все понятно.
9. С1: Не, ну мы же говорим про нормальную все-таки...
10. И: Поэтому я вам сказала, что вы очень хорошо отработали.
11. С1: Вот поэтому мы и говорим, что...Лена спросила, что те, которые нормально работают,
12. не поддельывают, а нормально, и много при этом делают,
13. как они работают, чтобы мы понимали?
14. И: **Чтобы сделать нормально, много не получается.**
15. Что вы хотите, чтобы я вам сказала? Мне кажется, я уже и так столько сказала,
16. что уже можно было давно понять. **Есть люди, которых мы периодически штрафуем,**
17. **но за счет того, что у нас очень мало квартирников...квартирниц...**
18. **нам приходится к людям обращаться. А потом приходится их штрафовать.**
19. **Это самое ужасное.** Я не хотела говорить это вслух, но тем не менее,
20. **потому что иногда мы сами создаем людям такие условия,**
21. **чтобы они где-то как-то лукавили, но это очень сильно видно, понимаете?**

Она сама работала интервьюером и хорошо понимает (без всяких иллюзий), что интервьюеры, берущие в день больше 10 анкет, тем или иным способом нарушают правила интервьюирования. И в подобных условиях нарушения в методике опроса даже не воспринимаются как фальсификации. Недопустимым нарушением в полевом отделе провозглашается только фабрикация<sup>3</sup> интервью, когда интервьюер сам заполняет анкеты, никого не опрашивая. И даже в этом случае руководитель поля находит оправдание такому поведению «иногда мы сами создаем людям такие условия, чтобы они где-то как-то лукавили» (фрагмент 13, строки 20-21). При этом она осознает, насколько порочна практика повторного привлечения пойманных на фабрикации интервьюеров (фрагмент 13, строки 16-19).

В этой ситуации происходит стереотипизация поквартирных опросов как невыгодных, тяжелых, трудоемких и к тому же опасных для интервьюеров. Нам на каждой встрече транслировали установку о том, что поквартирные опросы — это прошлый век, и «все приличные компании давно ушли от квартирников и обзавелись САТІ-студиями!». Сами сотрудники полевого отдела крайне негативно относятся к этому виду опроса. Невозможность обеспечить качественный сбор информации при имеющихся объемах, сроках и ценах привел к конструированию некоего образа врага в виде самой технологии.

В профессиональных сообществах часто говорят, что проблема сводится к низкой стоимости анкеты при поквартирных опросах. Эту же линию воспроизвела и руководитель поля (фрагмент 14, строки 3-4).

#### Фрагмент 14

Стоимость анкеты при поквартирном опросе из «Окончательная передача сделанных анкет», руководитель полевых работ, жен., ~45 лет (табл. 1, п. 6)

- 1 И: Просто другое дело, что такая анкета, понятное дело,

<sup>3</sup> Вслед за В. Власовым (Вокруг плагиата // Медицинская газета. 2007. №41) мы разделяем понятия фальсификации и фабрикации. К фальсификации мы относим случаи, когда интервьюер опрашивает реальных респондентов, но, например, пропускает какие-то вопросы, который потом сам дописывает. К фабрикации — случаи, когда интервьюер сам заполняет анкету, никого не опрашивая. Фабрикация всегда намеренная, а фальсификация может быть и не намеренная (например, случайно обвели не тот ответ).

- 2 по-другому должна оплачиваться и тогда эти 30 минут они будут оправданы.
- 3 **В любом случае весь вопрос не в том, что анкета длинная,**
- 4 **а в том, что она мало оплачивается**

С нашей точки зрения, такая постановка проблемы не совсем верна. Вопросы оплаты труда интервьюеров, безусловно, важные, но не определяющие. При отсутствии соответствующего контроля за работой интервьюеров со стороны полевых отделов и самого заказчика, правильного обучения интервьюеров, инструктажа как по анкете, так и по исследованию фальсификации в том или ином виде будут продолжаться. Сведение такой сложной проблемы к деньгам — это еще одна из форм оправдания фальсификаций и фабрикаций.

Сложно поверить, что о фальсификациях знают только сотрудники полевых отделов опросных компаний. Однако в России поквартирные опросы по-прежнему остаются лидерами среди опросных технологий. В мире же отказываются от поквартирных опросов и переходят на более технологичные автоматизированные телефонные (ACATI<sup>4</sup>, или личные опросы (ACASI-опросы<sup>5</sup>), онлайн интервью, позволяющие в автоматическом режиме собирать параданные, значительно снижающие масштабы фальсификаций и практически исключаящие фабрикацию.

## Заключение

Мы предприняли попытку взглянуть на работу полевого отдела опросной компании «изнутри», посмотреть на работу интервьюеров, на некоторое время примерив на себя их функции и обязанности. Методическая организация работы интервьюеров (в том числе групповые инструктажи, тренинги) практически отсутствует и выражается лишь в отрывочных правилах, появляющихся от случая к случаю, а условия, в которые руководство ставит интервьюеров, подчас сродни условиям чернорабочих. Интервьюеры никак не включены в процесс работы компании, не ощущают себя полноправными сотрудниками. Руководство не заботится о них (о чем свидетельствуют минимальное денежное вознаграждение и отсутствие заинтересованности в поддержании и повышении квалификации), а они, в свою очередь, лишены регулярных контактов с коллегами, предоставлены сами себе, в связи с чем вынуждены использовать собственные техники организации и оптимизации труда. При полной исключенности из работы опросной компании интервьюеры создают собственные практики и правила поведения, основанные на фальсификациях и фабрикациях (в чем мы убедились на собственном опыте проведения опросов). Наряду с этим они обладают большей компетенцией в вопросах коммуникации в ситуации реального интервью, нежели заказчик или исследователь, никогда напрямую не контактировавшие с респондентом. Более того, важные вопросы с точки зрения методологии проведения поквартирных опросов отдаются на откуп интервьюеру: выбор начальной точки маршрута, фиксация параданных, манера поведения при интервью, интерпретация вопросов, интерпретация целей и задач исследования. Сложно требовать от интервьюеров лояльности и соблюдения профессиональной этики в условиях, когда сами опросные компании не желают или не видят смысла вкладываться в своих интервьюеров, обучать их. Руководство опросной компании не

<sup>4</sup> ACATI — Audio Computer-Assisted Telephone Interview.

<sup>5</sup> ACASI - Audio Computer-Assisted Self Interview

только не включает интервьюеров в процесс разработки исследования, но даже не желает прислушиваться к их мнению относительно анкеты или прохождения маршрута. Большого урона профессиональной этике трудно себе представить.

#### Литература

- 1 American Association for Public Opinion Research (AAPOR). Interviewer falsification in survey research: Current best methods for prevention, detection and repair of its effects // Paper presented at Ann Arbor Falsification Summit on Interviewer Falsification. Retrieved 2010. 26 March. [Online] <<http://www.amstat.org/sections/srms/falsification.pdf>> [Date of access] 14.04.2014.
- 2 Brannan, M., Pearson, G., Worthington, F. Ethnographies of work and the work of ethnography // *Ethnography*. 2007. Vol. 8. No. 4. P. 395–402.
- 3 DeWalt, K. M., DeWalt, B. R., Wayland, C. B. Participant observation // *Handbook of methods in cultural anthropology* / Ed. by H. R. Bernard. Lanham, ML: AltaMira Press, 1998. P. 259–299.
- 4 Emerson, R.M., Fretz, R.I., & Shaw, L.L. Participant observation and fieldnotes // *Handbook of ethnography* / Ed. by P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland, L. Lofland. London: Sage, 2001. P. 356–357.
- 5 *Ethnography: Set of 4 volumes. Vol. 1* / Ed. by A. Bryman. London: Sage, 2001.
- 6 Fanelli, D. How many scientists fabricate and falsify research? Systematic review and meta-analysis of survey data // *PLoS ONE*. 2009. No.4. [Online] <<http://www.plosone.org/article/info:doi/10.1371/journal.pone.0005738>> [Date of access] 14.04.2014.
- 7 Forsey, M.G. Ethnography as participant listening // *Ethnography*. 2010. Vol. 11. No. 4. P. 558–572.
- 8 Gillham, B. *Observation techniques: structured to unstructured*. New York: Continuum, 2008.
- 9 Hodson, R. A Meta-analysis of workplace ethnographies: race, gender, and employee attitudes and behaviors // *Journal of Contemporary Ethnography*. 2004. № 5. P. 4–38.
- 10 Kiecker, P., Nelson, J.E. Do interviewers follow telephone survey instructions? // *Journal of the Market Research Society*. 1996. Vol. 38. No. 2. P. 161–178.
- 11 Lavrakas, P.J. Presidential address: Applying a total error perspective for improving research quality in the social, behavioral, and marketing sciences // *Public Opinion Quarterly*. 2013. Vol. 77. No. 3. P. 831–850.
- 12 11. Marvasti, A. B. *Qualitative research in sociology: Introduction* / Marvasti Amir B. – L. : SAGE Publications, 2004. – 160 p.
- 13 Roth, J.A. Hired hand research // *American Sociologist*. 1966. Vol. 1. No. 4. P. 190–196.
- 14 Roth, J.A. Dissident views of sociological craft // *Australian and New Zealand Journal of Sociology*. 1973. Vol. 9. No. 3. P. 3–10.
- 15 Zimmerman, D.H., Wieder, D.L. The diary: diary-interview method // *Journal of Contemporary Ethnography*. 1977. Vol. 5. No. 4. P. 479–498.

- 16 Бурлуцкая М.Г., Петрова Л.Е. Стандартизированное интервью: проблемы организации // Социологические исследования. 1997. № 10. С. 131–137.
- 17 Журавлева И.В. Особенности интервью как разновидности метода опроса // Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн.1. Социологический опрос. Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. — М: Наука, 1990. С. 125–149.
- 18 Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В.Г. Андреенкова, О.М. Масловой: в 2-х кн. М.: Наука, 1990.
- 19 Мягков, А.Ю. Уровень искренности ответов респондентов на социально-демографические вопросы анкеты // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2001. № 1. С. 41–46.
- 20 Мягков, А.Ю. Вопросы методики стимулирования искренних ответов в социологическом опросе // Социология 4М: Методология, методы, математическое моделирование. 2002. № 15. С. 53–70.
- 21 Мягков, А.Ю. Искренность респондентов: концептуальный анализ // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2004. № 3. С. 22–29.
- 22 Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии / Пер. с нем. М.И. Зайцевой, Л.Н. Крючковой; Общ. ред., вступ. и закл. ст. Н.С. Мансурова. 2-е изд. М.: Изд-во «Ава-Экстра», 1993.
- 23 Приказ Росстата «Об утверждении документов Всероссийской переписи населения 2010 года»: Приказ Росстата от 23.03.2010 (ред. от 10.08.2010). № 128. [Электронный ресурс] <<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=483402>> [Дата обращения] 14.04.14.
- 24 Сапонов, Д.И. Мобильные опросы в социологических исследованиях // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 4. С. 24–37.
- 25 Сапонов, Д.И. Мобильные опросы: влияние способа сбора данных на результат // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 1. С. 45–51.