МАТЕРИАЛЫ V СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ГРУШИНСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

Д.М. Рогозин
А.А. Ипатова

НАСКОЛЬКО РАЗУМНА НАША ВЕРА В РЕЗУЛЬТАТЫ «БУМАЖНЫХ» КВАРТИРНЫХ ОПРОСОВ?

Москва 2015

УДК 303.425.6(73)
ББК 60.5
И76

Рогозин Д.М., Ипатова А.А.
Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных
И76 опросов? М.: Радуга, 2015. — 124 с.

ISBN 978-5-905485-79-4

В монографии представлены результаты методических экспериментальных планов по контролю качества опросов, проводимых по месту жительства на бумажных анкетах ведущими российскими социологическими и маркетинговыми компаниями. Даже у лидеров исследовательского рынка обнаружен чрезвычайно низкий уровень корректно заполненных бланков анкет. Работа интервьюеров, проводящих стандартизированные интервью, представляет отдельный мир, который остался за рамками научных исследований. Фабрикации и фальсификации, допускаемые в опросах, отражают особую профессиональную культуру, сложившуюся в России за последние 20 лет. Детальное описание и анализ культурных норм и реальных практик полевых отделов опросных компаний составляют предмет монографии.

Для специалистов в области опросов общественного мнения, студентов, аспирантов и преподавателей по социологическим и маркетинговым специальностям.

УДК 303.425.6(73)
ББК 60.5

ISBN 978-5-905485-79-4

© Д.М. Рогозин, А.А. Ипатова, 2015
© Материалы V социологической Грушинской конференции, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 4

От авторов 6

Введение 12

Глава 1. Интервьюер в законе, или методическая (не)устойчивость массового опроса 16

Глава 2. Открытость данных, или что можно найти в полевой документации по проекту 28

Глава 3. Хождение по маршрутам, или где живут респонденты 43

Глава 4. Дважды в одну реку, или (не)достижимость на маршруте 66

Глава 5. Тайный интервьюер, или как мы пошли работать в опросную компанию 88

Заключение 113

Литература 119

ПРЕДИСЛОВИЕ

Опросы общественного мнения в России (тогда СССР) ведут свой отсчёт с конца 1950-х годов. Первая всесоюзная сеть интервьюеров, нацеленная на *регулярные* массовые опросы, была сформирована в 1988–1990 годах Борисом Андреевичем Грушиным, заместителем директора Всесоюзного центра исследования общественного мнения. Позднее эта сеть дала начало многим региональным и национальным (в республиках бывшего СССР, ставших новыми независимыми государствами) центрам, некоторые из них работают и по сей день, а в России — легла в основу существующей и в настоящее время опросной сети ВЦИОМа. В дальнейшем собственная сеть появилась у Фонда «Общественное мнение» (1993–1995 годы) и у «Левада-центра» (2003–2004 годы). Приход в Россию глобальных игроков — в лице компаний GfK, Ipsos, Synnovate, TNS и других — также стимулировал развитие рынка, но с какого-то момента новые сети перестали создаваться. Скорее новые компании, обосновавшиеся в Москве, формировали свои сети на базе сложившихся региональных центров, изредка дополняя их вновь образованными бригадами интервьюеров в некоторых особо важных — либо, напротив, особо пустынных и слабых, с точки зрения наличия местных исследователей, — городах и регионах.

К сегодняшнему дню в нашей стране сложился континуум нескольких взаимно пересекающихся слабо формализованных сетей, перерабатывающих основную часть запросов на полевые исследования со стороны московских и глобальных штаб-квартир (в стороне от него, возможно, стоит — но и это не факт — только сеть интервьюеров таинственной и почти не проницаемой для внешнего взгляда Федеральной службы охраны). Точками пересечения различных сетей являются и сами интервьюеры (для них работать на разные компании — совсем не редкость), и бригадиры, продающие свои услуги различным заказчикам, и наконец, региональные компании-подрядчики. Предлагаемая книга изучает на практике работу одного из сегментов этого континуума, причём относительно небольшого — московской сети интервьюеров неназванной службы опросов общественного мнения. Но рискну предположить, что детальное изучение других сегментов даст не меньше открытий, местами печальных, местами волнующих, но всегда — сильно корректирующих уже устоявшееся в профессиональной среде понимание того, как именно проводятся на практике массовые опросы.

Вскрытые Дмитрием Рогозиным и его коллегами факты могут интерпретироваться в целом ряде направлений. Во-первых, а не пришла ли пора отказаться от квартирных опросов как основного и наиболее распространённого метода исследования в связи с растущим числом выявляемых проблем с качеством его практической реализации?

Во-вторых, если отказаться от «квартирников» мы не готовы, то не следует ли тем службам, которые намерены по-прежнему делать на них ставку, модернизировать средства контроля — как минимум оснастив интервьюеров планшетами/смартфонами, чьи возможности по записи интервью и контролю маршрутов заведомо превосходят все имеющиеся в руках руководителя «бумажных» опросов?

В-третьих, если не модернизировать саму технологию квартирных опросов, то как мотивировать опросные службы по-настоящему, а не «для галочки» работать над повышением качества полевых процедур, ныне, как показывает исследование, весьма далёких даже не от идеала, а от средней, но крепкой нормы?

Все эти вопросы должны быть серьёзно и откровенно обсуждены в профессиональном кругу. Если такой дискуссии не возникнет на наших площадках, она неизбежно — и скорее раньше, чем позже, — начнётся у непрофессионалов, благо претензий к научным опросам как методу и без того хватает. Именно поэтому мы публикуем острый, в чём-то провокационный материал в качестве «затравки» для очередной, V Грушинской конференции — главного научно-практического события 2015 года в сфере российской прикладной социологии. Рассчитываем на продолжение разговора на самой конференции и после неё. Уверены, что заинтересованный, но корректный и профессиональный разговор на эти темы поможет нашему сообществу сделать важный шаг в направлении повышения качества собираемых данных, а российскому обществу в целом даст новые основания доверять тем, кто изучает его мнение.

Валерий Федоров,
генеральный директор ВЦИОМ

ОТ АВТОРОВ

Замысел этой книги возник спонтанно. Мы не раз задумывались над особенностями труда интервьюеров, однако пойти дальше общих рассуждений и сетований не удавалось. Но весной 2013 года перед Лабораторией методологии федеративных исследований руководством Института социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ была поставлена задача провести общенациональный репрезентативный опрос в рамках исследования демографического, социального и экономического поведения взрослого населения России. Планировалось опросить 9500 респондентов в возрасте 18 лет и старше по всем регионам РФ (исключая малонаселённые районы Крайнего Севера и Дальнего Востока, а также некоторые территории Северного Кавказа).

Про инструментарий необходимо сказать отдельно. Анкета имеет чрезвычайно сложную структуру: состоит из нескольких блоков, каждый из них со своими вопросами-фильтрами разделяется на разные ветки в зависимости от возраста и социального статуса респондента. Несмотря на ужасающее количество вопросов (намного более 300, если правильно подсчитывать табличные), средняя продолжительность её заполнения, выявленная на двух этапах тестирования, составила 66 минут.

Наша лаборатория сама контролировала и анализировала пилотаж разработанной анкеты в Москве. На пилотаже работали два профессиональных высококвалифицированных интервьюера, женщины старше 60 лет, стаж работы каждой — более 10 лет. Как и при любом когнитивном тестировании, все интервью записывались на диктофон, а позже детально анализировались. Кроме того, при каждом интервьюере находился наблюдатель (сотрудник лаборатории). В отдельном бланке он фиксировал наиболее значимые кейсы (интересные и яркие ситуации, сопровождающиеся визуальными и эмоциональными реакциями, которые не всегда могут быть отражены в аудиозаписи). Несмотря на наши рекомендации значительно сократить и упростить анкету, переработать её блоки и частично её структуру (особенно это касалось переходов), каких-либо серьёзных изменений анкета не претерпела. Осознавая все риски (самозаполнение анкет, большое число отказов и прерванных интервью и прочие), мы, тем не менее, запустили анкету в поле. Сбор эмпирической информации по месту жительства респондентов с использованием разработанного инструментария был передан одной из крупнейших опросных компаний, раскрывать название которой в связи с обнаруженными при анализе фактами мы не видим смысла. Каких-либо существенных опасений на переговорах высказано не было: ни сложная анкета, ни строгость маршрутной выборки не вызвали возражений. Получив

на все требования безусловное согласие, мы запустили исследование. Опрос проведён в августе-сентябре 2013 года, данные окончательно получены в октябре. По предварительной договорённости с опросной компанией мы имели доступ к полевой документации, кроме того нам были отданы почти все заполненные анкеты (или их сканы от региональных партнёров) и маршрутные листы по всем регионам. Стоит сразу сказать, что в целях обеспечения неразглашения информации третьим лицам связующее звено между этими документами отсутствовало: в маршрутном листе не было телефонов респондента, а на анкетах не было никаких данных о пройденном маршруте или адресе респондента. В анкете были указаны только фамилия интервьюера, место, дата и время опроса, его продолжительность, номер анкеты в базе. Нам были предоставлены два массива — «чистый», с осуществлённым перевзвешиванием и редактурой, и «грязный» — изначальный массив до внесения любых правок. Имея на руках эту документацию, трудно было удержаться, чтобы не затеять какой-либо экспериментальный план. Так и началась работа, теперь уже методическая.

Мы не ставили перед собой задачу искать фальсификации, фабрикации или другие нарушения, связанные с полевым этапом, более того, изначально всё внимание было сосредоточено на полученных распределениях. Во-первых, данные опроса не противоречили данным Росстата (буквально полностью воспроизводили распределения по многим перекрёстным группам, например, доля занятых, проживающих в городах-миллионниках, в региональном разрезе), и, во-вторых, существовал определённый уровень доверия к опросной компании. Важно отметить, что первые нестыковки и методические недоразумения были обнаружены чуть ли не случайно при просмотре, а потом уже при анализе маршрутных листов по Москве. Дальнейшее изложение сосредоточено только на московской выборке (по разным данным, она составила от 770 до 804 человек). Это связано, во-первых, с территориальной близостью, то есть доступностью респондентов и адресов. Во-вторых, выборка по Москве представлена в отчёте весьма последовательно. В-третьих, именно в Москве опросная компания проводила полевую работу силами своих интервьюеров, без подрядчиков и региональных партнёров, и мы присутствовали на инструктаже интервьюеров.

Уже к декабрю 2013 года у сотрудников лаборатории, анализирующих данные, накопились вопросы к массиву и методическому отчёту, предоставленному опросной компанией. Было принято решение вынести обсуждение основных затруднений на встречу Методического цеха — неформального сообщества методистов, в которое кроме нас входили сотрудники Фонда «Общественное мнение» и АНО «Социальная валидация». С декабря 2013 года по апрель 2014-го в ходе многократных обсуждений основных методических проблем, разработки и запуска экспериментальных планов

и этнографических наблюдений собраны значительные по объёму аналитические материалы. Работа завершилась написанием нескольких статей и настоящей монографии.

Монография состоит из пяти частей, которые логически повторяют все этапы опроса. Вначале мы решили позвонить респондентам по указанным в маршрутных листах адресам. Мы смогли дозвониться до некоторых квартир, указанных на маршруте, но респондентов там не нашли. Было принято решение разработать экспериментальный план, который заключался в том, чтобы пройти по указанному маршруту и дойти до самих респондентов. Наша коллега, Надежда Галиева, в новогодние праздники прошла по двум маршрутам. Она смогла переговорить с жителями указанных в качестве опрошенных квартир, а также с их соседями и не нашла ни одного респондента. В результате появилась первая статья в цикле по фальсификации: Д. М. Рогозин, Н. И. Галиева «Методическая неустойчивость массового опроса», опубликованная в журнале «Полития» за 2014 год. Статья легла в основу первой главы, представленной в монографии.

Далее было принято решение проанализировать выборку по Москве, попавшие в неё административные округа и районы, все адреса и маршруты по всем имеющимся у нас источникам. После того, как был обнаружен несуществующий дом, мы отдельно проверяли наличие всех включённых в выборку домов на карте Москвы. На этом материале подготовлена вторая статья: А. А. Ипатова «Насколько разумна наша вера в результаты опросов, или нарушение исследовательской этики в социологических исследованиях», вышедшая в третьем номере «Мониторинга общественного мнения» за 2014 год. Переработанный вариант этой статьи сформировал вторую главу монографии.

Третья глава логически продолжает анализ полевой документации, описывая новый экспериментальный план. Мы не просто проходили маршрут в поиске респондентов, а фиксировали и проверяли все обращения, указанные в маршрутных листах интервьюерами опросной компании. Задача состояла в оценке уровня достижимости и усилий, которые затрачивали интервьюеры для опроса нужного количества респондентов, попавших в маршрутную выборку. Вновь обнаружились массовые фальсификации и фабрикации, но мы упорно продолжали проходить маршруты в надежде отыскать реально опрошенных людей по указанным в маршрутных листах адресам, для чего отобрали наиболее «чистые» по всей документации маршруты и повторили их. Процесс отбора чистых маршрутов, а также их анализ и результаты повторных обращений подробно изложены в третьей главе. Здесь следует лишь отметить, что, безусловно, можно списать тотальное отсутствие проживающих по указанным квартирам людей с отмеченными интервьюером социально-демографическими характеристиками на давность

опроса (прошло уже полгода), забывчивость или лукавство респондентов, найти какие-то иные причины. Но, если мы опираемся на данные опросов как некоторый устойчивый во времени массив, мы должны обнаруживать хотя бы некоторые следы от опросной деятельности не только в первые дни после завершения опроса, но и месяцы, если не годы спустя. При всей изменчивости социального мира он не настолько динамичен, чтобы вместо молодого мужчины с женой и двумя детьми в квартире оказывалась одинокая пожилая женщина, а жилой дом трансформировался в торговый центр.

Львиная доля полевой работы на этом этапе проделана Еленой Вьюговской, которая повторила пять маршрутов интервьюеров опросной компании, фиксируя все сложности, связанные с (не)достижимостью респондентов. Именно эти материалы и полевой дневник, тщательно заполняемый во время полевого этапа, легли в основу четвёртой главы.

Наконец, пятая глава представляет результаты третьего экспериментального плана, в чём-то амбициозного и даже дерзкого, когда две наши коллеги, Надежда Галиева и Елена Вьюговская, устроились работать в другую ведущую российскую опросную компанию интервьюерами для проведения поквартирных опросов (название этой компании мы также не будем раскрывать). Задача состояла в том, чтобы понять, насколько фабрикации и фальсификации закреплены на институциональном уровне, что происходит внутри самой опросной «машины», как организована методическая работа с интервьюерами и каков статус этих работников. Слишком нереальными с точки зрения методической логики представлялись данные предыдущего анализа. Открылось так много фабрикаций, что трудно было поверить и принять эту данность. По результатам работы также написана статья: Е. В. Вьюговская, Н. И. Галиева, Д. М. Рогозин «Этнография “бумажных” квартирных опросов». Она опубликована в пятом номере «Мониторинга общественного мнения» за 2014 год.

Огромную благодарность за первоначальный толчок к теме и бесценную помощь в формулировках проблемных методических мест в опросной технологии авторы выражают своим коллегам — сотрудникам Лаборатории методологии федеративных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте РФ — Е. М. Авраамовой, А. Бурдяк, Е. Гришиной, М. К. Кирилловой, Л. Г. Рагозиной, А. Тындик, Ю. Б. Чумаковой. Директор института Т. М. Малева увидела в нашей команде методистов, которые способны поставить вопрос о качестве исследования, открыв тем самым кредит доверия на порой чрезвычайно авантюрные методические предприятия. Без её поддержки, внимательного отношения к методической стороне исследования у нас, наверное, не хватило бы духу даже начать эту работу.

Н. И. Галиева и Е. В. Вьюговская провели колоссальную полевую работу и последующую аналитическую обработку данных, а также предоста-

вили тексты полевого дневника. Кроме того, они взяли на себя полевую часть экспериментального плана по выявлению институциональных фальсификаций — устроились в опросную компанию. Их наблюдательность и самоотверженность сыграли решающую роль в реализации задуманного. К. М. Мануильская, Т. Э. Османов, Д. И. Сапонов поддерживали нас на протяжении всей методической затеи. Первоначальный скепсис, сменившийся заинтересованным участием в проработке оптики наблюдения, позволил лучше разобраться в перипетиях труда интервьюера, оценить собственную включённость в фабрикации.

Авторы выражают благодарность В. В. Фёдорову, А. А. Ослону, Б. З. Докторову, П. К. Залесскому, Н. А. Романович и А. Л. Романович за помощь при обсуждении методических вопросов. Интерес к теме, вопросы, подталкивающие к размышлениям, доброжелательная критика способствовали развитию нашей методической авантюры. Мы поблагодарны также Т. В. Насоновой, руководителю полевого отдела, и двум интервьюерам Фонда «Общественное мнение» — Р. И. Голубничей и Г. В. Дягилевой — за высокий профессионализм при проведении пилотажа анкет.

Важную, если не решающую роль в подготовке данного исследования сыграли библиотеки Шанинки и Высшей школы экономики. Библиотека Шанинки — ресурс, переоценить который практически невозможно. Электронные ресурсы НИУ ВШЭ — уникальная база данных, пожалуй, лучшая в России по собранной коллекции гуманитарных наук, доступ к которой помогает быть в курсе современных работ зарубежных коллег. Кроме библиотечных ресурсов Высшая школа экономики предоставила и неоценимую дискуссионную площадку. В рамках годового курса «История и методы исследования культуры» в 2013/2014 учебном году нами был прочитан раздел «Методология исследовательского интервью», в том числе основанный на результатах, описанных в первой и второй главах настоящей работы. Мы благодарны руководителю отделения культурологии факультета философии НИУ ВШЭ В. А. Куренному и студентам магистратуры первого года обучения, включившимся в обсуждение перипетий полевой работы.

Издание монографии стало возможным благодаря возрастающему с каждым годом интересу ВЦИОМа к методическим вопросам. Регулярные грушинские конференции, книжная серия, профессиональный журнал, исследовательские конкурсы и зимняя школа по опросным технологиям — уже этого списка достаточно, чтобы отнести компанию к ведущим методологическим центрам. Но руководство и коллектив не останавливаются на достигнутом, и мы уверены, что впереди нас ждут не менее интригующие и сложные организационные и содержательные инновации в области методологии социальных обследований. Настоящая монография — один из кирпичиков в строительстве методологически фундированного здания опросов. Мы при-

знательны В. В. Федорову и Н. Н. Седовой за организационную поддержку её выхода в свет.

Конечно, мы наверняка не смогли избежать ошибок, неточностей, не сумели спроектировать изящные экспериментальные планы и отыскать убедительные аргументы для подтверждения или опровержения выносимых суждений. Мы обращаемся с просьбой к читателям критически посмотреть на издание, попытаться совместными усилиями преодолеть нависшую над всей опросной технологией угрозу отчуждения методического труда. Критикуйте, ищите слабые места, подвергайте сомнению наши выводы. Только через продуктивные и открытые фабрикации и фальсификации (по Попперу) можно преодолеть теневую сторону опросной технологии, в которой фабрикативная деятельность никогда не выходит на свет. Насколько разумна наша вера в поквартирные опросы? Можно ли доверять маршрутным выборкам при укоренённых в России способах регистрации и контроля за их реализацией? Как формируется индустрия, основанная на лжи? И можем ли мы принять, открыто посмотреть на происходящие подмены и подлоги, столь распространённые в интервьюерском труде?

Без тени сомнения приступаем к сложному и опасному пути раскрытия, пожалуй, самой нелицеприятной стороны современной российской опросной практики. Призываем читателя быть внимательным, спокойным и критичным в восприятии этих материалов. Последние зачастую скучны и слишком детальны, но без этого просто невозможны не только осмысление рутинности и сложности методического труда, но и представление обоснованных данных, отказ от риторических фигур, направленных на обличение, а не понимание.

ВВЕДЕНИЕ

Плохие данные могут быть
не лучше, а то и хуже, чем полное
отсутствие таковых

Бирнбаум

За личными стандартизированными интервью по месту жительства с заполнением бумажных анкет давно утвердилась репутация основного методического инструмента для измерения общественного мнения. В течение десятилетий исследовательской практики накоплены тысячи отчётов, 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 [Сапонов, 2011, 2012], интервьюеры по большей части продолжают заполнять бумажные анкеты, которые собираются в полевых отделах региональных компаний и затем пересылаются основному исполнителю полевых работ для закрытия отчётности по проведённому исследованию. Громоздкость и объёмность первичной документации компенсируются коротким сроком её обработки и быстротой утилизации. В итоге в архивах оседают массивы данных, аналитические отчеты[1] и краткие справки о реализованной выборке. Реалии полевой работы, как правило, остаются лишь в устной истории в качестве анекдотов, баек или советов бывалых.

Вспыхивающие время от времени скандалы, связанные с неточностью прогнозов или плохим качеством опросных данных, с одной стороны, приводят к обвинениям в ангажированности исследователей, с другой — к защите, основанной на апелляции к слишком динамичной социальной реальности. Продуктивный ход — обратиться непосредственно к самой опросной технологии, посмотреть, как конструируется реальность, которой придаётся статус социальной. Забывая о том, что интервью — это прежде всего разговор, ведущийся конкретными людьми с их представлениями о должном и допустимом, ограниченный складывающимися культурными и экономическими рамками, исследователь сначала создаёт, а потом защищает сферу артефактов и вымышленных описаний. В пользу столь жёсткого диагноза говорит методическая ненадёжность получаемых данных, которая, ко всему прочему, никак не регистрируется в большинстве опросных компаний. Зачастую

---

[1] Такие отчёты мало кто читает. Как тут не вспомнить случай, описанный Игорем Коном: «В Академии наук рассказывали о каком-то физике, который в середине толстого отчёта написал: “Если кто-нибудь дочитает до этой страницы, пусть позвонит по такому-то телефону и получит бутылку лучшего коньяка”. Коньяк остался невостребованным» [Кон, 2008: 132].

истинное положение дел известно только небольшому кругу причастных лиц, которые, по понятным причинам, не заинтересованы в обнародовании намеренных ошибок и фабрикаций.

В мае 2009 года в открытом электронном журнале “PLoS ONE” вышел систематический обзор Даниэля Фанелли о фабрикации и фальсификации данных. Он задаётся вопросом о том, насколько велико число учёных, которые подделывают результаты своих исследований. Увеличивающееся с каждым годом число публикаций недостоверных данных, даже в самых авторитетных изданиях и на самые сложные темы[2], наводит его на мысль, что известные случаи (а в США, по разным подсчётам, в фальсификации уличают каждого сто- или десятитысячного исследователя [Fanelli, 2009:2]) — лишь «вершина айсберга» и многое так и остаётся неизвестным. Сегодня «мошенников» от науки, пишет Фанелли, воспринимают лишь как малочисленных «паршивых овец», поскольку существует некий образ «чистой» науки, где научное сообщество руководствуется мертоновскими принципами беспристрастности и организованного скептицизма. Схожую мысль ещё в 1991 году выразил Дэвид Гудстейн, назвав это мифом о Благородном учёном, согласно которому учёный более добродетелен и честен, чем обычные люди [Гудстейн, 1991: 95].

Необходимо внести терминологическую ясность. Прежде всего это касается схожих по значению и часто подменяющих друг друга форм нарушения исследовательской этики, а именно фабрикации и фальсификации. Фанелли определяет их кратко, но чётко: фабрикация — «выдумка данных или случаев», фальсификация — «намеренное искажение данных или результатов» [Fanelli, 2009:1], причём фальсификация представляется более сложной и проблематичной категорией ввиду отсутствия объективных факторов, доказывающих «злой» умысел. В российских исследованиях этот вопрос наиболее последовательно изложен в профессиональном врачебном сообществе, где он стоит особенно остро[3]. Так, на сайте «Медицинской газеты» приведена статья Василия Власова о плагиате и других видах нарушения норм научной работы, в числе которых указаны фальсификация и фабрикация [Власов, 2007]. Фабрикация определяется им как «любое улучшение (изменение в угоду каким-либо представлениям) данных исследования, записей о них и отчётов (выдумывание результатов, подделка записей, сообщение искажённых данных)», а фальсификация — как «манипуляции исследователь-

---

[2] В качестве примера Фанелли приводит скандал, вызванный публикацией южнокорейских учёных о клонировании человека. Имеется в виду вышедшая в 2004 году в журнале “Science” статья: Hwang et al. Evidence of a Pluripotent Human Embryonic Stem Cell Line Derived from a Cloned Blastocyst//Science. 2004. No. 12. Подробнее об этом см., например, http://art.russ-med.ru/full_genetics_05_russ-med.html.

[3] Большинство проанализированных Фанелли исследований (14 из 21) также относятся к области медицины.

скими материалами, оборудованием, процессами или изменение данных, исключение данных или результатов таким образом, что действительный результат не отражается точно в отчёте (изменение материалов, оборудования, протоколов, данных, результатов)». Оба эти определения значительно шире, и в одно из них даже включена цель: «улучшение данных в угоду чему-либо», что, на наш взгляд, не до конца верно, поскольку можно гипотетически предположить ситуацию, когда данные намеренно «ухудшаются». Кроме того, не совсем очевидна разница между двумя понятиями, так как дефиниции частично пересекаются, а определение фабрикации настолько широко, что может включать в себя и фальсификацию. Мы полагаем, что основное отличие заключается в следующем: фабрикация — это создание, придумывание (выдумывание) заведомо ложной информации, создание фиктивных данных, а фальсификация — изменение уже имеющихся данных. Грубо говоря, для фабрикации не всегда необходимо проводить настоящее исследование, тогда как фальсификация — это некая редактура того, что есть. Оба эти вида намеренного нарушения исследовательской этики могут присутствовать в рамках одного проекта и пересекаться, потому не всегда есть смысл их разграничивать.

По Фанелли, существует и третий вид нарушения исследовательской этики — плагиат, но он, в отличие от предыдущих двух, в особом представлении не нуждается и к тому же в меньшей степени «влияет на научное знание, хотя несёт в себе серьёзные последствия для карьер вовлечённых в него людей» [Fanelli, 2009:1]. Установить текстовый плагиат в ряде случаев не составляет большого труда, на сегодняшний день разработаны многочисленные программы по его выявлению. На наш взгляд, к этой же категории стоит отнести и такой вид плагиата, как автоплагиат, когда автор или компания воспроизводит свои собственные наработки. Является ли автоплагиат нарушением исследовательской этики? Например, если опросная компания сделала «хорошую и дорогую» выборку, а потом провела по ней несколько опросов для разных заказчиков? Выявить такой автоплагиат довольно сложно, поскольку данные закрыты для общественности. Является ли это нарушением? Ответ на этот вопрос не так однозначен, как может показаться на первый взгляд, а сама проблема требует более пристального внимания научного сообщества.

И всё же: возможно ли выявить и доказать намеренные фабрикации и фальсификации в опросной технологии? И если да, то каким образом это сделать? Проблема усложняется ещё и тем, что не всегда можно достоверно установить, имела ли место намеренная фальсификация, или же ошибка произошла в результате небрежности и невнимательности. Более того, даже если ошибка допущена по злому умыслу, исследователь всегда может сослаться на её непреднамеренность и «случайность». Гудстейн проводит интересную аналогию между обманом в науке и обманом в процессуальном кодексе, где доказательства обмана определены чётко. Во-первых, «закон

всегда предусматривает истца и ответчика»; во-вторых, «кто-то должен подать дело в суд» [Гудстейн, 1991: 95]. Для признания обмана судом истец должен привести доказательства по пяти пунктам:

1) было сделано ложное утверждение (то есть нужно доказать обман со стороны ответчика);
2) ответчик знал, что это утверждение ложно, или же он проявил халатность и не проверил достоверность утверждения;
3) у ответчика было намерение внушить веру в обман;
4) у истца были разумные основания для веры в обман;
5) в результате имел место ущерб.

В случае с нарушениями в исследовательской среде зачастую роли «истца» и «ответчика» определить затруднительно; не всегда ясно также и то, кто должен выступать в роли суда. И если ложное утверждение установить обычно не составляет труда, то со вторым и третьим пунктами, а именно с намеренностью обмана, возникают сложности, так как всегда сохраняется возможность «научной» ошибки. Не ясной остаётся и категория ущерба, если мы говорим про социально-гуманитарные науки. На наш взгляд, особого внимания заслуживает четвёртый пункт, а именно «разумные» основания для веры в обман. Тут можно вспомнить о небезызвестной мистификации Алана Сокала [Sokal, 1996], когда его бессмысленную статью, «обильно приправленную чепухой», опубликовали в журнале “Social text” только потому, что она льстила «идеологическим убеждениям» редакторов.

В публичном дискурсе много досужих рассуждений о фабрикациях и фальсификациях, допускаемых социологами. Но никто в России не пытается методично и последовательно проанализировать особенности первичного формирования мнения, никто не старается разобраться в реалиях труда интервьюера. Считается, что всё сводится к квалификации, оценка и развитие которой по большей части отданы на откуп самих интервьюеров. Краткосрочные, подчас формальные инструктажи перед началом нового проекта, краткие собеседования, отсутствие каких-либо коллективных встреч, дискуссий (не говоря уже о симпозиумах и конференциях) среди интервьюеров подчёркивают нестатусносость, неважность их труда. Безразличие к труду порождает безразличие труда. Наёмный работник хорошо чувствует отношение работодателя и вырабатывает собственные стратегии оптимизации и повышения эффективности от затраченных усилий. Социологи много говорят о доверии, отстаивают честь мундира, забывая при этом, что его подкладка давно истлела. Рассказы о мошенниках от науки меркнут перед байками и анекдотами из социологических полей, реализуемых индустриальным, опросным способом, основанном на бумажных технологиях. Но природа их остаётся той же. Фабрикации и фальсификации — предмет настоящего исследования. Как они возможны? Как реализуются и объясняются?

ГЛАВА 1

ИНТЕРВЬЮЕР В ЗАКОНЕ, ИЛИ МЕТОДИЧЕСКАЯ (НЕ)УСТОЙЧИВОСТЬ МАССОВОГО ОПРОСА

Масштабные количественные опросы проводятся с установкой на стабильность и устойчивость замеряемых мнений, поведения и социально-демографических характеристик респондентов. Предполагается, что многие из регистрируемых в интервью переменных не зависят от ситуации опроса. Напротив, любые корреляции ответов с контекстом, интервьюером или анкетой определяются как смещения и подлежат детальному рассмотрению с последующей коррекцией и редактированием данных [Groves, Fowler, Couper, et al, 2009; Groves, Lyberg, 2010; Lavrakas, 2013]. Обычно исследователи опираются на распределения анкетных вопросов и намного реже (в России, в отличие от западных коллег) обращаются к проблеме неответов и систематическим ошибкам выборки. Нам не известны отечественные исследования, посвящённые устойчивости условий проведения опроса, выявлению расхождений опросной ситуации, зарегистрированной в отчётной документации, и ситуации вторичного посещения мест, в которых проводился опрос. Как правило, повторное обращение к респондентам определяется как элемент контроля исследования и закладывается в его обязательные процедуры. Мы рассматриваем результаты эмпирического обследования, в котором, согласно отчётности организации, проводившей полевые работы (входит в топ исследовательских компаний, работающих на российском рынке), были выполнены все необходимые мероприятия по контролю качества работы интервьюеров. Задача нашего этнографического проекта — не контроль качества работы, а проблематизация устойчивости и надёжности собранных материалов. В ходе включённых наблюдений мы обнаружили очевидные приписки и фабрикации, допущенные во время полевых работ. Однако это можно рассматривать лишь как побочный результат предпринятого наблюдения. Насколько устойчивы методические данные, связанные со сбором социальной информации? Можно ли обнаружить референты социальной реальности, некоторые реалии, которые зафиксированы в отчётной документации интервьюера (анкетах и маршрутных листах)? Насколько воспроизводимы результаты опроса со временем, при полном соответствии запротоколированной интервьюером процедуры интервьюирования?

Методика

В качестве объекта исследования рассмотрена работа одного интервьюера[4], участвовавшего в августе 2013 года в общероссийском количественном опросе (9 тысяч респондентов), выполненном по заказу Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС. Через четыре месяца после проведения интервью были в точности повторены два маршрута. Для этого мы воспользовались заполненным интервьюером маршрутным листом с указанием адресов и имён респондентов. Столь продолжительная пауза для вторичного посещения типична для исследования, направленного не на контроль качества, а на анализ устойчивости и надёжности собранных ранее данных (см., например: [Iversen, Furstenberg, Belzer, 1999]).

Проходили по маршруту тридцатилетняя женщина, имеющая большой опыт проведения интервью разной сложности, и мужчина сорока лет, не имеющий опыта интервьюирования. У женщины были твёрдая папка, к которой прикреплён пропуск в РАНХиГС, и визитные карточки сотрудника. Мужчина время от времени вступал в разговор, комментируя и проясняя цель визита, задавая дополнительные вопросы. Интервьюеру было необходимо заполнить некоторые документы, что, помимо возможности подробно фиксировать и систематизировать происходящее, создавало рабочий вид, снимало напряжённость у собеседников. Все разговоры строились вокруг имён, запротоколированных в опросном листе интервьюера, поэтому на них уходило не более 5–6 минут.

По результатам прохождения маршрута заполнялся маршрутный лист, небольшая анкета и вёлся дневник (отрывки из него ниже выделены курсивом), в котором регистрировались наблюдения, впечатления, отмечались и комментировались какие-либо особенности разговора. Все разговоры записывались на диктофон, чтобы позже была возможность повторно обратиться к деталям и особенностям коммуникации. Полевой дневник, в свою очередь, создал рамку для объединения разнородной информации об изучаемом объекте и впечатлений исследователя во время сбора данных.

---

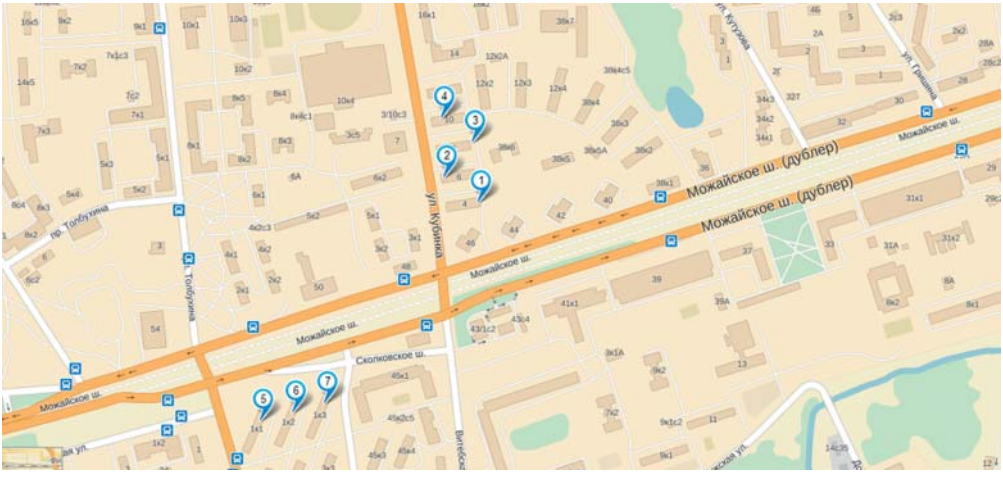
[4] Мы рассмотрели маршруты остальных московских интервьюеров. Результаты на уровне сопоставления бумажной документации с картами местности и реальным состоянием домов (без вступления в контакт с потенциальными респондентами) были примерно такие же. Подробнее мы останавливаемся на этом во второй главе. Поскольку в наши задачи входило не обоснование распространённости этого явления, а лишь детальное описание его содержания, мы отказались от статистического представления фабрикаций, которые в данном случае не так уж малы. Рассмотренный частный эпизод работы одного интервьюера вскрывает основные методические проблемы, на которые и хотелось бы обратить внимание полстерского сообщества.

Давно отмечено, что совмещение интервью с дневниковыми записями даёт кумулятивный эффект по систематизации и структурированию собираемой информации [Zimmerman, Wieder, 1977, p. 493][5]. Это позволяет учитывать разнообразные факторы, выделять непредвиденные сюжеты и обстоятельства. Ведение дневника — один из основных методических атрибутов «этнографичности» нашего проекта.

Маршрут по улицам Кубинка и Вяземская

Начальная точка маршрута определена домом 4 по улице Кубинка (г. Москва). Интервьюер прошёл последовательно четыре дома по чётной стороне улицы, затем, перейдя Можайское шоссе, зашёл в три дома по улице Вяземской. Эти дома интервьюер посетил по мере возрастания порядкового номера дома (рисунок 1).

Рисунок 1. Схема маршрута по улицам Кубинка и Вяземская, г. Москва
(11 полных интервью из 275 обращений, RR[6] = 4%, в 7 жилых домах)



[5] В указанной статье ведение дневника требовалось от респондента. Хотя в дальнейшем, в методических исследованиях, гораздо чаще дневниковые записи просили вести именно интервьюеров.

[6] RR (Response Rate) — коэффициент ответов, то есть число полностью взятых интервью, делённое на общее число обращений.

Фактически интервьюер разбил маршрут на два, самостоятельно определив исходную точку второго маршрута. По данным, заполненным интервьюером в маршрутном листе, он обратился в 184 квартиры семи домов. Из них результативных оказалось 11 (полностью взятые интервью). Соответственно, в грубом приближении, коэффициент ответов составил 4%. Значение коэффициента может быть выше, поскольку в квартирах, в которые обращался интервьюер, могут проживать лица, не соответствующие условиям отбора (не граждане РФ), либо они вовсе могут пустовать. Однако поправочный коэффициент, скорее всего, не изменит кардинальным образом чрезвычайно низкий уровень достижимости, поскольку наиболее распространённая стратегия интервьюера — это опрос любого, готового к разговору человека.

Согласно регламенту состоявшегося опроса, интервьюер опрашивал респондентов по квотному заданию, самостоятельно принимая решение о том, кого опросить в конкретном домохозяйстве. Поскольку протокол отбора внутри домохозяйства не ведётся, мы не можем восстановить стратегию отбора, которой придерживался интервьюер. По заполненным анкетам видно, что даже на малой группе из 11 респондентов примерно соблюдены пропорции по полу и возрасту, декларируемые в квотном задании (таблица 1). Мы убрали из таблицы номера квартир респондентов.

Таблица 1. Список интервью, взятых по маршруту «Кубинка — Вяземская»

№ дома на маршруте	Имя респондента	Адрес респондента	Возраст	Наличие квартиры в доме
1	Олег	Кубинка, 4	22	да
1	Андрей	Кубинка, 4	49	да
2	**Людмила***	**Кубинка, 6**	**26**	**да**
2	Леонид	Кубинка, 6	27	нет
3	Анна	Кубинка, 8	56	да
3	Елена Викторовна	Кубинка, 8	67	нет
4	Алексей	Кубинка, 10	41	да
4	Ксения	Кубинка, 10	39	да
5	**Вероника****	**Вяземская, 1, корп. 1**	**48**	**да**
6	**Илья Николаевич****	**Вяземская, 1, корп. 2**	**78**	**да**
7	**Софья Борисовна****	**Вяземская, 1, корп. 3**	**75**	**да**

* Имя респондента из обозначенной квартиры подтвердила соседка, указав на несоответствие возраста (Людмиле, со слов соседки, не 26 лет, а намного больше).

** Получен ответ от жильцов квартиры или ближайших соседей, что с таким именем у них никто не проживает.

Дома, в которых проводился опрос по улице Кубинка, имеют разную этажность: № 4 и № 10 — пятиэтажные, № 6 и № 8 — четырёхэтажные. Соответственно, в домах № 6 и № 8 квартир меньше, нежели в домах № 4 и № 10. Указанные интервьюером квартиры 42 в доме № 6 и 37 в доме № 8 отсутствуют.

«Придомовая территория пустынна: нет детских площадок, какой-либо инфраструктуры (скамейки, спортивные сооружения, приспособления для выбивания ковров и т.д.). Мы были на территории домов от часу до двух дня. В целом дома выглядят опрятно, в подъезде (единственном, в который удалось попасть) чисто и ухожено. Это позволяет сделать предположение, что дома заселены в основном занятыми и социально активными жильцами». Именно в этих домах интервьюер опросил молодёжь и людей среднего возраста.

Только в одном доме по улице Кубинка (№ 4) установлен домофон, по которому можно позвонить в квартиру. В остальных — на подъездах закреплены электронные кодовые замки, которые не позволяют войти чужаку, предварительно не узнавшему код. *«Случайно удалось попасть в подъезд дома № 6, когда из подъезда выходил человек. В нужной квартире никого не оказалось дома. В соседней квартире кто-то был, но не открыл дверь и не ответил на звонок. В другой квартире на том же этаже открыла одинокая женщина 65 лет, кроме неё в квартире была только собака. Хозяйка охотно ответила на все вопросы и рассказала о соседке, которую, действительно, зовут Людмила, но она намного старше 26 лет»* (разговор 1).

Разговор 1. У входной двери в квартиру с соседкой, около 65 лет

И: В … квартире мы проводили опрос. Там просто сейчас никого нет. Вы не знаете, там живёт Людмила 26 лет?

Р: Людмила в квартире …? Живёт Люда, но вот сколько ей лет я точно не знаю.

И: А молодая она или не молодая?

Р: Я бы не сказала, что она молодая, уж точно не 20 или 30 лет. Но Людка здесь живёт. Для нас она — Людка (смех).

«Дома по улице Вяземская пятиэтажные, кирпичные, весьма опрятные и ухоженные. В подъездах чисто, уютно и как-то по-домашнему. Вокруг домов кипит жизнь: гуляют дети, много пожилых. В подъезды постоянно кто-то входит и выходит, попасть внутрь не составляет труда. Сразу возникает желание задавать вопросы прямо во дворе тем, кто входит или выходит из подъезда, а не ходить по квартирам». При отсутствии инструкции с жёстким определением процедур отбора квартир, трудно ожидать от интервьюера отказа от набора людей на улице (что и подтвердилось в дальнейшем). На улице люди

охотно идут на контакт, рассказывают о себе и соседях. На улице удалось поговорить с жильцом из нужной квартиры (таблица 1). Мы выяснили, что в этой квартире проживает семья из четырёх человек, но имени Вероника не оказалось ни у одного из жильцов. Кроме того, информант утверждал, что никакого опроса летом не было. Аналогично ответили соседи о семье, проживающей в другой квартире в доме 1, корпус 2 (разговор 2).

Разговор 2. На улице около подъезда с соседом, мужчиной средних лет

И1: Скажите, а Вы не из … квартиры?
Р: Нет, но сосед.
И1: Сосед.
И2: А скажите, а там есть кто-нибудь? Вы не знаете, там проживает Илья Николаевич, в … квартире?
Р: Илья Николаевич? Я не знаю (задумчиво).
И1: Просто полгода назад проводился социологический опрос. Тут во многие дома заходили, информацию разную получали, обрабатывали, и сейчас контроль вот делается.
Р: Нет, там Максим. Это дети. Максим и Дмитрий.
И2: Ну вот Илье Николаевичу у нас стоит 78 лет.
Р: Нет, там таких нет.
И2: Точно нет?
Р: Однозначно.

Потом удалось поговорить и непосредственно с хозяйкой квартиры, которая подтвердила, что никто старшего возраста у них не проживает.

«Около подъезда третьего корпуса стояла женщина (около 60 лет). Она сказала, что в интересующей нас квартире проживала раньше Софья Борисовна, но она умерла года два назад, сейчас там живет её дочь (Инесса или Инна). Открыла подъезд своим ключом, но когда мы попытались попасть в квартиру, то дома дочери не оказалось. Возможно, что мать звали и не Софьей Борисовной, потому что вначале старшая по дому сказала, что там таких нет и не было. Вполне может быть, что она не знает, как звали мать, и подумала, что раз мы называем это имя и примерно подходит возраст, значит оно правильное».

Итак, обход 11 квартир, из которых по пяти не удалось ничего узнать (невозможно было попасть в подъезд или не было дома и не открыли соседи), занял один час. Лишь по одному респонденту, со слов соседки, установлено совпадение имени, но одновременно — существенная разница в возрасте. В пяти из 11 интервью обнаружен факт непроведения опроса, причём в двух случаях указанных интервьюером квартир в домах нет. Все,

с кем удалось поговорить, охотно шли на контакт и в короткой беседе были предельно открыты и доброжелательны, всячески старались помочь, подсказывали, к кому ещё можно обратиться.

Маршрут по улицам Молодогвардейская и Партизанская

На этот раз начальная точка маршрута помечена по адресу улица Молодогвардейская, 47, корпус 1 (рисунок 2). Следующий дом был определён по направлению увеличения номеров домов и пришёлся на 51 дом по этой же улице. Судя по маршрутному листу, интервьюер не стал следовать нумерации и пропустил дома № 47, корпус 3, № 47 и № 49, которые расположены во втором ряду улицы. Поскольку у нас отсутствует задание на маршрут, можно лишь предполагать, что маршрут строится визуально по направлению движения в сторону увеличения номеров домов улицы. Затем интервьюер перешёл на другую сторону улицы к дому № 48. Вновь можно предположить, что участок ограничен улицами Боженко и Ярцевской и интервьюеру потребовалось изменить направление движения. Однако не ясен переход к четвертому дому по маршруту, расположенному по адресу: Партизанская, 27. Интервьюер вновь самостоятельно создал второй маршрут в обозначенном районе, однако теперь он изменил правила его прохождения, выбрав следующий дом по другой стороне улице.

Рисунок 2. Схема маршрута по улицам Молодогвардейская и Партизанская, г. Москва (11 полных интервью из 184 обращений, RR = 6%, в пяти жилых домах)

На этот раз результативность опроса была немного выше. Согласно заполненному интервьюером маршрутному листу, для 11 интервью ему потребовалось сделать 184 обращения в квартиры, соответственно, коэффициент ответов, посчитанный по сопоставимой с предыдущим маршрутом формуле, составил 6%.

На этом маршруте интервьюер не занимался припиской несуществующих квартир в доме, однако указал на нежилое помещение по адресу ул. Партизанская, 27 (магазин мебели и офисы) как на жилой дом и отметил там одно полностью взятое интервью с номером квартиры 23 (таблица 2).

Таблица 2. Список интервью, взятых по маршруту «Молодогвардейская — Партизанская»

№ дома на маршруте	Имя респондента	Адрес респондента	Возраст	Наличие квартир в доме
1	**Нина***	**Молодогвардейская, 47, корп. 1**	**21**	**да**
1	Семён	Молодогвардейская, 47, корп. 1	38	да
1	Софья	Молодогвардейская, 47, корп. 1	30	да
2	Ольга Дмитриевна	Молодогвардейская, 51	64	да
2	**Сергей***	**Молодогвардейская, 51**	**27**	**да**
3	**Серафима Игоревна***	**Молодогвардейская, 48**	**75**	**да**
3	Олег	Молодогвардейская, 48	48	да
3	Егор	Молодогвардейская, 48	56	да
4	Валентина	Партизанская, 27	46	нет
5	Никита Евгеньевич	Партизанская, 30	67	да
5	Лариса	Партизанская, 30	41	да

* Получен ответ от жильцов квартиры или ближайших соседей, что с таким именем у них никто не проживает.

«Все указанные интервьюером дома представляют пятиэтажные кирпичные строения. Везде есть домофон, по которому можно позвонить в квартиру. Однако общая атмосфера в районе менее доброжелательная, скорее её можно назвать отчуждённой и местами агрессивной. Люди во дворах не разговорчивы, с подозрением относятся к интервьюеру, неохотно дают информацию о своих соседях. Дом № 47, корпус 1 с виду ухоженный, имеет хороший чистый двор, но в течение часа во дворе

не было абсолютно никого. Сложилось впечатление, что в доме мало кто живёт: наглухо зашторенные окна, старые, потрескавшиеся рамы, облупленные подъездные двери. Если никто не отвечает на домофон, попасть в подъезд сложно».

В первый подъезд пустил работник ЖКХ. *«Внутри всё чисто, но сам дом производит впечатление запустения, очень сумрачно, неприятный запах старости и затхлости, двери в квартиры в основном очень старые. Дверь в первой нужной нам квартире не открыли, перекинулись парой слов через дверь. Женщина с акцентом сказала, что у них никакого опроса не было и что такие (респондент из списка) там не проживают. В остальных двух квартирах дома не удалось застать жильцов, соседей также не было дома».*

«Дом № 51 почти ничем не отличался от предыдущего. Рядом со вторым подъездом стоял и курил жилец. Он сказал, что не знает, кто живёт в интересующей нас квартире в его подъезде. На просьбу открыть дверь в подъезд спокойно это сделал. Дверь в саму квартиру открыл мужчина, который также ничего не знал об опросе и человеке по имени Сергей, указанном интервьюером в качестве респондента, но поговорить с ним и выяснить какие-то детали о членах семьи не удалось, так как начала кричать из комнаты жена, чтобы он закрыл дверь. Первый подъезд так и остался недоступным, в домофон никто не отвечал.

В дом № 48 попасть не удалось, но мы смогли поговорить по домофону с жильцом из целевой квартиры, который указал, что никто с такими именами не проживает и никакого опроса у них не было. В остальных квартирах никто не отвечал на сигнал домофона. Отметим, что подобный вид общения (через домофон) весьма затруднителен для выяснения детальной информации. Собеседник не видит говорящего, и мы не можем ему продемонстрировать дополнительные атрибуты своей благонадёжности, поэтому для точного выяснения ситуации более релевантно личное общение.

В доме № 30 (Партизанская ул.) в одной квартире открыли дверь, в которой оказались сразу три человека неславянской внешности. Они недавно сняли квартиру, подрабатывают в Москве и ничего не знают о предыдущих жильцах. Подъезд также произвёл достаточно гнетущее впечатление. Перед домом есть площадка, есть лавочки, но опять создалось ощущение полной заброшенности».

Обход реализованного маршрута снова занял около часа. Однако уровень достижимости был гораздо ниже, что диссонирует с показаниями интервьюера. Информацию удалось получить только по трём зарегистрированным интервью. По одному адресу располагалось нежилое помещение, по двум другим жильцы сказали, что у них нет членов семьи с указанными именами и никто летом опрос не проводил.

Проблема в интервьюере?

В результате из 22 заявленных интервью не удалось найти ни одного полного совпадения данных, описанных интервьюером. Лишь в одной квартире соседи назвали то же имя, однако разошлись в оценках возраста. В трёх случаях обнаружены приписки на несуществующие адреса, в семи — жильцы или соседи сказали, что никто с предлагаемыми именами не проживает по данным адресам. В международных методических исследованиях, посвящённых надёжности социально-демографических признаков (возраст, образование, уровень доходов), совпадение ответов одних и тех же респондентов, опрошенных в разное время, составляет от 50% до 98% (см., например, небольшой обзор в работе Е. М. Шрайбера: [Schreiber, 1976: 494, 498]). В нашем исследовании мы пытались обнаружить самих респондентов и потерпели полное фиаско.

Повторное прохождение маршрута предпринято отнюдь не для контроля интервьюера. Если отсутствуют жёсткие регламенты прохождения маршрута, чёткое определение отобранных в выборку единиц наблюдения, на откуп интервьюеру отдан отбор внутри домохозяйства, а регуляция идёт лишь на уровне общих квот по маршруту, то говорить о каком-либо контроле не приходится. Всегда можно привести веские причины того или иного решения или сослаться на забывчивость респондентов, давность событий (опрос проходил полгода назад, в августе 2013 года) или неискренность собеседников во втором разговоре. Безусловным остаётся лишь факт явных приписок несуществующих квартир, по которым заполнены анкеты. Но в этом кейсе нас в первую очередь заинтересовала тотальная неустойчивость данных. Мы провели только первоначальный анализ, дальнейшая обработка распределений продолжается. Позднее будут представлены результаты опроса, однако сейчас не удалось получить ни одного устойчивого референта к той ситуации обследования, в которой были сформированы полученные данные. Сколько бы времени ни прошло с отмеченных дат проведения интервью, отсутствие каких-либо следов от работы интервьюера, кроме заполненных анкет и маршрутных листов, говорит о весьма низкой надёжности собранного материала и позволяет сформулировать гипотезу о сомнительности генерируемых на этих данных выводов. Эта гипотеза, конечно же, требует подтверждения; мы разработали экспериментальные планы, результат которых будет представлен далее.

Сложившаяся практика проведения личных стандартизированных интервью по месту жительства, без жёсткого определения маршрута, с использованием бумажных форм отчётности, формальным контролем по предоставляемым самим же интервьюером телефонам респондентов, отсутствием культуры регистрации параданных, сопутствующих заполняемой в анкете

информации, приводит к формированию особой профессиональной этики интервьюера, построенной на фабрикации собранного материала. Если в телефонных компьютеризированных опросах исследователи фиксируют постоянные отклонения коммуникативных стратегий интервьюера от регламентируемых инструкциями способов и приёмов речевого поведения [Kiecker, Nelson, 1996; Рогозин, Ипатова, 2012], то в личных интервью, проводимых посредством заполнения бумажных анкет, отклонения выходят за рамки речевого взаимодействия, формируя все теоретически возможные смещения: покрытия, неответы, измерения. В ходе действий в логике наиболее эффективного выполнения поставленного задания (скорость и соответствие квотам) вырабатываются и закрепляются нелегитимные способы заполнения анкеты. Критерием успеха определяется возможность её беспроблемной сдачи супервайзеру и получения оговоренного ранее вознаграждения. В такой ситуации любые формы контроля, даже с самыми жёсткими мерами по выявленным отклонениям, лишь поддерживают культуру фабрикаций [Рогозин, Ипатова, 2012], выступают её оборотной стороной. В 1960-х годах Юлий Альферд Рот (1926–2002), ученик Эверета Хьюза и Дэвида Райсмена, яркий представитель второго поколения чикагской школы, провёл, пожалуй, первое этнографическое исследование работы интервьюера, устроившись в одну из опросных компаний. Лишь непродолжительное время ему удалось удерживаться от фабрикаций, к которым подталкивали умудрённые опытом коллеги, условия работы и формирующиеся представления о результативности интервью. Затем, тщательно регистрируя и описывая происходящее, он пришёл к неутешительному выводу об институциональной опосредованности фабрикаций, укоренённой в культуре отчуждённой интервьюерской работы: «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 за исполнением работы. Я же считаю, что такое поведение в сборе и обработке данных типично и ожидаемо от наёмного персонала» [Roth, 1966: 195][7].

[7] Хотя со временем работа получила довольно высокий уровень цитирования для публикации по социальным наукам (54 ссылки согласно ISI Web of Science, дата обращения 11.01.2014), сам автор несколькими годами позже, не отказываясь от полученных результатов, признал их маргинальными для основных методологических изысканий [Roth, 1973]. Исследователи предпочли игнорировать скандальную и подрывающую основы количественной методологии информацию, придерживаясь традиционных статистических способов оценки смещений.

В результате основной задачей исследователя становится обнаружение умышленных сокращений, фальсификаций времени опроса, нарушения квот, манёвров по уклонению от проверки и игнорированию инструкций. Интервьюер, напротив, подстраивается под коммуникативные особенности респондента и исследователя, научается уклоняться от неадекватных текущей коммуникативной ситуации методических требований. Поимка с поличным, сыскные мероприятия по допущенным интервьюером отклонениям повышают ставки в игре, создают ситуацию риска, добавляя к изначально неэтическому поведению интервьюера некий романтический шлейф. Так формируется профессиональная этика интервьюера-в-законе, осознающего последствия нарушений и принимающего на себя за них ответственность.

Самый простой способ, казалось бы, позволяющий избежать данной проблемы — переложение ответственности на интервьюера и приписывание ему профессиональной непригодности. Однако за одним описанным выше кейсом, как и тысячами подобных ситуаций, скрываются институциональные основания опросной машины, воспроизводящей профессионально и этически непригодных интервьюеров. Невключённость в осмысленное производство социального знания (игра в отчётность) с одновременным низким уровнем стандартизации процедур производства конечного результата (анкеты) приводят к формированию вторичной, теневой стороны опросной технологии, в которой проявлены иные, замалчиваемые исследовательским сообществом нормы профессиональной этики.

ГЛАВА 2

ОТКРЫТОСТЬ ДАННЫХ, ИЛИ ЧТО МОЖНО НАЙТИ В ПОЛЕВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ПО ПРОЕКТУ

В последнее время всё чаще говорят об открытости социологических данных, их качестве, а также о доверии к ним со стороны общества. Примером тому может служить IV международная социологическая конференция «Продолжая Грушина», на которой одна из главных тем звучала следующим образом — «качество социологических данных как основа доверия к социологии»[8]. При обсуждении результатов электоральных опросов в период политических изменений проблема доверия к данным выходит на первый план. Прежде всего эти данные в той или иной мере становятся достоянием общественности, возможно, даже инструментом влияния на общественное мнение, потому их открытость (пусть и частичная) становится необходимой. Иначе обстоит дело с закрытыми (или относительно закрытыми) исследованиями, цель которых не потрясти общественность, а стать инструментом для принятия решений или формирования рекомендаций для тех, кто эти решения вправе принимать. С такой ситуацией зачастую сталкиваются научно-исследовательские институты, выполняющие государственные заказы или же проводящие внутренние научно-исследовательские работы. В этих институтах не всегда есть возможность самостоятельно организовать полевую работу, особенно для больших исследований, поэтому полевой этап отдаётся на аутсорсинг, а внутри ведётся работа с полученным по всем требованиям массивом данных. По сути, разделение труда, или, как сейчас модно говорить, коллаборативность, когда каждый профессионал выполняет свою работу и не вмешивается в работу коллег, несёт в себе определённые неоспоримые преимущества. Риски тоже высоки: когда случается сбой в самом начале, на полевом этапе или при его планировке, число ошибок нарастает далее по цепочке, как снежный ком, создавая целый пласт ложных по своей сути данных и интерпретаций. У заказчика нет возможности самостоятельно проверить достоверность полученных данных, оценить проведённое исследование на предмет нарушения исследовательской этики, ведь в лучшем случае он получает методологический отчёт (зачастую краткий), в котором, из соображений нераскрытия личной информации третьим лицам, отсутствуют все привязки данных к конкретным респондентам. Более того, опросные компании не всегда рады предоставить «грязный», или перво-

---

[8] См. подробнее материалы по Грушинской конференции 2014 года: <http://wciom.ru/conference2014/> [Дата обращения: 23.07.2014].

начальный, неотредактированный массив, считая, и, возможно, по праву, это внутренним документом. Иногда методологический отчёт не требуется самому заказчику, если тот не интересуется методологией проведения опросов и доверяет исполнителям, на что у него есть свои основания, особенно, если полученные данные не вызывают вопросов и/или несильно противоречат Росстату. Мы уже писали о том, что даже авторитетные журналы, имеющие разработанные стандарты для публикаций, общий перечень которых можно найти, например, на сайте COPE[9] (комитета по этике публикаций), выпускают статьи, содержащие недостоверные данные. И это в сфере, где есть действительный контроль над авторами и их публикациями. Как же может обстоять дело там, где нет подобного «публичного» контроля? Получается, что для внутренней документации решение таких вопросов отдаётся на откуп полевым менеджерам и руководителям, что, как это понятно, полностью зависит от их личной и профессиональной честности.

С этой проблемой мы столкнулись при анализе данных общероссийского опроса, сделанного по нашему заказу одной из крупнейших на рынке опросных компаний. Мы не собираемся уличить кого бы то ни было в недобросовестной работе, подлоге, фальсификации и фабрикации данных, а хотим лишь поднять вопрос о важности экспликации методологического аспекта сбора социологических данных. Именно из этих соображений мы не раскрываем название проекта, его непосредственного заказчика и исполнителя. С этой же целью будут скрыты фамилии интервьюеров и другая информация, по которой возможно вычислить действующих лиц. Открытыми остаются Лаборатория методологии федеративных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте РФ, поскольку в рамках данного института была проведена аналитическая работа по описываемому проекту. Несмотря на то, что опрос был общероссийский, мы анализировали только данные по Москве ввиду определённых причин: во-первых, благодаря территориальной доступности, во-вторых, выборка по Москве составила 800 человек и представлена в отчёте весьма последовательно, в-третьих, это казалось наиболее простой для выполнения задачей.

При реализации экспериментального плана, описанного в первой главе, мы неожиданно для себя по адресам двух московских маршрутов, обозначенных в отчёте, не только не нашли ни одного респондента, но и обнаружили другие несовпадения (например, в номерах квартир). К слову, оба эти маршрута проверялись опросной компанией. Было решено просмотреть всю предоставленную документацию и найти объяснение такой, как нам тогда казалось, ошибке. По предварительной договорённости с опросной

[9] Международные требования для авторов публикаций и редакторов см. подробнее: http://publicationethics.org/resources/international-standards [Дата обращения: 23.07.2014].

компанией нам были отданы на руки заполненные анкеты и маршрутные листы по всем регионам. Стоит сразу сказать, что отсутствовало связующее звено между этими документами: в маршрутном листе не было телефонов респондента, а в анкетах не было никаких данных о пройденном маршруте или адресе респондента. В анкете были указаны только фамилия интервьюера, время и дата опроса, его продолжительность, номер анкеты в базе.

Согласно полученным отчётным материалам, по Москве всего было пройдено 70 маршрутов силами 46 интервьюеров. Обозначим те материалы, на которых мы основываем наш анализ.

Во-первых, распределение выборки по округам и районам Москвы (далее — спроектированная выборка) — 73 маршрута на 803 анкеты, из которых мы позже исключили Новомосковский АО, Троицкий АО и г. Зеленоград, то есть для Москвы это 70 маршрутов с запланированными на них 770 анкетами.

Во-вторых, база приписок интервьюеров к точкам выборки (далее — база приписок) — документ, в котором обозначены все интервьюеры (их фамилии и идентификаторы), взятые интервью, имена и адреса респондентов, их пол и возраст — всего 783 позиции по Москве.

В-третьих, отчёт по маршрутным листам, где для каждого интервьюера перечислены стартовые точки маршрутов (то есть адрес, случайно сгенерированный из адресов попавшего в выборку района и выданный на руки интервьюеру вместе с квотным заданием; с этой точки интервьюер должен начать прохождение маршрута; на маршруте запланировано 11 интервью, не более трёх интервью в одном доме с шагом в 11 квартир), а также указаны результаты всех обращений по маршруту (таблица 3).

Таблица 3. Пример отчёта по маршрутным листам

Район	Стартовая точка	Полное интервью*	Квота	Отказ	Никого нет дома
Дорогомилово	Кутузовский пр-т, д. 35	10	10	137	131

* В таблице приведены лишь некоторые из закрытий.

В-четвёртых, маршрутные листы (в наличии был 61 маршрутный лист из 70; позже выяснилось, что 61 маршрутный лист включал в себя 64 маршрута).

В-пятых, отчёт о работе интервьюеров (в котором указано, что проверке подверглись 52% данных).

Кратко опишем методику работы с этими документами. Прежде всего, мы разделили работу на три классических этапа: до поля (спроектированное исследование), в поле (реализованное исследование) и после поля (что позже получило название «отчётное» исследование). На каждом этапе наблюдались свои виды нарушения исследовательской этики, например, спроектированная выборка может дублировать выборку для другого исследования (своего рода автоплагиат), а реализованная выборка может сильно не совпадать по своим характеристикам со спроектированной. Конечно же, нельзя оставить без внимания фальсификации интервьюеров, а также «подбивку» данных под требуемые. К сожалению, все эти виды были обнаружены нами при анализе.

Первый этап (до поля: проектирование полевого исследования и подготовка интервьюеров)

Для всероссийского исследования с общим объёмом выборки в 9500 респондентов была предложена многоступенчатая стратифицированная районированная (кластерная) репрезентативная выборка с отбором домохозяйств маршрутным способом и контролем поло-возрастных квот на этапе выбора респондента в домохозяйстве. Статистическая погрешность выборки указана как ±1% при вероятности 0,95. В Москве общий объём выборки в 803 интервью распределился пропорционально 12 административным округам (таблица 4).

Таблица 4. Распределение выборки по Москве

Административный округ, г. Москва (после 1 июля 2012 года)	**Население, тыс. человек**	**Доля, %**	**Расчёт на 803 анкеты**	**Выборка, человек**	**Маршруты, количество**
Центральный	696,6	6,5	52,2	55	5
Северный	1112,9	10,3	82,7	88	8
Северо-Западный	805,4	7,5	60,2	66	6
Северо-Восточный	1249,4	11,6	93,1	88	8
Южный	1573,4	14,6	117,2	121	12
Юго-Западный	1243,8	11,5	92,3	88	8
Юго-Восточный	1160,7	10,7	85,9	88	8
Западный	1098,5	10,2	81,9	77	7

Таблица 4. ***Продолжение***

Административный округ, г. Москва (после 1 июля 2012 года)	**Население, тыс. человек**	**Доля, %**	**Расчёт на 803 анкеты**	**Выборка, человек**	**Маршруты, количество**
Восточный	1403,5	13	104,4	99	9
Зеленоградский	218,8	2	16,1	11	1
Новомосковский и Троицкий	235,8	2,2	17,7	22	2
Итого:	10798,8	100%	803	803	74

Однако в отчёте мы обнаружили, что «для репрезентации Москвы как отдельного субъекта РФ город выделен в отдельную территориальную единицу с объёмом выборки, пропорциональным численности населения Москвы — 794 респондента для общей выборки исследования». Кроме того, в массиве данных Москва представлена числом респондентов в 808. Возник первый вопрос: почему в рамках одного исследования имеются такие, пусть и незначительные, расхождения и почему это не объяснено и/или не оговорено исполнителем. Такая ошибка может быть следствием небрежности при составлении отчётной документации и, возможно, результатом копирования описания выборки или же таблицы из другого отчёта. Впрочем, это лишь гипотеза.

Следующий шаг — распределение маршрутов внутри административных округов. На 9 административных округов Москвы приходится 70 маршрутов и 770 анкет, если исходить из 11 анкет на один маршрут. Нам также были предоставлены таблицы с описанием попавших в выборку районов по каждому административному округу. Рассмотрим такую таблицу на примере Центрального административного округа (таблица 5): из 10 районов в выборку попали пять наиболее населённых: Басманный, Пресненский, Таганский, Тверской, Хамовники. Далее на каждый из выбранных округов попадает один маршрут, для чего случайным образом из списка улиц определяется стартовая точка.

Таблица 5. Распределение выборки по районам Москвы, ЦАО

№	**Районы ЦАО**	**Население, тыс. человек**	**Маршруты, количество**	**Стартовая точка, количество**
1	Арбат	28536	0	0
2	**Басманный**	109086	1	2

Таблица 5. *Продолжение*

№	Районы ЦАО	Население, тыс. человек	Маршруты, количество	Стартовая точка, количество
3	Замоскворечье	56098	0	0
4	Красносельский	47839	0	0
5	Мещанский	58514	0	0
6	**Пресненский**	124015	1	2
7	**Таганский**	117228	1	1
8	**Тверской**	76064	1	2
9	**Хамовники**	103861	1	1
10	Якиманка	26791	0	0
		Итого:	5	8

В предоставленном списке стартовых точек, состоящем из 70 наименований, к ЦАО относятся целых 8 (таблицы 5 и 6): дважды указана Спартаковская улица, даны по две стартовые точки в Пресненском и Тверском районах. Очевидно, что продублированный Басманный район — это ошибка, тем не менее, он присутствует именно в таком виде во всех отчётных материалах. Несоответствие этих данных указывает прежде всего на неточности в оформлении документации, а также явные логические и фактические противоречия, которые могут быть следствием намеренной фальсификации.

Таблица 6. Стартовые точки по районам ЦАО

№ из списка	АО	Район	Отчётная стартовая точка	Респонденты в массиве данных (1 — да, 0 — нет)	Маршрутный лист (1 — да, 0 — нет)
37	ЦАО	Басманный	Спартаковская, д. 6/1	1	1
38	ЦАО	Пресненский	Красная Пресня, д. 9	1	0
40	ЦАО	Пресненский	Большая Грузинская, д. 37	0	1
51	ЦАО	Таганский	Калитниковская, д. 18	1	0
9	ЦАО	Тверской	Тверская ул., д. 27	1	1
20	ЦАО	Тверской	ул. Лесная, д. 7, к. 5	0	0
28	ЦАО	Хамовники	Ефремова, д. 21	1	1
62	ЦАО	Басманный	Спартаковская, д. 6	1 (дубль)	1 (дубль)
			Итого:	5	4

Удивительно, что если посмотреть на полевую документацию, а именно на маршрутные листы, то они предоставлены только для четырёх маршрутов. Например, адреса респондентов с маршрута «Красная Пресня» внесены в базу, но маршрутный лист для них отсутствует. Для респондентов с маршрута «Большая Грузинская», напротив, есть маршрутный лист и заполненные анкеты, но эти респонденты отсутствуют в массиве данных. Не ясно, как и почему это произошло и зачем тогда были переданы эти анкеты. В итоге отчётная документация совпадает только для трёх из пяти маршрутов. Просмотрим эти же показатели по другим административным округам (таблица 7).

Таблица 7. Спроектированная выборка по округам

АО	Спроектированная выборка		Отчётные стартовые точки		Есть ли ошибка в районах (1 — да, 0 — нет)
	Маршруты (количество)	Респонденты (количество)	Количество	Прогноз: количество респондентов	
ЦАО	5	55	8	88	0
САО	8	88	7	77	0
СВАО	8	88	8	88	0
ВАО	9	99	8	88	1
ЮВАО	8	88	8	88	0
ЮАО	11	121	11	121	0
ЮЗАО	8	88	7	77	1
ЗАО	7	77	7	77	0
СЗАО	6	66	6	66	0
Итого:	70	770	70	770	2

На данном этапе можно обнаружить, что для трёх административных округов из девяти было разработано неправильное количество стартовых точек, хотя общее число маршрутов и респондентов совпадает. Неправильное распределение стартовых точек по округам приводит к ошибке в 55 адресов, что составляет порядка 7% от общего числа респондентов (за 100% принимаются 770 респондентов на запланированных 70 маршрутах). Кроме того, ещё в двух административных округах мы обнаруживаем несовпадения по попавшим в выборку районам и разработанным стартовым точкам. В ВАО отсутствуют стартовые точки для попавших в выборку районов Ивановское и Измайлово, в то время как для района Северное Измайлово, который не был выбран для опроса, имеется стартовая точка. Третий округ с ошиб-

кой — ЮЗАО, здесь отсутствуют стартовые точки для районов Академический и Коньково, указанных в спроектированной выборке, но разработана стартовая точка для маршрута в районе Котловка, который в выборку не попал. Перепутанными оказываются ещё шесть районов, что приводит к числу в 66 адресов, а это ещё 8% ошибок от общего числа респондентов. Если сложить эти неточности, то только на первом обозначенном нами этапе обнаруживаются 15% домохозяйств, включённых в спроектированную выборку, по которым выявлены несоответствия в документации. Неизвестно также, с какой документацией шла работа в поле. Мы выделили первый этап логически, поскольку выборка проектируется до поля, но вполне вероятно, что в данном случае описанная в отчёте «спроектированная» выборка «стряпалась» на лету уже после завершения полевого этапа и сугубо для отчёта. Причём, судя по всем несовпадениям, этот отчёт вдумчиво не читался самими менеджерами опросной организации, и уж тем более они не предполагали, что кто-либо будет этот отчёт читать.

Второй этап (полевой)

К сожалению, у нас не было возможности проверить работу интервьюеров опросной компании в процессе сбора информации, поэтому мы можем анализировать их работу лишь по маршрутным листам. Какие ошибки мы обнаружили? В первую очередь это, конечно же, нарушение методики проведения опроса. Интервьюеры не соблюдали шаг, опрашивали все квартиры сплошняком, порой даже забывали менять дом и собирали все 11 интервью в одном доме. Иногда просто ходили в те квартиры, в какие им хотелось, не демонстрируя видимой логики своих перемещений. В целом нарушение шага обнаружено в большинстве (39) из предоставленных маршрутных листов, причём практически каждый интервьюер нарушал по-своему. Получается, что с соблюдением методики опроса (мы не проверяли переход от дома к дому) у нас только 25 маршрутных листов, или 36% от планируемых 70 маршрутов. Всё это делает просто невозможным методически оценивать реализованную выборку.

Не всегда понятен переход интервьюеров от одного дома к другому. Иногда это соседние дома, а иногда расстояние между ними составляет более километра. Были обнаружены и «заходы» в соседние районы, например, интервьюер отрабатывал два маршрута в районах Южное и Северное Орехово-Борисово. Работая практически на пересечении этих районов, он взял 9 интервью в первом и 13 во втором. Очень много вопросов вызывает регистрация интервьюерами диспозиционных кодов: например, у одних интервьюеров для 11 интервью потребовалось 28 или 19 обращений, у дру-

гого — 160. Удивляет, и когда у интервьюера по улице Шоссейная идут следующие коды: с 49 кв. по 56 кв. никого нет дома, с 57 кв. по 69 кв. — поло-возрастная квота, с 70 кв. по 89 кв. никого нет дома и т. д. У другого интервьюера по улице Михайлова с 16 кв. по 20 кв. никого нет дома, с 21 кв. по 27 кв. — отказ от интервью, с 28 кв. по 32 кв. — категорический отказ от интервью, с 33 кв. по 40 кв. никого нет дома. При этом видимого нарушения шага у этих интервьюеров нет. А вот интервьюер по маршруту на Большой Грузинской улице «перестарался» с шагом — у него каждое обращение, вне зависимости от результата, идет через 11 квартир: 1 кв., 12 кв., 23 кв., 34 кв., 45 кв… Это говорит о явном непонимании процедуры опроса большинством интервьюеров. У кого-то шаг в 5 квартир, у кого-то в 10 квартир. В самом же отчёте указаны шаги в 10 квартир и в 11 квартир, что, опять же, свидетельствует о небрежном отношении к этому документу со стороны исполнителя.

Не всегда в маршрутных листах маршруты доведены до конца, хотя для этих маршрутов в базе приписок указано большее числе интервью, совпадающее по числу с запланированными. Неизвестно, что является источником ошибки в данном случае: забывчивость интервьюера заполнять маршрутные листы или же добавление полевым отделом необходимых квартир. И если в первом случае опрос действительно мог быть, то во втором это явная фабрикация.

Всего по имеющимся у нас маршрутным листам зафиксировано 701 интервью, причём в 13 случаях число интервью в маршрутном листе и число адресов респондентов в отчётной документации не совпадают. Сами маршрутные листы иногда могли включать в себя только половину или часть маршрута, но были и такие, где отрабатывались сразу два. В общей сложности по последним подсчётам у нас оказались в наличии 64 маршрутных листа, то есть не хватать должно только шести. Но самое удивительное, что маршрутные листы и разработанные для них стартовые точки не всегда совпадают. Так, появилось семь новых адресов, не указанных нигде ранее, а всего из имеющихся у нас маршрутных листов стартовые точки изначально были указаны лишь для 57 маршрутов. Если смотреть на адреса респондентов, а именно на те дома, в которых проходил опрос, то можно обнаружить большое число ошибок, например, в маршрутном листе ясно и чётко зафиксирована улица Жукова, которой в Москве нет, а есть проспект Маршала Жукова. Соответственно, в базе приписок обозначена тоже улица Жукова, что ошибочно. Некоторые маршруты не совпадают с попавшими в выборку районами, особенно это относится к новым стартовым точкам. Спроектированное и реализованное число маршрутов совпадает только по трём округам из девяти, причём в одном из них имеется ошибка в районе (таблица 8).

Если проанализировать дома, в которых проходил опрос, по всем обозначенным в 64 маршрутных листах респондентам (без учета номера квартиры), то получится, что в 30 из них обнаруживаются либо несуществующие, либо

Таблица 8. Реализованная выборка по округам (исходя из маршрутных листов)

АО	Спроектированная выборка		Реализованная выборка		Есть ли ошибка в районах (1 — да, 0 — нет)
	Маршруты (количество)	Респонденты (количество)	Маршруты	Интервью	
ЦАО	5	55	4	44	1
САО	8	88	6	66	1
СВАО	8	88	5	57	1
ВАО	9	99	10	108	1
ЮВАО	8	88	8	88	0
ЮАО	11	121	10	112	0
ЮЗАО	8	88	8	88	1
ЗАО	7	77	7	77	0
СЗАО	6	66	5	49	0
Итого:	70	770	64	700	5

нежилые дома. Так, в маршруте по Бульвару Яна Райниса указан дом 7 по улице Планерная, который является торговым центром. Аналогичная ситуация с адресом: улица Гарибальди, дом 23 — это торговый центр «Панорама», в котором, очевидно, нет жилых квартир. Всего на маршрутах были найдены в виде опрошенных домов небольшой магазин (ул. Люблинская, д. 27 — ларёк), офисное здание (ул. Партизанская, д. 27), медицинское учреждение (ул. Абрамцевская, д. 16, к. 1 — ДЦ СВАО № 5), бытовое помещение (ул. Судостроительная, д. 11) и вовсе промышленная зона (8-я ул. Соколиной Горы, д. 26 а). В данном случае мы имеем дело с прямыми фальсификациями и фабрикациями интервьюеров, не проверенными опросной компанией. На наш взгляд, напрямую оценить число ошибок, а также всех случаев намеренного нарушения исследовательской этики не представляется возможным, хотя обнаруженные нами случаи не обнадёживают. Более подробный анализ отработанных маршрутов будет представлен в 3 и 4 главах.

Третий этап (после поля)

Перейдём к последнему этапу, а именно проверке полевой работы, вводу данных и их редактированию исполнителем. В первую очередь мы обнаружили большое число ошибок в названии улиц: Новокузнецкая вместо Новощукинская, Алышов и Альков переулок вместо Алымов, Дубнинская

вместо Дубининская (хотя в спроектированной выборке присутствуют обе улицы), улица Болотников вместо Болотниковской и так далее. В базу приписок дважды внесены адреса маршрута по Осташковскому шоссе. Нами также были отмечены исправления номеров домов (например, интервьюер не соблюдал шаг — в отчёте изменены номера квартир так, чтобы шаг был не менее 11 квартир, или по маршрутному листу опрос был всего в двух домах, а в отчёте указано минимально необходимое число — 4). В более чем 20 случаях изменён возраст респондента. Можно ли это списать на случайные ошибки? Вряд ли, особенно когда меняется шаг. Обнаруживаются и респонденты, не указанные в имеющихся маршрутных листах, то есть их наличие не подтверждается полевой документацией. Большое число ошибок обнаружено и при набивке диспозиционных кодов из имеющихся маршрутных листов (в 13 случаях). Также как минимум в 35 маршрутных листах неправильно подсчитаны коды достижимости, соответственно, велика вероятность, что они неправильно перенесены в базу данных.

Далее, по адресам респондентов (из списка 783 адресов) выявлены ещё два маршрута по СВАО, которые присутствуют в набивке: по Янтарному проезду (район Лосиноостровский) и по улице Лескова (район Бибирево). По обоим этим маршрутам отсутствуют маршрутные листы, и мы не можем проверить их достоверность. В любом случае, по этим данным, в каждом из этих двух районов было реализовано два маршрута вместо одного, и все четыре маршрута занесены в массив.

Есть два маршрутных листа, которые отсутствуют в базе: по улице Енисейская (Бабушкинский район) и по улице Вешняковская (район Вешняки). При более детальном изучении этих маршрутных листов, а также ввиду того обстоятельства, что не так много адресов в базе приписок остались не подтверждёнными, мы решили сопоставить имена и возраст респондентов. Оказалось, что имена и данные всех респондентов из этих двух маршрутных листов присутствуют в базе, но их адреса изменены на адреса районов Митино и Строгино (таблица 9).

Таблица 9. Сфальсифицированные адреса

№	Улица, дом в маршрутном листе	Округ по факту	Район по факту	Улица, дом в отчёте	Округ в отчёте	Район в отчёте	Имя респондента	Возраст
1	Енисейская, 25	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 10	СЗАО	Митино	Вера	42
2	Енисейская, 29	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 10	СЗАО	Митино	Илья Исаеевич	62

Таблица 9. ***Продолжение***

№	Улица, дом в маршрутном листе	Округ по факту	Район по факту	Улица, дом в отчёте	Округ в отчёте	Район в отчёте	Имя респондента	Возраст
3	Енисейская, 25	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 10	СЗАО	Митино	Нина Николаевна	50
4	Енисейская, 29	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 10	СЗАО	Митино	Алиса	27
5	Енисейская, 31	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 10	СЗАО	Митино	Александр Сергеевич	52
6	Енисейская, 19	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 12	СЗАО	Митино	Галина Васильевна	61
7	Енисейская, 34	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 12	СЗАО	Митино	Павел	30
8	Енисейская, 34	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 12	СЗАО	Митино	Максим	19
9	Енисейская, 31	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 12	СЗАО	Митино	Сергей	39
10	Енисейская, 19	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 14	СЗАО	Митино	Раиса Егоровна	70
11	Енисейская, 29	СВАО	Бабушкинский	Митинская, 14	СЗАО	Митино	Ксения	24
12	Молдагуловой, 10, к. 2	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 1	СЗАО	Строгино	Галина Анатольевна	64
13	Вешняковская, 41	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 1	СЗАО	Строгино	Соня	44
14	Вешняковская, 41	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 1	СЗАО	Строгино	Паша	24
15	Молдагуловой, 30	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 3	СЗАО	Строгино	Татьяна	24
16	Молдагуловой, 30	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 3	СЗАО	Строгино	Вика	33
17	Молдагуловой, 10, к. 3	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 3	СЗАО	Строгино	Лидия Даниловна	70
18	Молдагуловой, 10, к. 4	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 3	СЗАО	Строгино	Андрей Иванович	52
19	Молдагуловой, 30	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 5	СЗАО	Строгино	Виталий Борисович	64
20	Молдагуловой, 10, к. 4	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 5	СЗАО	Строгино	Денис	26
21	Молдагуловой, 10, к. 3	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 5	СЗАО	Строгино	Матвей	35
22	Вешняковская, 41	ВАО	Вешняки	Маршала Катукова, 5	СЗАО	Строгино	Людмила Владимировна	54

Удивительно, что совпадают даже номера квартир и имена интервьюеров. Получается, что имеет место прямая фальсификация, когда запасные интервью с одного административного округа переписываются на другой административный округ; причём исходные данные не меняются, то есть подлог обнаружить не так сложно (ведь нам были даны маршрутные листы). Это говорит не только о халатности полевого отдела, но даже и об уверенности в том, что подлог раскрыт не будет. Иными словами, налицо убеждённость в том, что все эти документы нужны лишь для проформы.

В целом отчётная документация по третьему этапу содержит 71 маршрут по Москве, в котором обозначены 783 респондента (таблица 10). Эти данные не сильно противоречат тому, что планировалось в спроектированной выборке: 70 маршрутов на 770 респондентов. Можно предположить, что ошибка как раз из-за двойной набивки респондентов по одному маршруту. Если же «разделить» эти маршруты на округа, то полное совпадение между «спланированными» респондентами и опрошенными обнаружится только в четырёх АО, причём только в одном из оставшихся пяти расхождение незначительно (в одного респондента). Тем не менее, если свести всю отчётную документацию по всем трём этапам, то мы получим совпадения уже только в 53 маршрутах и 570 респондентах и только два «чисто» отработанных АО. Например, по СВАО совпали только три маршрута и 35 респондентов, что даёт всего 40%. Таким образом, в самих отчётных материалах

Таблица 10. «Отчётная» выборка

АО	Спроектированная выборка		Отчётная выборка		Совпадает полностью		% совпадений
	Маршруты (количество)	Респонденты (количество)	Маршруты (количество)	Респонденты (количество)	Маршруты (количество)	Респонденты (количество)	
ЦАО	5	55	5	55	3	33	60
САО	8	88	7	75	5	55	63
СВАО	8	88	10	112	3	35	40
ВАО	9	99	8	88	7	75	76
ЮВАО	8	88	8	88	8	88	100
ЮАО	11	121	11	122	10	111	92
ЮЗАО	8	88	9	100	6	67	76
ЗАО	7	77	7	77	7	77	100
СЗАО	6	66	6	66	4	39	59
Итого:	70	770	71	783	53	570	74

обнаруживается преемственность только для 74% данных, что не может не шокировать.

По сути, наиболее важной ошибкой третьего этапа является отсутствие преемственности всей отчётной документации, которую предоставил исполнитель. Именно ввиду несоответствия, обнаруженного нами при анализе маршрутных листов, возник вопрос о «чистоте» данных, что привело к такому тщательному и даже в чём-то дотошному анализу материалов. Очевидно, что именно третий этап необходим для того, чтобы привести все данные в «презентабельный» вид, по возможности сгладив все шероховатости и исправив недочёты, и, при явных несоответствиях, воспользоваться возможностью сфабриковать и сфальсифицировать. Мы отдаём себе отчёт в том, что если бы опросная компания уделила достаточное «внимание» предоставляемым данным, скрыла бы все неточности, то обнаружить подлог было бы крайне сложно. И то, что обнаружили мы, по идее, должно было быть обнаружено и исправлено полевыми менеджерами именно на третьем, послеполевом этапе. Игнорирование исполнителем необходимости корректировки и приведения в соответствие с требованиями не только итогового массива, но и менее «важных» документов, по которым можно судить о проведённом опросе, говорит скорее о том, что эта задача для компании не только не является первостепенной, но и, вполне возможно, расценивается как никому не нужный труд. В противном случае стала бы она рисковать своим имиджем, предоставляя внутренне противоречивую информацию о своей работе, более того, с очевидными доказательствами значительных фальсификаций и фабрикаций?

Кратко обозначим результаты, к которым мы пришли в ходе анализа трёх этапов работы по сбору данных: до поля (спроектированное исследование), в поле (реализованное исследование) и после поля (что позже получило название «отчётное» исследование).

Во-первых, стартовые точки маршрутов не всегда совпадают с районами спроектированной выборки (последние могут заменяться, дублироваться или отсутствовать). Число районов не совпадает с указанным в спроектированной выборке. Для 15% домохозяйств, включённых в выборку, обнаружены несоответствия в отчётной документации.

Во-вторых, в методическом отчёте опросной компании указываются разные объёмы выборки для Москвы: в одном месте — 794 респондента, через три страницы — 803 респондента. В массив данных внесено 808 анкет.

В-третьих, на предварительном инструктаже интервьюерам не разъяснялись шаг и процедура регистрации обращений. Было обнаружено всего 25 маршрутных листов, в которых соблюдается методика опроса, что составляет 36% от планируемых 70 маршрутов.

В-четвёртых, в 30 из 64 маршрутных листов (без учёта номера квартиры) обнаруживаются либо несуществующие, либо нежилые дома.

В-пятых, выявлено большое число ошибок и прямых фальсификаций при вводе данных: ошибки в названии улиц, дублирование адресов, исправления номеров домов, изменения возраста респондента, добавление респондентов, не указанных в маршрутных листах, множественные ошибки при подсчёте диспозиционных кодов.

В-шестых, выявлены два случая прямой фальсификации (для 22 анкет, или двух маршрутов). Только по отчётным материалам обнаруживается преемственность всего для 74% данных. Только 15 маршрутов из 70 запланированных (21%) не имеют тех или иных ошибок.

Рассматривая труд одного интервьюера (см. первую главу), мы могли столкнуться с сомнениями скептиков о выпадающем случае, нетипичном для опросной компании. Теперь, после детального изложения московской части выборки, не остаётся сомнений в систематичности, тотальности и приемлемости полевых фабрикаций для всей компании. Не подвергая сомнению профессионализм аналитиков, социологов, руководителей исследовательских проектов, мы видим их парадоксальное отчуждение от оснований эмпирического знания, полевой работы, которая ведётся по своим, закрытым от профессионального сообщества канонам. И эта закрытость — не результат злого умысла или коварности интервьюерского сословья. Перед нами всего лишь плоды методической небрежности и невнимательности, отсутствия какого-либо интереса к качеству результатов опроса, выходящему за рамки никем не читаемых формальных методических отчётов. Если отсутствует работа по анализу результативности опроса, сравнению реализованной выборки с проектируемой, детальному изучению коммуникативных особенностей протекания интервью, говорить о качестве можно лишь в сослагательном наклонении. Как-если-бы данные порождают как-если-бы прогнозы и аналитические заключения.

ГЛАВА 3

ХОЖДЕНИЕ ПО МАРШРУТАМ, ИЛИ ГДЕ ЖИВУТ РЕСПОНДЕНТЫ

В исследовательской практике известно много способов выявления недобросовестных интервьюеров. Традиционные процедуры верификакции данных для социологических исследований, будь то поквартирный или телефонный опрос, довольно схожи: выборочный прозвон респондентов по зафиксированным интервьюером телефонным номерам, проверка документов, предоставленных интервьюером, оценка адекватности заполнения анкеты, вопросы-ловушки в самой анкете и так далее. В докладе Американской ассоциации исследователей общественного мнения от 2003 года обозначены пять наиболее эффективных способов выявления фальсификаций: наблюдение за процессом сбора информации, повторное обращение к респондентам, постоянный обзор административных данных, данных о процедуре опроса, а также данных самого опроса [American Association for Public Opinion Research, 2003: 6]. Первые два способа, а именно наблюдение за полевой работой и повторное обращение к респондентам, подразумевают наличие контролёра, который будет прослушивать или просматривать состоявшиеся взаимодействие между интервьюером и респондентом, связываться тем или иным способом с респондентами и выяснять у них подробности. Эти классические методы могут быть эффективно использованы для контроля работы интервьюеров и недопущения большинства фабрикаций и фальсификаций, но на практике часто оказывается, что ими пренебрегают или же используют их не в полной мере. Кроме того, эти методы не всегда в должном объёме контролируют качество собираемых данных, выполнение интервьюером всех необходимых требований. Три других способа, указанные нашими зарубежными коллегами, связаны с метаданными/параданными — данными о процедуре опроса, а также непосредственно с полученными распределениями. Например, выявление аномальных по длительности интервью, странных диспозиционных кодов, оценка дневной и недельной продуктивности (результативности) интервьюера помогают чётче определить «подозрительных» и недобросовестных интервьюеров, работу которых нужно проверять более тщательно.

Как отмечается в докладе, сфабрикованные данные определить гораздо проще, чем подделанные, особенно когда фальсифицируются лишь части анкеты. Во втором случае обнаружить подлог становится не только

проблематичным, но и затратным [American Association for Public Opinion Research, 2003: 6]. Для некоторых современных исследований разрабатываются специальные системы диагностирования «фальшивых» анкет. Авторы Американского национального опроса о потреблении наркотиков и здоровье (NSDUH[10]) создали специальную детальную систему выявления фальсификаций интервьюеров, включающую в себя опрос по почте и телефону, контроль за полевой работой, а также анализ интервью и данных о процедуре опроса, позволяющих выявить случаи, которые требуют дополнительной проверки [Murphy et al, 2004]. По мнению авторов, многие интервьюеры могут обойти классические методы проверки своей работы, а поскольку материальной и физической возможности проверять все собранные данные нет, необходимо совершенствовать систему их проверки, вводя всё новые переменные. Так, в упомянутом проекте анализируется индивидуальная достижимость интервьюера на маршруте и позже сопоставляется с общей достижимостью, что позволяет сделать определённые выводы. Кроме того, распределения при ответах на вопросы в анкетах конкретного интервьюера сравниваются с общими распределениями. Поскольку интервьюеры не располагают статистической информацией по вопросам анкеты, ответы в сфабрикованных анкетах зачастую сильно отличаются от аналогичных у большинства коллег. Авторы статьи приводят пример, когда три интервьюера, недобросовестная работа которых была позже подтверждена, указали значительно более низкий процент курящих (26,1% и 29,9% при средних 56,9%), употребляющих алкоголь (59,8%, 50,4% и 37,6% при средних 71,3%), а один из них «завысил» долю потребителей инъекционных наркотиков (4,2% при средних 1,8%) [Murphy et al, 2004: 6]. Не зная реальных распределений в ответах на эти вопросы, интервьюеры полагались на собственные ощущения и мысли, что и привело к столь большой разнице. Конечно, такой метод выявления ненастоящих анкет возможен только при сопоставимых условиях работы, где немаловажны также территориальный и временной факторы.

Во многих работах последних лет исследователи разделяют непосредственно сами данные, а также данные о процедуре опроса — метаданные или параданные [Birnbaum, 2012]. На основе данных о процедуре опроса создаются новые методики выявления сфальсифицированных анкет и/или недобросовестных интервьюеров. Бирнбаум описывает систему контро-

[10] The National Survey on Drug Use and Health — ежегодный опрос об употреблении наркотиков и наркотической зависимости среди неинституционализированного гражданского населения, то есть людей от 16 лет, которые не содержатся в исправительных учреждениях, учреждениях для лиц с психическими расстройствами, домах престарелых, а также не состоят на службе в армии. Исследование финансируется государством.

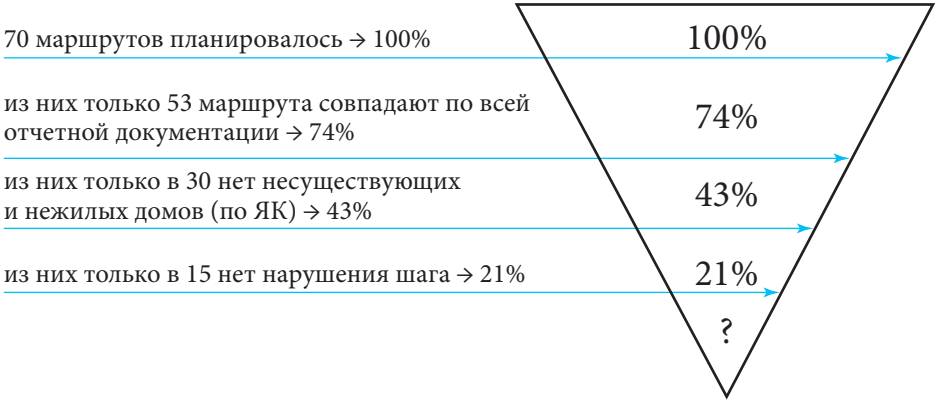
ля интервьюеров, работающих в программе “Community Health Worker” (CHW) в Танзании, которая во многом основана на анализе параданных. Он заключает, что фальсификации интервьюеров в этой программе могут сводить её эффективность к минимуму, ведь именно на основе полученных в ходе опроса данных осуществляется, например, адресная помощь, поэтому вопрос о выявлении фабрикаций встаёт особенно остро. Он выделяет такие важные переменные, как географические координаты, полученные при помощи GPS, время и длительность интервью, малая вариативность данных, протяжённость маршрута [Birnbaum, 2012: 59]. Бирнбаум разработал экспериментальный план, в рамках которого была создана алгоритмическая система по выявлению фабрикаций интервьюеров, для чего в «реальный» массив были добавлены сфабрикованные теми же интервьюерами анкеты (по типу контрольной группы).

В самом начале интервьюеров, которые работают на проекте, попросили за небольшое вознаграждение заполнить несколько анкет без проведения опроса, только по своим собственным представлениям, причём им была дана инструкция «представить себя клиентом и ответить так, как ответил бы клиент». За два с половиной часа 25 интервьюеров заполнили 529 анкет. Краткий анализ полученных таким способом данных не выявил никаких сильных разногласий или же особых ухищрений интервьюеров при заполнении анкет [Birnbaum, 2012: 37]. Сам экспериментальный план включал в себя три этапа: на первом интервьюерам сообщили, что для более близкого ознакомления с инструментарием, по которому они в дальнейшем будут работать, им необходимо сейчас заполнить несколько анкет и далее попросили опросить друг друга для отработки анкеты. На втором этапе был осуществлен непосредственно сам опрос. И только на третьем интервьюерам сообщили настоящую цель — формирование практики по выявлению фабрикаций — и попросили подделывать анкеты максимально реалистично. За анкеты, которые были сфабрикованы наилучшим образом, оплата была выше. Позже интервьюерам присылались письма с описанием различных алгоритмов, по которым высчитывались сфабрикованные анкеты, и они должны были каждый раз попытаться обойти эти алгоритмы. Конечно, как отмечает Бирнбаум, полной уверенности в том, что «настоящие» анкеты были собраны без нарушений, а также в том, что сфабрикованные анкеты были сфабрикованы тем же способом, что и «в поле», нет; тем не менее для общей оценки разработанных алгоритмов эти данные достаточно надёжны [Birnbaum, 2012: 37]. Созданная им алгоритмическая система по выявлению фабрикаций совместно с анализом параданных работает с точностью от 82 до 90%, что однозначно заслуживает внимания.

Обнаружив множество несовпадений в полевой документации общероссийского опроса, мы решили сделать следующий шаг и проанализировать

те 53 маршрута, которые на первый взгляд выглядели «чистыми». Прежде всего мы просмотрели маршрутные листы на предмет ошибок. Далее проверили наличие домов, в которых был проведён опрос, при помощи «Яндекс-карт»[11] с панорамами улиц, после чего — нарушение шага интервьюерами. В 23 маршрутах из 53 оказались несуществующие и нежилые дома, что сужает число «чистых» маршрутов до 30, а это уже всего 43% от общей выборки по Москве. В половине этих 30 маршрутов обнаружилось нарушение шага, в ряде случаев достаточно грубое. Таким образом, без нарушений или ошибок осталось всего 15 маршрутов, или 21% от общего числа. Это радикальное снижение числа чётко отработанных маршрутов, где на выходе остаётся всего пятая часть от общего числа запланированных анкет, мы назвали «воронкой правды» (рисунок 3).

Рисунок 3. «Воронка правды»



Оставшиеся 15 маршрутов, совпавшие по документации, с существующими домами и без ошибок шага, мы решили проработать более детально, для чего подготовили экспериментальный план. Приведём список маршрутов (таблица 11).

При детальном рассмотрении оставшихся 15 маршрутов вызывают вопросы три: № 1 в Вешняках и № 9 в Щукино, поскольку дублируется уже опрошенный район, а также № 10 в Южном Орехово-Борисово, поскольку адреса этого маршрута перепутаны с адресами маршрута

[11] Сервис «Яндекс-карты» http://maps.yandex.ru/?ll=37.617671%2C55.755768&spn=1.290894%2C0.367081&z=10&l=map

Таблица 11. Список «чистых» маршрутов

№	АО	Район	Стартовая точка маршрута	Количество обращений/ полных интервью	Интер-вьюер	Коммен-тарий
1	ВАО	Вешняки	Вешняковская, 9–1	89/11	О.	дублируется район
2	ЗАО	Дорогомилово	Кутузовский пр-т, 35	307/11	Ш.	
3	ЗАО	Можайский	Кубинка, 4	268/11	Ш.	проверила Галиева
4	ЗАО	Раменки	Раменки, 6, к. 1	91/11	Т.	
5	ЗАО	Фили-Давыдково	Кастанаевская, 23	485/11	Ш.	
6	САО	Войковский	Старопетровский пр-д, 10 б	144/11	У.	проверила Ипатова
7	САО	Тимирязевский	Дмитровское шоссе, 37, к. 1	129/11	У.	
8	СВАО	Отрадное	Декабристов, 20/1	90/12	К.	
9	СЗАО	Щукино	Новощукинская, 2	57/11	А-1.	дублируется район
10	ЮАО	Орехово-Борисово Южное	Ореховый б-р, 11	33/9	А-2.	перепутаны адреса
11	ЮВАО	Выхино-Жулебино	Ферганский пр-т, 1	143/11	Д.	
12	ЮВАО	Марьино	Подольская, 7	64/11	М.	
13	ЮВАО	Печатники	Полбина, 2, к. 1	446/11	Г.	проверила Вьюговская
14	ЮЗАО	Ломоносовский	Кравченко, 4. к. 1	89/11	Т.	
15	ЮЗАО	Ясенево	Ясногорская, 13–1	99/11	Е.	

в Северном Орехово-Борисово. Такие нарушения также приводят к значимым смещениям, поэтому мы исключаем эти маршруты из дальнейшего анализа. Ещё в четырёх маршрутах не ясными остаются передвижения интервьюера и как минимум в трёх — малое количество обращений. Например, маршрут по улице Полбина в районе Печатники выглядит странным как по регистрации диспозиционных кодов, так и по выбору домов, потому мы решили лично его проверить. Поясним: если обратиться к маршрутному листу, то видно, что интервьюеру, несмотря на большое число обращений (446 для 11 интервью), очень «везло» на повторяющи-

еся коды в соседних квартирах. Например, с первой по десятую квартиру в доме 2, корпус 1 по улице Полбина никого не было дома, в одиннадцатой посчастливилось взять интервью, пять квартир подряд — с 23 по 27 — ответили дружным отказом, в семи квартирах — с 33 по 40 — опять никого не было, а в восьми квартирах — с 40 по 47 — опять все подряд отказали. К слову, такая «игра» в диспозиционные коды продолжалась по всему маршрутному листу (рисунок 4), иногда доходя до абсурда: отсутствие всех жильцов в квартирах с первой по 54-ю по улице Шоссейной, дом 3, и тут же подряд девять квартир (с 55-й по 63-ю), в которых не только были жильцы, но и все (!) не подошли по поло-возрастной квоте. Потом опять 15 квартир подряд в том же доме отказали интервьюеру, в 10 следующих никого не было дома, следующие (тут уже интервьюеру, видимо, надоело частить, и он решил взять как можно больше квартир одним махом) 24 квартиры опять отказали, в 17 — никого не было дома, и только в 130 квартире несчастному интервьюеру улыбнулась удача, и он смог взять интервью. Опрос в этом доме он не продолжил и перешёл к дому номер 14 по той же улице. К слову, этот дом находится почти в 500 метрах от первого.

Рисунок 4. Страница из маршрутного листа по улице Полбина

Маршрутный лист

Город — Начальная точка маршрута (улица, дом)

Номер участка — Интервьюер — №

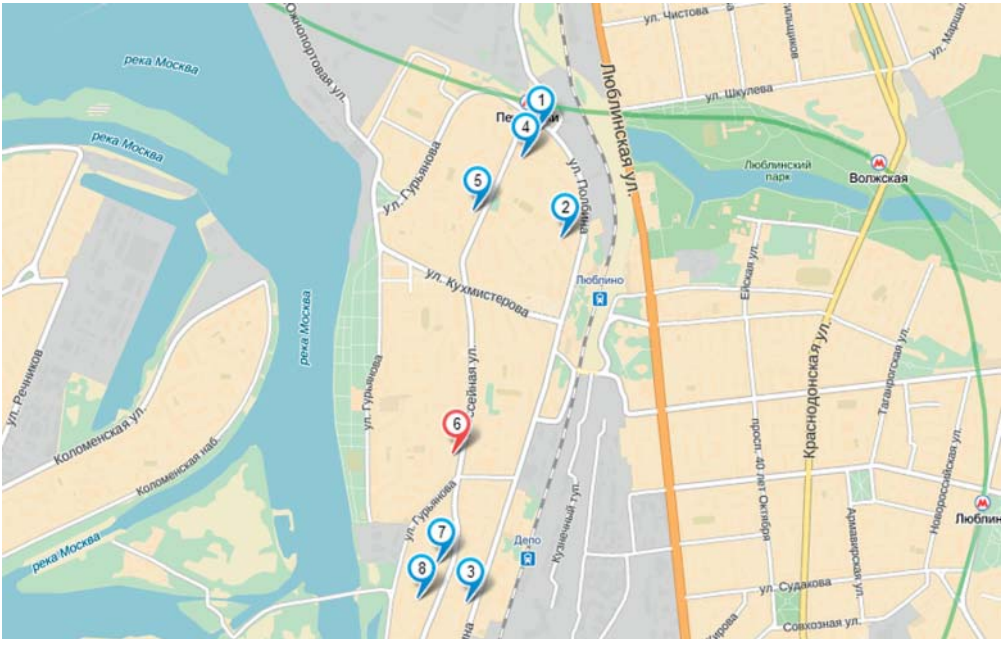
Код результата

1 - Проведено полное интервью (с 1 раза)
2 - Проведено полное интервью (со 2 раза)
3 - Проведено полное интервью (с 3 раза)
4 - Не подошли по половозрастной квоте
5 - Подходит по скринеру, но отказ от интервью
6 - Никого нет дома
7 - Невозможно попасть в подъезд / дом
8 - Прерванное интервью
9 - Категорический отказ

№ п/п	Улица	№ дома, корпус	№ кварт.	Код результата	Имя, отчество респондента	Возраст /Пол
20	Полбина	62	15-23	4		
21	Полбина	62	24-37	6		
22	Полбина	62	38-50	6		
23	Шоссейная	3	1-27	6		
24	Шоссейная	3	28-54	6		
25	Шоссейная	3	55-69	4		
26	Шоссейная	3	64-78	5		
27	Шоссейная	3	79-91	6		
28	Шоссейная	3	89-102	5		
29	Шоссейная	3	99-129	6		
30	Шоссейная	3	130	1	Светлана Анатольевна	45, женский
31	Шоссейная	14	1-13	6		
32	Шоссейная	14	14	4		
33	Шоссейная	14	15	1	Михаил Викторович	52, мужской
34	Шоссейная	14	9?	6		
35	Шоссейная	14	44-52	5		
36	Шоссейная	54	1-13	4		
37	Шоссейная	54	24-33	5		
38	Шоссейная	54	34-48	4		

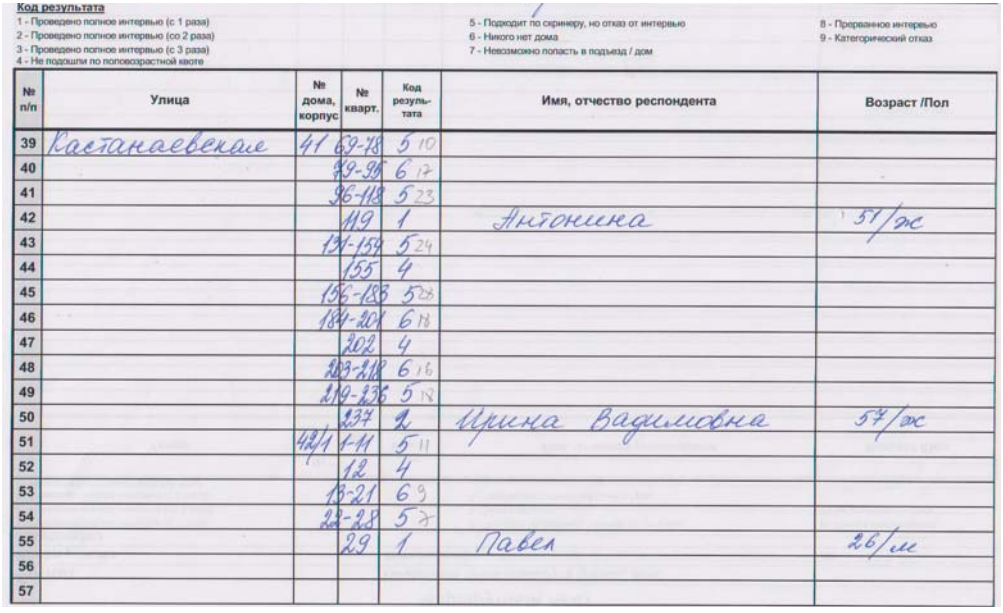
Такие расстояния интервьюер преодолевает уже не раз, например, первый и второй дома по маршруту находятся на расстоянии в более чем 700 метров, а всего длина маршрута по грубой прикидке вышла более 7 километров (рисунок 5), что выглядит довольно сомнительно для спального района с большим числом жилых домов. Как выяснилось, дело вовсе не в «везучести» и спортивной подготовке интервьюера, но об этом позже.

Рисунок 5. Схема маршрута по улицам Полбина и Шоссейная, г. Москва



«Странности» при прохождении маршрута встречались почти каждый раз: аналогичные «игры» с диспозиционными кодами, когда интервьюер объединял подряд несколько квартир, обнаружились более чем в половине случаев (рисунок 6). Это может свидетельствовать о том, что подобная практика довольно распространена. Кроме того, логические непрозрачные переходы от дома к дому на маршруте, которые сложно структурировать и объединить в систему, поскольку мы не знаем, чем руководствовался каждый интервьюер при принятии решения, также говорят о невозможности контролировать не только работу интервьюеров, но и саму выборку. Гипотетически объяснить большой разброс домов на маршруте можно опросом на улице, когда маршрутный лист подгоняется под «получившихся» респондентов.

Рисунок 6. Страница из маршрутного листа по улице Кастанаевская



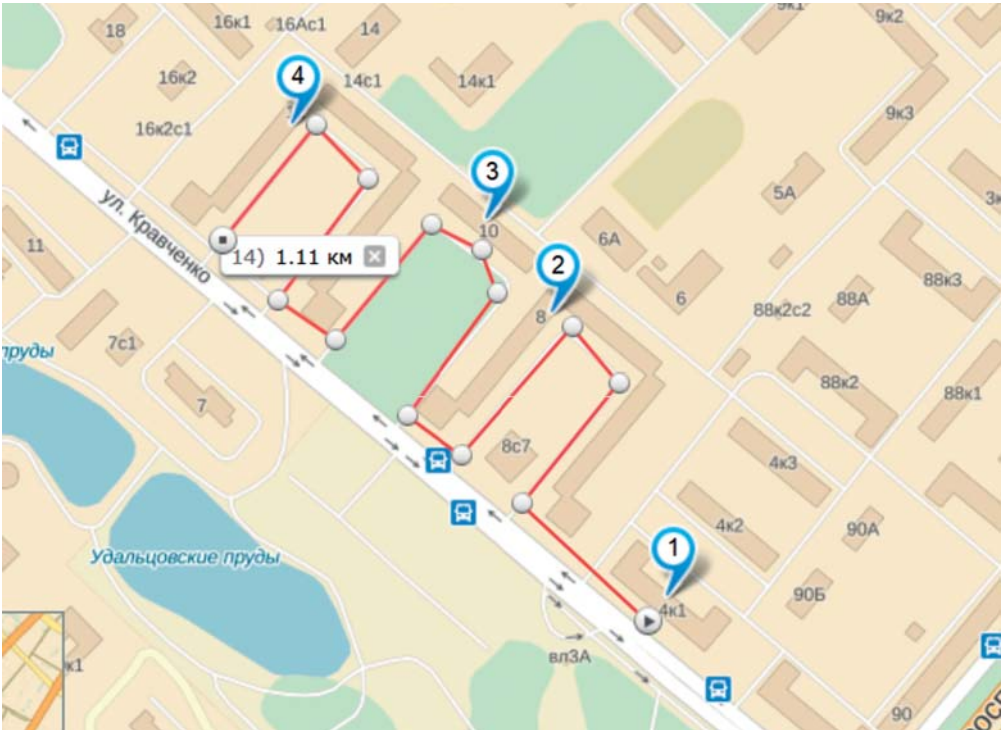
Код результата
1 - Проведено полное интервью (с 1 раза)
2 - Проведено полное интервью (со 2 раза)
3 - Проведено полное интервью (с 3 раза)
4 - Не подошли по половозрастной квоте
5 - Подходит по скринеру, но отказ от интервью
6 - Никого нет дома
7 - Невозможно попасть в подъезд / дом
8 - Прерванное интервью
9 - Категорический отказ

№ п/п	Улица	№ дома, корпус	№ кварт.	Код результата	Имя, отчество респондента	Возраст /Пол
39	Кастанаевская	41	69-78	5 10		
40			79-95	6 17		
41			96-118	5 23		
42			119	1	Антонина	51/ж
43			134-154	5 24		
44			155	4		
45			156-183	5 23		
46			184-201	6 18		
47			202	4		
48			203-218	6 16		
49			219-236	5 18		
50			237	1	Ирина Вадимовна	57/ж
51		42/1	1-11	5 11		
52			12	4		
53			13-21	6 9		
54			22-28	5 7		
55			29	1	Павел	26/м
56						
57						

Что касается логики перемещений, то этот вопрос требует отдельного рассмотрения. Например, на рисунке 7 представлена схема маршрута со стартовой точкой на улице Кравченко, дом 4, корпус 1. Интервьюер опросил минимальное количество домов для 11 анкет, поскольку более трёх анкет в одном доме по правилам брать было нельзя. Все дома находятся в непосредственной близости друг от друга, и можно предположить, как передвигался интервьюер. На этом маршруте предполагаемое расстояние, которое прошёл интервьюер, составляет чуть более одного километра, что вполне правдоподобно. Тем не менее даже в этом случае, когда маршрут выглядит логичным и последовательным, не ясно, почему интервьюер пошёл после «стартового» дома № 4, корпус 1 в дом № 8, а не, например, в № 4, корпус 2.

Из списка в 15 адресов мы выбрали два маршрута, по которым решили пройти заново. Это маршрут № 13 со стартовой точкой на улице Полбина, дом 2, корпус 1 в районе Печатники и маршрут № 6 в Войковском районе со стартовой точкой в Старопетровском проезде, дом 10 б. Эксперимент, казалось, имел смысл только в том случае, если благодаря ему можно сделать новые и полезные для анализа поквартирных опросов выводы. С этой целью были разработаны два новых маршрутных листа. В первом предполагалось фиксировать респондентов из первоначальных маршрутов, как и в прошлом эксперименте (таблица 12). А второй маршрутный лист должен

Рисунок 7. Схема маршрута со стартовой точкой: улица Кравченко, 4, корпус 1



был полностью, со всеми обращениями, дублировать маршрут, по которому ходил интервьюер (таблица 13, части 1, 2).

Таблица 12. Маршрутный лист для регистрации респондентов

№	Имя респондента	Адрес респондента	Возраст	Пол	Результат

Таблица 13. Маршрутный лист для регистрации всех обращений
Часть 1

Интервьюер	Дата	№	Улица	№ дома, корпус	№ квартиры	Время	Код опросной компании	Код результата
Ипатова	28.01.2014	1	Старопетровский проезд	10 б	210	17:10	5	7

Часть 2

Возраст респондента	Пол (1 — м, 2 — ж)	Количество членов семьи	Примечание (пол и возраст членов семьи)	Аудио
0	0	0	Нет домофона в квартире, консьерж не пускает в дом	нет

Перед повторным прохождением маршрутов были построены их схемы при помощи «Яндекс-карты». Мы намеренно выбрали два разных маршрута: один очень «длинный» и непонятный (по улице Полбина, его схема приведена на рисунке 5) и относительно «понятный» маршрут, когда все дома находятся рядом (по Старопетровскому проезду, рисунок 8). Есть разница и в количестве обращений: по улице Полбина оно рекордное — 446, по Старопетровскому проезду среднее — 144. В первом случае интервьюеру для сбора 11 анкет понадобилось «обратиться» в восемь домов, во втором — в четыре. Списки адресов каждого маршрута приводятся с небольшими изменениями — мы убрали их них номера квартир. Хотели убрать и имена респондентов, их возраст и прочую личную информацию, но передумали, так как при проверке таких людей по этим адресам мы не обнаружили, а значит, данные были сфабрикованы. Повторное прохождение маршрутов осуществлялось разными сотрудниками, в обоих случаях это были располагающие к себе молодые девушки с большим опытом проведения интервью. У интервьюеров, как и во всех описанных нами экспериментах, с собой был всё тот же набор предметов: пропуск сотрудника РАНХиГС, паспорт, папка с анкетами и маршрутными листами, диктофон, ручка, полевой дневник.

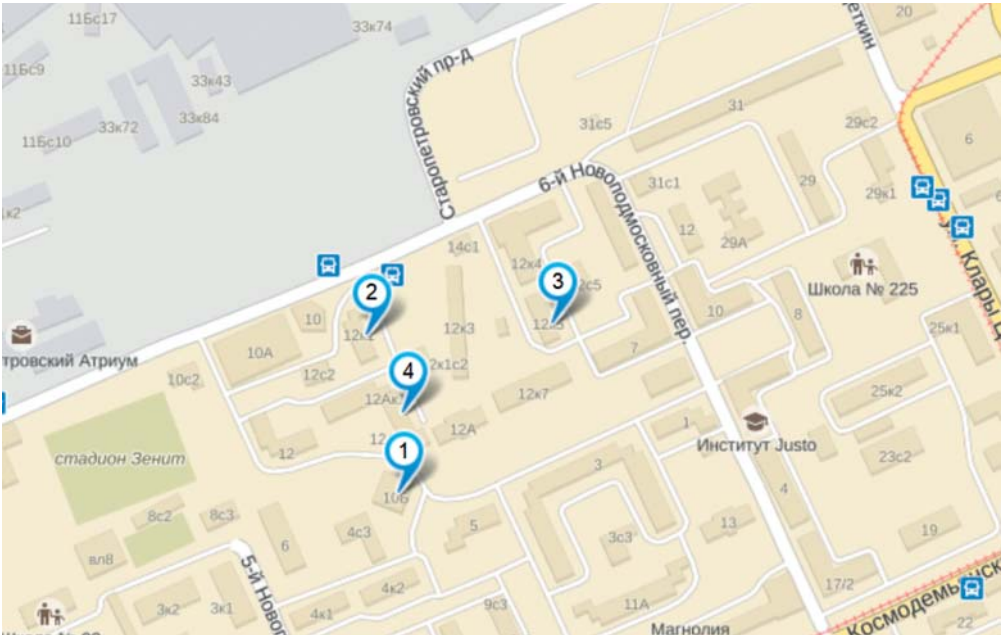
Рассмотрим каждый маршрут в отдельности.

Маршрут: Войковский район, Старопетровский проезд, дом 10 б

Всего по данному маршруту было взято 11 интервью (список респондентов приведён в таблице 14). В маршруте значились четыре действительно существующих дома. Просмотрев маршрут по карте, составив план и заполнив всю возможную информацию о доме, зарядив диктофон и вооружившись всем необходимым, 28 января около 17:00 первый интервьюер начал маршрут.

Район Войковский считается престижным, цены на жильё здесь высокие. По адресам данного маршрута нет пятиэтажек и старых зданий, это заново отстроенные дома с ухоженной и хорошо организованной придомовой территорией (аккуратные новые детские площадки, огороженные места для

Рисунок 8. Схема маршрута со стартовой точкой: Старопетровский проезд, 10 б



вывоза мусора, свежая дорожная разметка, продуманные парковочные места, новые заборы и оградки, очищенные от снега дорожки и так далее). Все четыре дома находятся в пешей доступности от метро Войковская.

Таблица 14. Список респондентов маршрута со стартовой точкой: Старопетровский проезд, д. 10 б

№	Имя респондента	Адрес респондента	Возраст	Результат
1	Вероника	Старопетровский проезд, 10 б	24	Невозможно попасть в дом
2	Мила	Старопетровский проезд, 10 б	29	Невозможно попасть в дом
3	Лариса	Старопетровский проезд, 10 б	39	Невозможно попасть в дом
4	Вячеслав	Старопетровский проезд, 12, к. 1	47	-
5	Сергей	Старопетровский проезд, 12, к. 1	26	-

Таблица 14. ***Продолжение***

№	Имя респондента	Адрес респондента	Возраст	Результат
6	Алла	Старопетровский проезд, 12, к. 1	55	-
7	Евгений	Старопетровский проезд, 12, к. 5	53	Респондент по адресу не проживает
8	Никита	Старопетровский проезд, 12, к. 5	44	Никого нет дома
9	Ирина	Старопетровский проезд, 12, к. 5	46	Респондент по адресу не проживает
10	Анатолий Иванович	Старопетровский проезд, 12 а, к. 2	67	Респондент по адресу не проживает
11	Зинаида	Старопетровский проезд, 12 а, к. 2	77	Респондент по адресу не проживает

Дом первый, Старопетровский проезд, 10 б, удивляет своей нестандартной архитектурой: он имеет странную геометрическую форму, напоминающую восьмиугольник, хотя по карте значится как квадратный. Такое впечатление создаёт большое число колонн и стеклянных украшений на стенах здания. Сразу видно, что дом не типовой. В нём всего один подъезд, найти который удалось не сразу, пришлось обойти по кругу. На сайте http://gorod.mos.ru/ сообщается, что дом построен в 2001 году по индивидуальному проекту, в нём один подъезд, 22 этажа и 210 квартир (таблица 15). Дом сделан из монолитного железобетона, что позволяет отнести его к жилью элитного класса.

Таблица 15. Данные о доме по адресу: Старопетровский проезд, 10 б

Паспорт дома	Данные МосгорБТИ
Год постройки	2001
Серия	Индивидуальный проект
Этажность	22
Общая площадь, м^2	10772
Количество квартир	210
Общая площадь жилых помещений, м^2	10223,0
Общая площадь нежилых помещений, м^2	549,0
Количество подъездов	1
Материал стен	Монолитный железобетон

Попасть в дом интервьюеру не удалось. Вот что он зафиксировал в полевом дневнике: «Дом казался недоброжелательным и даже несколько надменным. Это подтвердилось и при попытке войти в него — консьержка наотрез отказалась впускать меня в подъезд, единственный встретившийся жилец тоже ответил на просьбу отказом, причём в не самой вежливой форме. Кроме того, по словам консьержки, она знает про то, что сейчас идёт рейд по снимаемому жилью и не намерена терять свою работу из-за нашего любопытства, так как в подъезде установлено видеонаблюдение. Все объяснения цели моего эксперимента, пропуск старшего научного сотрудника, паспорт и т. д. не возымели на неё никакого действия: “мне велено никого не впускать из тех, кто здесь не живет, а на всех гостей нужны заявки”. Единственное, что удалось у неё узнать, это что в доме действительно 210 квартир, как и было указано в маршрутном листе интервьюера опросной компании. Звонки по домофону также не принесли успехов. Я обзвонила порядка 30 квартир, в половине из них звонок не проходил (видимо, не был установлен домофон), в половине никто не откликался (видимо, люди были ещё на работе). От холода замерзли пальцы и застыли чернила в ручке, что сделало фиксацию данных затруднительной. Не солоно хлебавши через полчаса бесплодных попыток я направилась ко второму дому по данному маршруту. Как я позже обнаружила, от холода отказывался работать диктофон, поскольку батарейки также замерзли».

Таблица 16. Данные о доме по адресу: Старопетровский проезд, 12 а, корпус 2

Паспорт дома	Данные МосгорБТИ
Год постройки	2004
Серия	П-46 м
Этажность	14
Общая площадь, м^2	5153
Количество квартир	81
Общая площадь жилых помещений, м^2	5071,0
Общая площадь нежилых помещений, м^2	82,0
Количество подъездов	2
Материал стен	Панельные

Следующий дом на маршруте — по адресу Старопетровский проезд, дом 12 а, корпус 2 — не обрадовал своим внешним видом, будто намекая на то, что в него трудно будет зайти. Хотя этот дом и был четвёртым в маршруте интервьюера опросной компании, он располагался наиболее близко к пре-

дыдущему дому. Поэтому наш интервьюер предпочла продолжить проверку с него, «так как уже окончательно замерзла». Дом построен в 2004 году (таблица 16). Попасть в него оказалось тоже довольно трудно, поскольку есть охрана и консьержки в обоих подъездах. По данным опросной компании, в каждом подъезде был опрошен один респондент. Интервьюеру удалось завязать разговор с консьержкой первого подъезда, правда, запись не велась. Консьержка сообщила, что в указанной квартире такой мужчина не проживает и она всех жильцов и их гостей знает. Кроме того, в их доме опросы не проводят без разрешения, и просто так никого бы не пустили. Бывает, что берут интервью у некоторых жильцов: «сами понимаете, дом-то у нас какой!». Выяснилось, что дом с очень большими квартирами (по две квартиры на этаже) и все жильцы — «люди не простые». Консьержка из первого подъезда, тем не менее, пошла навстречу и разрешила пройти и поговорить с женщиной, квартира которой указана в качестве опрошенной. В квартире дверь открыла девочка лет четырех-пяти, интервьюер попросила позвать взрослых. Через полминуты к двери подъехала красивая молодая женщина в инвалидной коляске. Выяснилось, что указанный опросной компанией мужчина в их квартире не проживает (разговор 3). Далее интервьюер выяснил, что в квартире живёт молодая семья: женщина 30 лет (респондент), её муж (29 лет) и их дочь (4 года).

Разговор 3. Женщина, 30 лет

И: Скажите, пожалуйста, у нас в августе проходил опрос в Вашем доме. И было написано, что из Вашей квартиры респондент принял участие.
Р: Так.
И: Да, и у нас написано, что респонденту 67 лет, это мужчина, и зовут его Анатолий Иванович.
Р: Нет! (улыбается)
И: Нет у вас таких?
Р: Нет…
И: И не было летом?
Р: Вот по этому адресу?
И: Да, в августе (озвучивает адрес).
Р: Нет таких (машет головой)
И: Такого человека у вас не существует?
Р: У нас был опрос, и был в мае, в июне, и приходили ко мне, директор из центра соцобслуживания, и все там другие люди. Но Анатолия Ивановича у нас не живёт.
И: Ага.
Р: В августе вообще нас дома не было (удивлённо).

Охранник сопроводил интервьюера до указанной квартиры, подождал, пока разговор будет окончен, и проводил к выходу. Опросить другие квартиры при таком подходе оказалось невозможным.

Консьержка из второго подъезда отказалась впускать, объяснив это тем, что в указанной нами квартире никто не проживает. С её слов (а она здоровалась с каждым приходящим жильцом по имени, спрашивала, как дела у детей и так далее, то есть была осведомлена о своих жильцах очень хорошо, знала, кто уехал в отпуск, кто во сколько приходит с работы) квартира, в которой живёт предполагаемый респондент Зинаида 77 лет, сейчас пустует, а вообще она принадлежит директору одного завода, в квартире сделан дорогой ремонт. Сейчас вся семья хозяина квартиры живёт в Англии, а сама квартира простаивает, хотя взносы и коммунальные платежи оплачиваются. По домофону ответа не последовало, что добавило словам консьержки ещё больше весомости.

Третий дом на маршруте, Старопетровский проезд, дом 12, корпус 5, приятно удивил — мы смогли пройти все квартиры и повторить те обращения, которые сделал интервьюер опросной компании. Согласно данным БТИ, дом был построен в 2007 году по индивидуальному проекту (таблица 17), всего в нём 93 квартиры, что совпало с данными, предоставленными интервьюером опросной компании.

Таблица 17. Данные о доме по адресу: Старопетровский проезд, 12 а, корпус 2

Паспорт дома	Данные МосгорБТИ
Год постройки	2007
Серия	Индивидуальный проект
Этажность	12
Общая площадь, м^2	4428
Количество квартир	93
Общая площадь жилых помещений, м^2	4398,0
Общая площадь нежилых помещений, м^2	30,0
Количество подъездов	2
Материал стен	Панельные

На удивление, в этом доме не было консьержей. Потратив всего 10 минут на улице и окончательно замерзнув, интервьюер всё-таки смог попасть в дом. Нас впустил мужчина, который по счастливой случайности оказался соседом нашего «респондента» — Ирины 46-ти лет. Мужчина чётко дал

понять, что человек, указанный в нашем опросном листе, в этой квартире не проживает. Он сам проводил нас до квартиры, сам позвонил соседке, пожелал нам удачи. В квартире никого не оказалось, потому мы стали проходить квартиру за квартирой по очереди и только почти через час вернулись в квартиру предполагаемого респондента. Хозяйка квартиры (женщина, 70 лет) уверила нас в том, что интервьюер не мог опросить такого человека в её квартире, поскольку сама она живёт здесь уже три года и может с уверенностью сказать, что у нас написана неправда (разговор 4). Так совпало, что дочь респондента зовут Ириной, но она младше указанного в анкете возраста и постоянно проживает с мужем в другом месте. Дочь часто бывает в командировках, иногда приезжает в гости с мужем, но ненадолго и всегда в присутствии матери. Она не стала бы отвечать на длинную анкету, это просто совпадение и враньё.

Разговор 4. Женщина, 70 лет

И: …У нас летом в Вашем доме был опрос, в августе месяце, и мы проверяем работу наших интервьюеров. Вот у нас написано, что в Вашей квартире была опрошена женщина Ирина, 46 лет.
Р: Неправда это, здесь нет таких.
И: И в августе месяце не было?
Р: Нет, три года уже живу здесь, в этой квартире. Что же такое враньё-то?
И: Ну вот мы поэтому и контролируем.
Р: Нет-нет, здесь три года уже живу.
И: Вы одна живете?
Р: Нет.
И: Но женщины такого возраста нет?
Р: Нет, нет! У меня здесь дочь, сын и я прописаны, 70-летнего возраста… Дочь у меня Ира, но ей нет 46 ещё.
И: А может интервьюер возраст не так записала?
Р: Нет, не может быть, она живёт с мужем на другой квартире, она здесь только прописана.
И: То есть она не могла принимать участие?
Р: Она не могла.

Смогли мы попасть в квартиру соседей ещё одного респондента — Евгения, 53-х лет. В самой квартире предполагаемого респондента никто не отвечал, что получило своё объяснение после разговора с соседями — хозяин квартиры умер год назад. Соседи, пара 70-ти лет, сказали нам, что их соседа звали Борис и они с ним были хорошо знакомы (разговор 5).

Разговор 5. Женщина, 70 лет; мужчина, 70 лет

И: Скажите, пожалуйста, у нас летом был опрос в Вашем доме. И у нас написано, что из 81-й квартиры принимал участие мужчина Евгений. Вот по всей видимости Ваш сосед.
Р: Соседа у нас такого нет. Евгения никакого нет. Там Борис жил.
И: Борис. Это было в августе месяце, и написано, что ему 53 года. Вот мужчина в той квартире.
Р: Он умер. Если даже и был, то умер.
И: А вот в августе он мог там быть?
Р: Не знаю. Евгений — нет. Там Борис был.
Р2: Нет, у нас такого не было. Евгения не было.
И: Вот точно, в … квартире Евгения не было. Вот интервьюер написал…
Р2: Там Борис был. Там Боря жил. Но он умер.
Р: Уж год назад?
Р2: Да.

Наличие респондента опять ставится под сомнение. В квартиру третьего респондента из этого дома мы не смогли попасть, соседи его оказались крайне неприветливы и никакой информации нам не предоставили. Зато при прохождении всех квартир дома мы обнаружили много интересных вещей. Например, смогли поговорить с несколькими жильцами квартир, которые, судя по предоставленной полевой документации, «отказались» от участия в опросе. В нескольких таких квартирах проживают одинокие люди, которые заверяли нас в том, что не помнят, чтобы они отказывались от участия в опросе. Кого-то всё лето не было в Москве (уезжали на дачу), кто-то с радостью побеседовал бы с интервьюером, но не было такой возможности. Конечно, эти моменты можно списать на особенности памяти человека, но вкупе с другой информацией, полученной в поле, складывается впечатление, что никакого опроса в доме не было. Были и другие случаи: указана поло-возрастная квота в самом начале опроса, следовательно, должен был открыть несовершеннолетний, но в квартире таких жильцов нет и не было; интервьюер указал разные коды на две соседние квартиры (поло-возрастную квоту и отсутствие жильца), но по факту это оказалась одна квартира, слитая из двух. Мы смогли переговорить с хозяином (там даже звонок один на две квартиры), он сообщил, что слили квартиры давно, как только их купили, и факта опроса он не помнит.

В четвёртый дом по данному маршруту — Старопетровский проезд, дом 12, корпус 1 — наш интервьюер уже не пошёл. Попытавши счастье с домофоном, не договорившись с консьержкой, он сдался под пронизывающим ветром тёмного зимнего вечера, когда столбик термометра пере-

шагнул отметку в 20 градусов ниже нуля. Потому про последний дом никакой информации, кроме статистической, дать нельзя. Этот дом тоже сравнительно новый, 2005 года постройки, также сделан по индивидуальному проекту (таблица 17). Количество квартир, указанное интервьюером, практически совпадает с существующими. Интервьюер начал опрос с 97-й квартиры, но в доме значатся 96 квартир. Ошибка это или фальсификация — остаётся только догадываться.

Таблица 17. Данные о доме по адресу: Старопетровский проезд, 12, корпус 1

Паспорт дома	Данные МосгорБТИ
Год постройки	2005
Серия	Индивидуальный проект
Этажность	16
Общая площадь, м^2	7839
Количество квартир	96
Общая площадь жилых помещений, м^2	7401
Общая площадь нежилых помещений, м^2	438
Количество подъездов	2
Количество лифтов пассажирских	2
Количество лифтов грузопассажирских	2
Материал стен	Панельные

Маршрут: район Печатники, улица Полбина, дом 2, корпус 1

Всего по данному маршруту взято 11 интервью (список респондентов приведён в таблице 18). В маршруте значатся восемь домов, причём в шести из них интервьюеру опросной компании удалось взять всего по одному интервью. Все указанные дома действительно существуют, но мы смогли пройти только половину из них. Вот что зафиксировал наш интервьюер в своём полевом дневнике: «Сегодня арктический антициклон вошёл в полную силу — на улице до -27 градусов. Наверное, это стало главным условием моего, на этот раз, стихийного и сумбурного прохождения маршрута. От мороза диктофон переставал включаться, многое, как проверила позже, не записалось. Сегодня обошла половину маршрута: дома 2 и 20 по ул. Полбина и дома 3 и 14 по ул. Шоссейной (они расположены относительно недалеко

друг от друга, в одном квадрате, что называется; другие дома прилично удалены). Предварительно просматриваю маршрутный лист: ул. Полбина — Шоссейная (район Печатники). Все дома на этом маршруте существуют. Сомнения вызывает разбросанность домов, подчас крайняя удалённость их друг от друга. Удивляет и то, что интервьюер опросной компании взял 11 интервью из 455 обращений (по Шоссейной, 3 и 54, например, он делает по 130 обращений в каждом доме и берёт по одному интервью)! Не нравится манера заполнения маршрутного листа, когда в колонке «№ квартиры» интервьюер прописывает сразу несколько квартир, например, 1–10 или 25–40. Сомневаюсь, что таким образом бланк заполнялся по ходу маршрута. Да и ориентироваться по нему в дальнейшем не очень удобно».

Таблица 18. Список респондентов маршрута со стартовой точкой: улица Полбина, 2, корпус 1

№	Имя респондента	Адрес респондента	Возраст	Результат
1	Матвей	Полбина, 2, к. 1	26	Отказ от ответа
2	Николай	Полбина, 2, к. 1	21	Проживал, сейчас не проживает
3	Дарина	Полбина, 2, к. 1	31	Никого нет дома
4	Лилия	Полбина, 20	37	Проживает, но не принимала участия
5	Игорь	Полбина, 62	35	
6	Светлана Анатольевна	Шоссейная, 3	45	Принимала участие — опрашивали на улице
7	Михаил Викторович	Шоссейная, 14	52	Никого нет дома
8	Вера Степановна	Шоссейная, 54	74	-
9	Анатолий	Шоссейная, 62	32	-
10	Александра	Шоссейная, 70, к. 2	55	-
11	Жанна	Шоссейная, 70, к. 2	25	-

Начальная точка маршрута — улица Полбина, дом 2, корпус 1 — находится рядом с метро. Второй дом на Полбина представляет собой шестнадцатиэтажное здание с двумя подъездами. За счёт того, что дом находится на возвышенности от дороги, он кажется ещё выше («и вместе с тем зловещее») обычного. Двор небольшой, но уютный, ограждённый со всех сторон вторым домом и небольшим торговым центром. В доме № 2 имеются 124 квартиры (по 62 в каждом подъезде), на каждом этаже по четыре квартиры. В подъ-

ездах чисто, каждый оснащён двумя новенькими лифтами. В подъезд интервьюер смог зайти довольно быстро, просто позвонив в одну из квартир по домофону. Дом не новый, построен в 1982 году (таблица 19).

Таблица 19. Данные о доме по адресу: улица Полбина, дом 2, корпус 1

Паспорт дома	Данные МосгорБТИ
Год постройки	1982
Серия	И-522
Этажность	16
Общая площадь, м^2	6466
Количество квартир	124
Общая площадь жилых помещений, м^2	6365
Общая площадь нежилых помещений, м^2	101
Количество подъездов	2
Количество лифтов пассажирских	2
Количество лифтов грузопассажирских	2
Материал стен	Блочные

В этом доме мы столкнулись с тем, что невозможно попасть в квартиры из-за общих железных дверей, а также с проблемой отказов — их невероятно много. Кроме того, жильцы не спешат открывать дверь: если удавалось побеседовать, то часто через дверь. Отказ от интервью постиг интервьюера и в квартире, где мог проживать респондент Матвей 26-ти лет (разговор 6).

Разговор 6. Отказ, женщина средних лет (по голосу)

И: Здравствуйте, Вас беспокоят из Российской академии народного хозяйства и государственной службы. Проводим контроль работы сотрудников…
Р: Нет, нам ничего не надо, спасибо.
И: А можно спросить… спасибо.

Любопытен комментарий интервьюера: «Когда я представлялась сотрудником РАНХиГС, полностью озвучивала аббревиатуру, респонденты отказывались отвечать на вопросы, спешили закрыть дверь под предлогом “нам ничего не нужно, спасибо”. Такое восприятие себя как рекламного агента немного смешило, но и огорчало».

В следующей квартире дверь открыл пожилой мужчина интеллигентной наружности. На вопрос, проживает ли по этому адресу Николай 21 года, он сначала отвечает нет, но по мере интервью говорит, что «Коля проживал, сейчас в деревню уехал. Жил он здесь в августе, сейчас к матери уехал» — «И ему двадцать один год?» — «Да-да». Кажется, нашёлся реально проживающий респондент, который случайно оказался здесь в момент опроса, потому мужчина и не вспомнил о нём сразу. Более подробной информации нам узнать не удалось, как не удалось поговорить с самим Николаем или как-то выйти на него, но факт совпадения и времени, и имени, и возраста, говорит скорее в пользу того, что этот молодой человек действительно был опрошен.

В другой квартире, уже в соседнем подъезде, нашему интервьюеру открыли парадную дверь по домофону, но не открыли саму квартиру. Из соседей тоже никто не ответил, возможно, их не было дома. Узнать, проживает ли по этому адресу Дарина 31 года, мы не смогли. Странно, что во втором подъезде интервьюер опросной компании останавливается лишь на третьем этаже, а их 16.

Следующий дом данного маршрута — № 20 по улице Полбина — длинное девятиэтажное панельное строение на шесть подъездов и 215 квартир (и здесь интервьюер опросной компании опрашивает 36 квартир в первом подъезде и четыре квартиры во втором). Дом построен в 1969 году. Подъезды оснащены кодовым замком, попасть удаётся благодаря выходящему из дома мужчине. В квартире, где, возможно, проживает Лилия 37 лет, берём неполное интервью: не открывая дверь, мальчик-подросток подтверждает, что Лилия здесь живет, очевидно, зовет саму Лилию, которая отвечает всё так же через дверь. Выясняется, что ей действительно 37 лет, но в опросах она участие не принимала. Могла ли респондентка забыть о том, как пять месяцев назад давала часовое интервью? Могла. Могла ли она специально ответить отказом, чтобы к ней не приставали с дальнейшими вопросами? Несомненно. Но то, что совпал и возраст, и имя — факт, который всё же говорит в пользу интервьюера опросной компании.

Далее наш интервьюер продолжает маршрут по Шоссейной улице и обходит дома 3 и 14. Третий дом на Шоссейной, в сущности, такой же, как 20-й дом на Полбина, разве что на два подъезда больше и вмещает уже 287 квартир. Подъезды также оснащены кодовыми замками, не в каждый можно попасть. Приведём слова нашего интервьюера: «Всё более сокращаю время моего ожидания, стоя у одного подъезда, наблюдаю за другими (возможно, кто-то выйдет или зайдёт, тогда поспешу уже в любой). Таким образом, мне удаётся зайти в два подъезда дома, в том числе и тот, где есть респондент Светлана Анатольевна 45 лет. Дверь нужной квартиры мне открывает женщина средних лет, хорошо одетая, манерная. Она и оказывается Светланой Анатольевной, 45 лет от роду, которая в самом деле принимала

участие в летнем опросе». Итак, был найден реальный респондент, который принимал участие в опросе, подтверждает своё участие и, более того, помнит какие-то детали состоявшегося взаимодействия (разговор 7).

Разговор 7. Женщина, 45 лет

Р: Да, я помню, опрашивали меня.
И: Очень хорошо, а, может быть, вспомните детали? Какие вопросы были? Много ли их было? Как выглядел интервьюер?
Р: Ну как детали, я помню летом, на улице ко мне подошла девушка, очень приятная, мы с ней побеседовали. На скамейке сели, она меня опрашивала.
И: А как долго длилось интервью, Вы не вспомните? О чём оно было?
Р: Нет, не помню уже, просто много времени прошло. Помню, что девушка со мной разговаривала, действительно, такое было. Да.
И: Ясно, спасибо.

На этом этапе нам становится понятен разброс домов на маршруте: респондент сказала, что её опрашивали на улице, они сидели на скамейке. То есть интервьюер опросной компании нарушил процедуру отбора, не ясно каким образом выбрав респондента, не проходил квартиры домов, а просто выбирал людей на улице, позже заполнив маршрутные листы. Это объясняет вопрос нашего интервьюера: «Пройдя все квартиры подъезда, выхожу и направляюсь уже через дорогу к дому 14 по Шоссейной. Нужно сказать, что оба дома, что 3, что 14, расположены к дому 2 на Полбина гораздо ближе, чем тот же 20-й дом. Почему же интервьюер сразу их не обошёл, по пути, если уж на то пошло?». Ответ очевиден: потому что он не ходил по домам, а искал респондентов на улице.

Наш интервьюер смог войти и в следующий дом по адресу: Шоссейная, 14: «это 12-этажный дом с одним подъездом (табличка с номерами квартир отсутствует, но думаю, что здесь их порядка 96, в то время как интервьюер обошел 53). Девушка выходит из подъезда, выносит мусор, поэтому удаётся войти быстро и не звонить по домофону. В нужной квартире никого не оказывается дома, как, впрочем, и во многих других квартирах по этому адресу (опять же жильцы могут просто не открывать дверь). Уже не сомневаюсь, что здесь может проживать настоящий Михаил Викторович, но, тем не менее, жалею, что проверить не получается. После 14 дома, направляюсь к метро, холода не выдерживаю ни я, ни диктофон, а от этого страдает качество работы и в техническом плане, и в умственном: сегодня я почти не описываю дома и придомовую территорию просто потому, что не успеваю ничего разглядеть, скорее бегу от одного дома к другому. Думаю, что сделаю перерыв

на несколько дней, пока не улягутся морозы. Сегодня я встретилась с настоящим, реально проживающим по указанному адресу респондентом. Времени, правда, много прошло, о содержании анкеты можно было и забыть. И всё равно закрадываются сомнения. Чистой назвать работу интервьюера опросной компании по-прежнему не могу».

Приведённые выдержки из полевых дневников интервьюеров отражают субъективное восприятие окружающей действительности, но именно они помогают наилучшим образом окунуться в атмосферу опросной работы. Несколько по-другому обстоит дело с описанными маршрутами: обращения в квартиры респондентов, казалось бы, должны предоставить чёткий материал о проведённом опросе. В первом маршруте, на наш взгляд, материал ясный — по крайней мере в двух указанных домах опроса не было. Об этом свидетельствуют и жильцы опрошенных квартир, и явные несовпадения (как в случае с совмещённой квартирой или квоты). Фабрикации интервьюера налицо. Не ясным остаётся только сам факт опроса: был ли он, и если был, то кого опрашивал интервьюер? Во втором случае была найдена почти половина респондентов, с одним из них удалось поговорить лично и узнать, каким образом была проведена беседа. Мы не можем быть уверены в том, что второй интервьюер не фабриковал данные, но мы точно можем засвидетельствовать факт фальсификации, когда интервьюер подделывал маршрутный лист, но опрос всё же проводил в указанном районе, более того, фиксировал настоящие квартиры респондентов. Какой из этих вариантов лучше — вопрос сложный, но ответ на него однозначный — ни один из вариантов не отвечает заложенным в процедуру опроса требованиям. Самым удивительным остаётся то, что данные, полученные с такими масштабными процедурными нарушениями, оказываются рабочими и, более того, совпадают с данными других опросов, в том числе с данными Росстата. Каким образом такое может происходить? Это один из самых важных вопросов для методологов на сегодняшний день.

ГЛАВА 4

ДВАЖДЫ В ОДНУ РЕКУ, ИЛИ (НЕ)ДОСТИЖИМОСТЬ НА МАРШРУТЕ

Экспериментальный план, описанный в предыдущей главе, помимо проверки «чистых» маршрутов, преследовал ещё одну цель — посмотреть, как варьируется достижимость на маршруте массового личного поквартирного опроса. Мы прошли по пяти маршрутам пяти разных интервьюеров опросной компании и зафиксировали все наши обращения. Повторное прохождение маршрутов было осуществлено одним нашим интервьюером в феврале 2014 года, то есть через пять месяцев после проведения опроса. Во главу угла ставились вопросы коммуникации между респондентом и интервьюером, что ей препятствует, а что, наоборот, помогает. Интересовала нас также и логика маршрутов, поскольку интервьюеры опросной компании, судя по всему, не имели чётких рекомендаций прохождения маршрута: мы присутствовали на инструктаже интервьюеров, где им были розданы и объяснены основные вопросы анкеты. К слову, инструктаж длился чуть более 10 минут, многие интервьюеры видели анкету впервые. Имели ли они возможность оценить вопросы анкеты, понять их или же разъяснить что-то для себя — сомнительно, особенно учитывая тот факт, что на пилотаже минимальная длительность интервью по анкете была выше 45 минут. Несколько интервьюеров задали вопросы о том, куда им идти после стартового дома (то есть начальной точки маршрута), налево или направо, на что менеджер, проводящий инструктаж, отправил их к памяткам, уверив нас, что «они просто новенькие». Памятку нам так и не показали, и мы не уверены в том, что её предоставили интервьюерам, поскольку прохождение маршрутов на практике превратилось в конструирование нескольких собственных маршрутов и выработку собственной логики их прохождения у каждого интервьюера.

Мы уже писали в предыдущей главе, что для фиксации происходящей в поле коммуникации у интервьюера были маршрутные листы с заранее выписанными адресами из маршрутных листов проведённого летом опроса со всеми обращениями. Отдельно были выписаны данные по респондентам, опрошенным на этих маршрутах (адрес, пол, возраст), также были небольшие анкеты, по которым опрашивались респонденты. В среднем на опрос уходило по 2–5 минут, что, конечно, нельзя сопоставить с полной анкетой, по которой был осуществлён летний опрос. У интервьюера с собой был диктофон для записи разговоров с жильцами. Интервьюер представлялась сотрудницей РАНХиГС, у неё была твёрдая папка с прикреплённым к ней пропуском в Академию. В папке все анкеты и бланки регистрации были сложены удобно и аккуратно, что сигна-

лизировало респондентам о серьёзных намерениях девушки и придавало ей деловой вид. Интервьюер проходила все квартиры, указанные в маршрутных листах. У респондентов она осведомлялась, принимал ли он или кто-либо из членов семьи участие в опросе в августе-сентябре 2013 года, и интересовалась, по каким причинам респондент не принимал участия в опросе. Кроме того, интервьюер спрашивала у респондента его возраст, число членов семьи, проживающих вместе с ним в одной квартире, и просила назвать их пол и возраст.

Наша основная задача состояла не в том, чтобы проверить работу интервьюеров опросной компании, мы пытались понять происходящую в поле коммуникацию, проанализировать недостижимость, из чего она складывается и от чего зависит, а также найти настоящих респондентов. Эта работа велась параллельно с работой по анализу полевой документации. Ещё до выхода в поле мы отметили в основном низкую достижимость интервьюеров опросной компании. Response Rate по Москве зачастую не превышал 10%, а в среднем составил 15% (число полностью взятых интервью, делённое на общее число обращений, учитывалась и невозможность попасть в подъезд). Это и послужило толчком для проведения экспериментального плана с повторением маршрута интервьюеров опросной компании. На тот момент мы ещё не анализировали пристально состав каждого маршрута, его совпадение с маршрутными листами и реальное существование указанных в маршруте домов. Потому мы выбрали пять маршрутов, которые имели низкий RR (таблица 20) и внешне вызывали доверие: стартовые точки были указаны в отчёте, работа интервьюеров по этим адресам была проверена опросной компанией, маршрутные листы были грамотно и понятно составлены (в них были зафиксированы не только результативные обращения, но и не результативные), кроме того, эти маршруты были территориально удобны для нашего интервьюера. Именно при анализе отобранных маршрутов и нахождении в них большого числа несуществующих домов и возникла потребность в детальном рассмотрении каждого маршрута и сопоставлении его с картами домов города.

Таблица 20. Достижимость на пяти маршрутах, %

№	Стартовая точка	RR опросной компании	RR наш	Расхождения
1	Яна Райниса, 5	8	24	-16
2	Краснодонская, 16	12	8	4
3	Юных Ленинцев, 47, к. 1	7	4	3
4	Полбина, 2, к. 1	3	10	-7
5	Зарайская, 29	5	9	-4

Мы видим, что у нашего интервьюера достижимость не устойчива и сильно варьируется. При этом различия в достижимости с интервьюерами опросной компании также варьируются то в большую, то в меньшую сторону, что в самом деле удивительно, если взять во внимание несравнимый размер анкет. Наиболее серьёзные расхождения наблюдаются на маршрутах Яна Райниса (-16%) и Полбина (-7%). Для того, чтобы понять причины таких различий, подробно опишем как сами маршруты, так и происходившую на них коммуникацию.

Карты маршрутов построены на «Яндекс-картах». Не все дома, указанные в маршрутных листах интервьюеров опросной компании, можно однозначно идентифицировать. В этом случае дома на карте обозначены красным. Фотографии домов преимущественно взяты с портала «Где этот дом» (http://www.gdeetotdom.ru/), либо сделаны скриншоты из «Яндекс.Панорама».

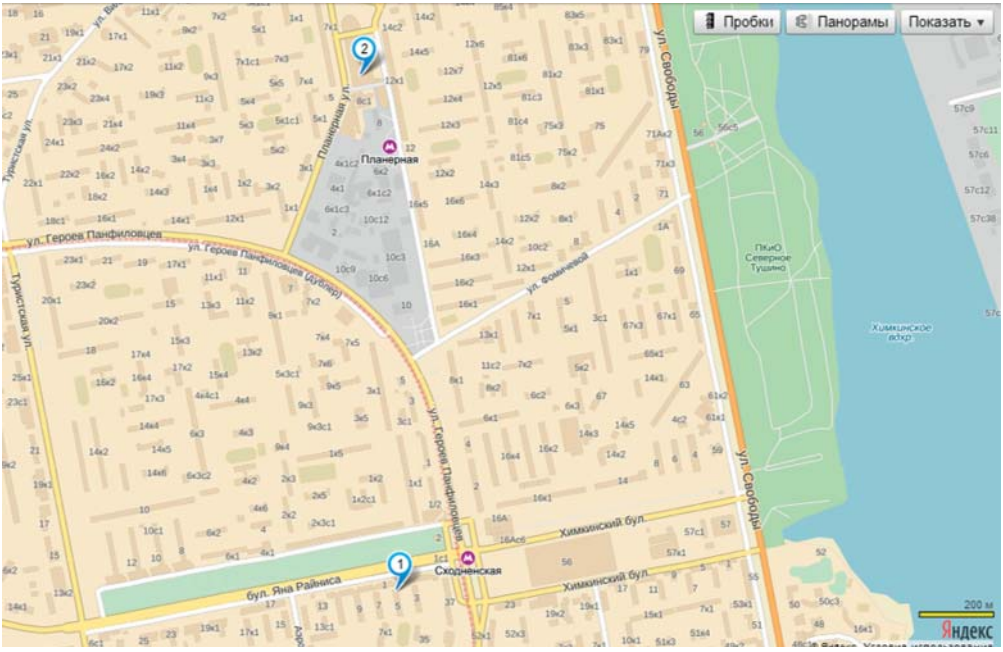
Маршрут 1 (Яна Райниса, 5)

Коэффициент достижимости у интервьюера опросной компании равен 8% (12 полных интервью из 147 обращений), в то время как у нашего интервьюера — 24% (9 полных интервью из 38 обращений). В маршрутном листе указаны два дома (таблица 21), расположенные по адресам: Бульвар Яна Райниса, дом 5 и улица Планерная, дом 7, что практически оказывается у разных станций метро (рисунок 9).

Далее в тексте при описании маршрутов приведены выдержки из полевого дневника интервьюера — соавтора настоящей монографии (стилистика сохранена).

«Бульвар Яна Райниса можно совершенно определённо назвать улицей, “которая никогда не спит”. Наверное, поэтому не составляет большого труда попасть в подъезды нужного дома — то и дело кто-нибудь входит или выходит. Дом № 5 по бульвару Яна Райниса представляет собой пятиэтажное кирпичное строение и включает 4 подъезда, в каждом из которых расположено по 20 квартир. Всего в доме оказалось 80 квартир, в то время как интервьюер опросной компании указал число почти в два раза больше. Дворик, прилегающий к дому, небольшой, даже узкий, оснащён крохотной детской

Рисунок 9. Схема маршрута по Бульвару Яна Райниса



площадкой, остальная территория засажена деревьями. Во дворе чисто и убрано.

Дом № 5 идентичен соседним домам №№ 3, 7, 9 и 11, расположенным друг за другом. Оглядывая территорию, невозможно понять, что способствовало тому, чтобы интервьюер после отработки дома № 5 решил продолжить опрос на другой станции метро. Однако по адресу ул. Планерная, 7 находится торговый центр, опрос в котором проходить не мог. Это говорит о том, что все данные по этому адресу были сфабрикованы интервьюером опросной компании».

Таблица 21. Дома маршрута, стартовая точка: бульвар Яна Райниса, 5

№	Адрес	Количество этажей	Количество подъездов	Число квартир	Наличие домофона	Наличие консьержа	Дверь на несколько квартир
1	Яна Райниса, 5	5	4	80	есть	нет	нет
2	Планерная, 7	Торговый центр					

«В подъездах пятого дома установлены домофоны, но я почти не прибегаю к их помощи: зайти в первый подъезд пятого дома оказалось нетрудно благодаря возвращавшемуся из школы мальчику-подростку. Во второй, в общем, тоже: успеваю добежать из первого за медленно закрывающейся парадной дверью. Чтобы попасть в третий, уже приходится позвонить в одну из квартир. Набираю № 44 (благо домофон срабатывает), прошу впустить под предлогом того, что провожу опрос общественного мнения. В подъезд меня впускают, а вот в самой квартире уже не открывают (тактика «опрос общественного мнения» не очень хорошо срабатывает, нужно учесть на будущее). В четвёртом подъезде для контроля остаётся только одна квартира — по домофону мне отвечает ребёнок, говорит, что родителей пока дома нет».

На данном маршруте (как и на всех последующих) наш интервьюер полностью следовал по шагам интервьюера опросной компании (насколько это было возможно), а именно проходил все обращения (квартиры), указанные в его маршрутном листе. Итого удалось взять девять полных интервью (из 40 обращений), что заняло чуть менее часа. Каждое интервью длилось около двух минут и было записано на диктофон. Респонденты отвечали спокойно и вежливо, охотно называли свой возраст и пол/возраст других членов семьи, даже если не всегда открывали дверь и не выходили на лестничную площадку. Зачастую у квартир отсутствовали звонки, приходилось стучаться. *«Многих не оказывается дома (скорее всего не вернулись с работы), а порой кажется, что дома кто-то есть (можно услышать голоса, звук телевизора), но не слышат стука или нарочно не открывают, что кажется не удивительным: трое опрошенных заметили, что даже если находятся дома, предпочитают лишний раз не открывать дверь»* (разговор 8).

Разговор 8. Полное интервью, женщина 55 лет

И: …Наши сотрудники проводили опрос о качестве жизни. Вы не подскажите, кто-нибудь приходил, опрашивал Вас?
Р: Даже не могу сказать, я ни с кем… Может и приходили они, но я другой раз дверь не открываю (смех).
И: Не открываете, да (смех). Ясно.

Интервьюер опросной компании смогла опросить четверых человек по адресу: Бульвар Яна Райниса, 5, однако ни один из опрошенных, как выясняется, здесь не проживает. В одной квартире нет Тамары 24 лет, вместо неё проживают две женщины 45 и 74 лет. В другой — также не оказывается Марии 30 лет, кроме того, в этой квартире давно никто постоянно не живёт, и сейчас здесь идёт ремонт (об этом говорит мужчина, который ремонтирует квартиру и не является хозяином). Других респондентов

и квартир по этому адресу не существует, как не существует и респондентов и соответствующих квартир по адресу: улица Планерная, 7, поскольку там располагается торговый центр «Планерный». *«Не то, чтобы это стало новостью (тем более, перед выходом на маршрут я сверила по сервису «Яндекс.Карты» местонахождение всех домов), но теперь думаю более тщательно изучать имеющиеся у меня маршруты интервьюеров. И дело даже не в несуществующих адресах, но в переходах от квартиры к квартире (почему, например, за 12 сразу идет 23), в проставлении необходимых кодов (местами они вовсе отсутствуют). Если даже не ставить проблему фальсифицирования данных, то ставить проблему их грязного, подчас безалаберного заполнения/внесения».*

Маршрут 2. Краснодонская, 16

Коэффициент достижимости у интервьюера опросной компании равен 12% (11 полных интервью из 95 обращений), в то время как у нашего интервьюера — 8% (6 полных интервью из 71 обращения). В маршрутном листе указаны пять домов (таблица 22), дома сильно удалены друг от друга (рисунок 10).

Рисунок 10. Схема маршрута Краснодонская, 16

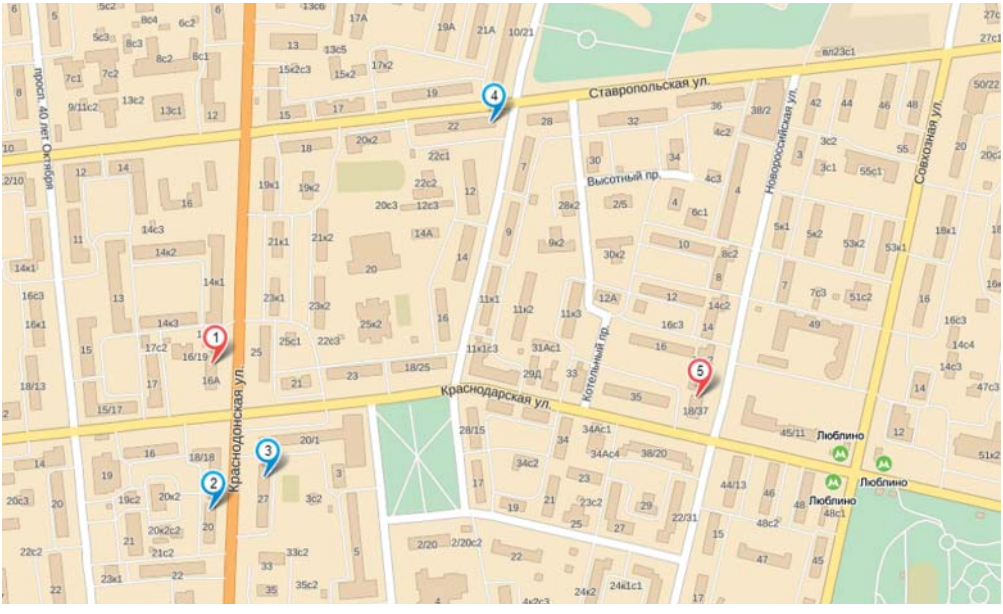


Таблица 22. Дома маршрута, стартовая точка: улица Краснодонская, 16

№	Стартовая точка	Количество этажей	Количество подъездов	Число квартир	Наличие домофона	Наличие консьержа	Дверь на несколько квартир
1	Краснодонская, 16	Не существует					
2	Краснодонская, 20	5	3	54	Есть	Нет	Нет
3	Краснодонская, 27	9	4	143	Есть	Нет	Нет
4	Ставропольская, 22	5	6	120	Есть	Нет	Нет
5	Новороссийская, 18	Не существует					

«Сегодня перед выходом, как и планировала, внимательно изучаю следующий маршрутный лист и карту маршрута, проходящего теперь на юго-востоке Москвы (станции метро Волжская — Люблино). Приведённая в дневнике карта маршрута заметно отличается от маршрута, пройденного интервьюером опросной компании, и включает три дома вместо обозначенных пяти, поскольку адреса: ул. Краснодонская, 16, равно как и адреса: ул. Новороссийская, 18, по данным «Яндекс-карты», нет. Существуют ул. Краснодонская, 16 а и ул. Новороссийская, 18/37. Вновь задумываюсь над верным/неверным заполнением маршрутного листа интервьюером (про себя думаю, если дом 16 а по Краснодонской окажется жилым, попробую зайти и проверить "проживание" респондентов — в листе их заявлено трое). Обращаю внимание на несоблюдение интервьюером условленного шага в 11 квартир (например, после опрошенного респондента в 7-й кв., идёт в 8-ю); на то, что интервьюер не всегда начинает опрос нового дома с первой квартиры (например, лишь с 10 кв.); опрашивает выборочно несколько квартир во всём доме (две квартиры по Ставропольской, 22). Такое стихийное, совершенно нерациональное прохождение маршрута не может априори не вызывать сомнений. Не проверишь — не узнаешь.

Мои ожидания, связанные с адресом: ул. Краснодонская, 16 а, не оправдываются — «жилой дом» оказывается небольшим (двух-трёхэтажным) офисным зданием серого цвета, в котором располагаются ветлечебница, нотариальная контора и парикмахерская. Респонденты по этому адресу автоматически исключаются. Поэтому начальной точкой моего маршрута становится ул. Краснодонская, 20. Сегодня свой маршрут начинаю раньше — в 16:40 уже стою напротив 20 дома (путь от метро составлял 1,1 км, к своей

неожиданности, прошла его довольно быстро). Итак, дом № 20 представляет собой кирпичное пятиэтажное строение и делится на три подъезда. В каждом подъезде по 18 квартир (на первом и пятом этажах располагаются по три квартиры, в то время, как на средних — втором, третьем и четвёртом — по четыре квартиры). Дворик, прилегающий к дому, можно сказать, отсутствует: детской площадки не видно, нет скамеек у подъездов, несмотря на снежные сугробы, понимаю, что цветочные клумбы, деревца и кустарники здесь тоже не предусмотрены. Во всём доме установлены домофоны, людей почти нет, скорее всего, из-за столь раннего времени. Интересно, что по дому № 20 интервьюер опросной компании не фиксирует коды, отмечая только имя, возраст и пол респондентов там, где ему удаётся взять интервью. Начинаю прозванивать квартиры по домофону и сталкиваюсь с первой трудностью — во многих квартирах соединение с домофоном отключено/изначально не установлено — об этом можно судить по обрывающемуся сигналу домофона».

«После 20 дома по Краснодонской направляюсь к дому 27. Замечу, что совсем рядом с домом 20, на одной стороне улицы находятся дома 18/18, 22, 24. Вместо этого, интервьюер выбирает дом № 27 на противоположной стороне дороги. Это девятиэтажное панельное строение оказывается для меня неприступным. Дом включает четыре подъезда, каждый из которых оснащён домофоном со специальным ключом. И хотя часы показывают почти 18:00, за 5–7 минут моего ожидания никто не зашёл и не вышел из дома. Дом выглядит почти новым (видимо, из-за недавно проведённого капитального ремонта), дворовая часть большая и просторная, парковка для машин и выезд на проезжую часть — широкие и чисто вычищенные. И сам дом, и придомовая территория выглядят очень благородно. Успеваю рассчитать, что в доме порядка 144 квартир (почему же интервьюер останавливается лишь на 47 квартире и не проходит даже 1,5 подъезда, если допустить, что он легко смог туда попасть?»

«Следующий дом, который выбрал интервьюер, находится на большом расстоянии от предыдущего. Дом № 22 по Ставропольской улице большой — пятиэтажный, шестиподъездный, вмещающий порядка 120 квартир. В квартиры можно позвонить через домофон. Почему интервьюер опрашивает лишь две квартиры первого подъезда и затем идёт через весь квартал к якобы существующему дому № 18 на ул. Новороссийской? Не знаю». На этом марш-

руте интервьюер смог собрать шесть полных интервью из 30 обращений. По-прежнему ни нашёл одного «реально опрошенного» респондента.

Маршрут 3. Улица Юных ленинцев, 47, корпус 1

Коэффициент достижимости у интервьюера опросной компании равен 7% (11 полных интервью из 155 обращений), в то время как у нашего интервьюера — 4% (5 полных интервью из 115 обращений). В маршрутном листе указано четыре дома (таблица 23), однако адреса — улица Юных ленинцев, 54 — не существует. Три дома находятся рядом, четвёртый, которого по факту не оказалось, — в отдалении (рисунок 11).

Таблица 23. Дома маршрута, стартовая точка: улица Юных ленинцев, 47, корпус 1

№	Стартовая точка	Количество этажей	Количество подъездов	Число квартир	Наличие домофона	Наличие консьержа	Дверь на несколько квартир
1	Юных ленинцев, 47, к. 1	9	1	72	Есть	Нет	Да
2	Юных ленинцев, 47, к. 4	9, 11, 14	9	412	Есть	Есть	
3	Юных ленинцев, 49, к. 2	9	3	107	Есть	Есть	
4	Юных ленинцев, 54	Не существует					

«Просматриваю очередной маршрутный лист, проходящий по улице Юных ленинцев (район Кузьминки). На первый взгляд, он кажется правдоподобным и даже заполнен с некоторой небрежностью (по внешним признакам листа пытаюсь отличить по-настоящему пройденный маршрут от вымышленного). Дома расположены на одной улице и близко друг от друга, за исключением дома № 54 по улице Юных ленинцев, которого, если верить «Яндекс-карте», не существует (есть лишь № 54, к. 1; № 54, к. 2; № 54, строение 3, обозначенное как брокерская контора). Также несколько смущает, что интервьюер использовал шаг 12, вместо шага 11 (например, из 11 кв., где смог взять

интервью, идёт в кв. 23). Свой маршрут сегодня вновь начинаю относительно рано — в 16:35 — и уже сознательно, так как температура к вечеру падает буквально до критической отметки».

Рисунок 11. Схема маршрута по улице Юных ленинцев

«Дом 47, к. 1 по ул. Юных ленинцев представляет собой девятиэтажное здание с одним подъездом на 72 квартиры. Около дома очень чисто и ухожено, однако нет ни души. Во всех подъездах установлены домофоны. Дверь в подъезд открывают по домофону. Просторный вестибюль подъезда хорошо освещён и чист, стены недавно покрашены, всё ещё блестят на свету, хотя запах краски уже испарился (но и присущий всем подъездам запах сырости ещё не воцарился). У стены с почтовыми ящиками есть небольшая полочка с прессой и тонкими (вероятно, рекламными) буклетами и журналами. На каждом из этажей такого дома расположено восемь квартир (по четыре с каждой стороны). Каждые четыре квартиры имеют общую площадку, ограждённую от лестничной клетки дополнительной дверью. Как правило, это деревянная двухстворчатая дверь со стеклянными витринами, но местами встречается и большая железная дверь. Почти каждая такая “общая” дверь запирается на защёлку изнутри, и на лестничную клетку от каждой из квартир проведён звонок (иногда внешний звонок отсутствует. Но даже если “общая” дверь

не заперта, невольно понимаешь, что не можешь войти внутрь, не имеешь права заступить на внутреннюю площадку до тех пор, пока тебе не позволят — не пригласят пройти. В этом была слабость, но одновременно и некоторое преимущество: это третий по счёту маршрут, и уже привыкаешь к осторожности, даже опасливости респондентов вести беседу (пусть и совсем короткую), к их пристальным взглядам, следящим за любым твоим движением. Каждый раз думаешь, как помимо опрятной внешности, вежливого тона разговора показать свои "добрые намерения". В этом случае видится, что скромностью, отсутствием притязаний на личное пространство респондента. Возможно, я преувеличиваю, но, кажется, что это и впрямь работает, и если респондент не приглашает пройти внутрь, то пытается сократить дистанцию, стоя в дверях, наклоняется к тебе (корпусом, а не головой), чтобы посмотреть записи, становится в более открытую, непринужденную позу (главный признак — перестаёт держаться за дверь, за её ручку), гораздо оживленнее отвечает на вопросы, если повезёт — переходит на смех. Как будто возникает парадокс — чем более дистанцируешься ты, тем более приближается к тебе респондент (и физически, и морально). Вот такое любопытное наблюдение».

Тем временем «*закрытая "общая" дверь и отсутствие "внешнего" звонка символизируют код 7 — невозможность попасть в квартиру, что ранее мне казалось практически невозможным (главное, попасть в подъезд, а в квартиру всегда можно если не позвонить, то постучать). Конечно, можно попросить позвонить соседям уже опрошенного респондента, или, в крайнем случае, расспросить его о жильцах, но и здесь необходимо достигнуть определённой степени доверия с ним. К помощи соседей я решаю прибегнуть, когда поднимаюсь в квартиру, чтобы проверить проживание респондента Марины 20-ти лет (это тот случай, когда площадка, буквально, заблокирована серой железной дверью и звонки на лестничную клетку не выведены. Номера квартир тоже отсутствуют, приходится ориентироваться самостоятельно. Опрашиваю женщину из другой квартиры (она ведёт себя довольно доброжелательно) и осведомляюсь о жильцах*» (разговор 9).

Разговор 9. Полное интервью, женщина, 69 лет

И: А Вы не знаете, вот, в … квартире, я понимаю это с той стороны…
Р: Да.
И: … там проживает Марина двадцати лет? Молодая девушка?
Р: Да, проживает.
И: Правда, да, есть такая девушка?
Р: Да, и есть старая там бабулька, ей уже семьдесят лет. Семьдесят три года.
И: Это они вместе из … квартиры?
Р: Да.

«Соседка подтверждает проживание настоящего респондента! Мы ещё некоторое время продолжаем разговаривать с ней, стоя на площадке (как одиноко проживающему пожилому человеку ей захотелось поговорить), тем временем я оглядываюсь на шум с противоположной стороны и вижу выходящую из железной двери пожилую женщину небольшого роста, худенькую. Я устремляюсь к ней — женщина оказывается из соседней с респондентом квартиры. На мой вопрос, проживает ли Марина 20 лет рядом с ней, она твёрдо отвечает нет (чем берет меня врасплох, конечно), пытается скорее уйти, очевидно, побаивается меня (в голове прокрадывается мысль, что она нарочно сказала неправду)».

«Поднимаюсь дальше (в подъезде есть лифт, но пользуюсь лестницей). В квартире, где может проживать Виктор Дмитриевич 67 лет, никого не оказывается дома; соседей на этот счёт тоже не могу расспросить, так как даже в дверь позвонить не могу. В другой квартире (с возможно проживающим здесь Романом 25 лет) мне открывает женщина, на первый взгляд, средних лет. Ей оказывается 66 лет (удивляет своей моложавостью), она проживает вдвоём с мужем. Молодого человека Романа по этому адресу нет». У этой женщины удалось взять полное интервью (разговор 10).

Разговор 10. Полное интервью, женщина, 66 лет

И: Я представляю Российскую академию народного хозяйства и госслужбы. Наши сотрудники летом опрос проводили о качестве жизни, и вот можно спросить, приходил ли кто-нибудь к Вам, делал опрос?

Р: Нет, девушка, к нам нет, но нас всё лето не было.

Этот фрагмент из последнего разговора оказался чуть ли не классическим, поскольку очень часто мы сталкивались именно с таким ответом, особенно в отношении людей старшего возраста: кто-то в летние месяцы уезжает в отпуск, кто-то переезжает за город на дачу — становятся недоступны.

«Дом 47, к. 4 по ул. Юных ленинцев не объять взглядом: это огромнейшее жилое здание с архитектурной задумкой, включающее 9 подъездов и всего 417 квартир. Высота дома варьируется: крайние части дома имеют девять этажей, средние части — одиннадцать, центральная часть — четырнадцать этажей. Дом не элитный, но уже совершенно другого ранга, как, впрочем, и придомовая территория. В доме в каждом подъезде есть консьерж, который не пускает в подъезд незнакомцев. В квартиры этого дома попасть не могу — захожу следом за одним из жильцов, но дальше консьержа не прохожу. Консьерж отказывается меня впускать (благо, делает это спокойно и сдержанно, без возмущения). Интервьюер опросной компании же обошёл в этом доме два подъезда. Во втором подъезде складывается аналогичная ситуация (информации по жильцам консьерж тоже не даёт), поэтому направляюсь к дому 49, к. 2. Это

уже не настолько грандиозная постройка, как предыдущий дом, но замечаю, что по архитектуре здания входят в один жилой комплекс, образуют ансамбль. Дом № 49, к. 2 разделён на три подъезда, девятиэтажный. В каждом подъезде также работает консьерж (снова появляется мысль обзванивать жильцов по домофону, но не делаю этого — боюсь строгой реакции консьержей). Дом № 54 по ул. Юных ленинцев, как я уже сказала, отсутствует. Итого по данному маршруту вероятность попадания в квартиры гораздо ниже, чем может показаться на первый взгляд. Даже если уже находишься в подъезде, это вовсе не значит, что можешь попасть в любую квартиру (по крайней мере, на этом маршруте таких примеров было достаточно».

Маршрут 4. Улица Полбина, 2, корпус 1

Подробно этот маршрут рассмотрен в предыдущей главе, потому приведём лишь коэффициенты достижимости. Коэффициент достижимости у интервьюера опросной компании равен 3% (11 полных интервью из 394 обращений), в то время как у нашего интервьюера — 10% (28 полных интервью из 284 обращений). В маршрутном листе указано восемь домов, однако адреса ул. Шоссейная, 54 не существует (таблица 24).

Таблица 24. Дома маршрута, стартовая точка: улица Полбина, 2, корпус 1

№	Стартовая точка	Количество этажей	Количество подъездов	Число квартир	Наличие домофона	Наличие консьержа	Дверь на несколько квартир
1	Полбина, 2, к. 1	16	2	124	Есть	Нет	Нет
2	Полбина, 20	9	6	215	Есть	Нет	Нет
3	Полбина, 62	9	6	215	Есть	Нет	Нет
4	Шоссейная, 3	9	4	287	Есть	Нет	Нет
5	Шоссейная, 14	12	1	124	Есть	Нет	Нет
6	Шоссейная, 54	Не существует					
7	Шоссейная, 62	9	6	215	-	-	-
8	Шоссейная, 70, к. 2	14	1	98	-	-	-

Маршрут 5. Улица Зарайская, 29

Коэффициент достижимости у интервьюера опросной компании равен 5% (11 полных интервью из 239 обращений), в то время как у нашего интервьюера — 9% (19 полных интервью из 204 обращений). В маршрутном листе указано шесть домов. Протяжённость маршрута довольно большая (рисунок 12). Одного из домов, указанных в маршрутном листе (улица Михайлова, дом 47, корпус 2), не существует (таблица 25).

«На дворе 4 февраля, вторник. Температура значительно спала до -5, это значит, что можно выходить на очередной маршрут. Маршрут, пролегающий по улицам Зарайская и Михайлова, расположен в районе метро Рязанский проспект (могу с уверенностью сказать, что юго-восток Москвы мною освоен). Интервьюер опросной компании прошёл маршрут с нарушениями, не соблюдая никакого шага. Кроме того, дома маршрута оказались разбросаны буквально по всему микрорайону, и один адрес — улица Михайлова, 47, к. 2 — оказался не существующим. Маршрутный лист чрезмерно аккуратно заполнен, номера квартир скомпонованы в группы по кодам (10–17, 61–62 и т.д.) Без проверки не обойтись».

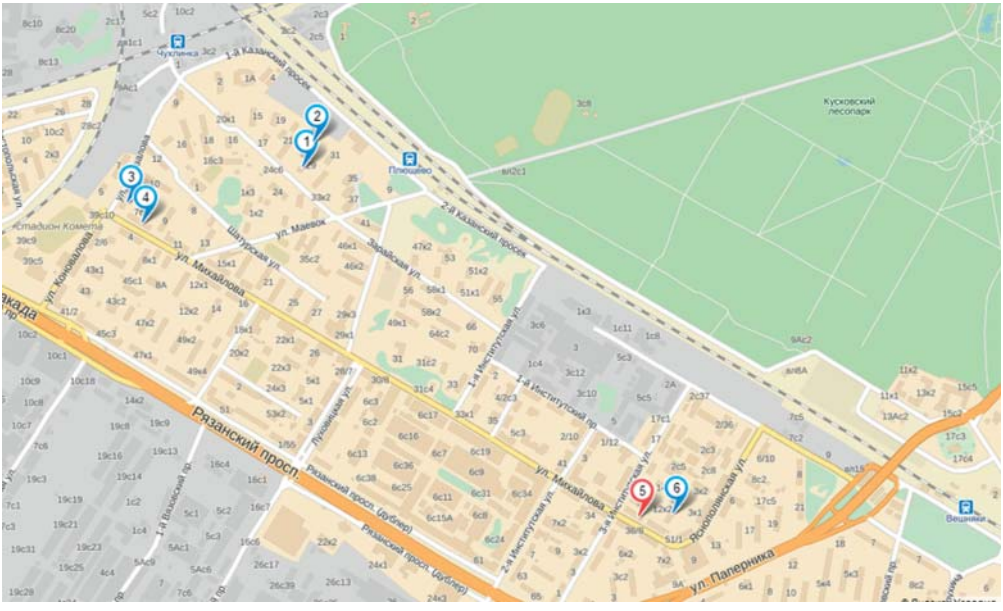
Таблица 25. Дома маршрута, стартовая точка: улица Зарайская, 29

№	Стартовая точка	Количество этажей	Количество подъездов	Число квартир	Наличие домофона	Наличие консьержа	Дверь на несколько квартир
1	Зарайская, 29	5	4	80	Есть	Нет	Нет
2	Зарайская, 27	9	1	72	Есть	Нет	Да
3	Михайлова, 5	5	4	80	Есть	Нет	Нет
4	Михайлова, 7	5	4	80	Есть	Нет	Нет
5	Михайлова, 47, к.2	Не существует					
6	Михайлова, 49, к.2	5	4	80	Есть	Нет	Нет

«От метро до Зарайской, 29 — начальной точки маршрута — путь не близкий, поэтому маршрут начинаю относительно рано в 16:45 (думаю, вдруг заблужусь). Вообще, инфраструктура района очень разнообразна, даже погружаясь вглубь дворов, удивляешься большому количеству магазинов, как продуктовых, так и вещевых и даже книжных. Вместе с тем район не производит впечатление уютного и домашнего, но сурового промышленного (то и дело прохожу мимо небольших полимерных заводиков, высоких зданий

(скорее всего, это складские помещения). Параллельно Зарайской улице могу разглядеть железную дорогу, часто проезжающие электрички. Дом 29 по Зарайской — пятиэтажное кирпичное строение, делится на четыре подъезда (в общей сложности, в доме 80 квартир). Двор, заросший деревьями и совершенно нелюдимый, даже пустынный. Звоню по очереди в квартиры с помощью домофона, сигнал часто обрывается, но в подъезды попасть удаётся. В доме 29 я захожу в три подъезда (опять же странно, что интервьюер опросной компании не прошёл весь дом полностью. По этому адресу реально существующих респондентов найти не удаётся: в одной квартире никого нет дома, в другой — не проживает Елена Александровна 39 лет, вместо неё проживает Ольга — об этом мне поведала пожилая женщина с первого этажа, она же любезно согласилась открыть мне дверь в подъезд за несколько минут до этого. С самой Ольгой из этой квартиры мне также удаётся поговорить, она сказала, что Елена Александровна проживала здесь раньше, но это было очень давно и не в прошлом году. Подтвердила, что никакого опроса летом здесь не проходило».

Рисунок 12. Схема маршрута по улице Зарайская



«Такие дома, как 27, за время контроля прохожу уже не впервые: девять этажей, 72 квартиры, восемь квартир на площадке, по четыре с каждой стороны. Сегодня сталкиваюсь с явлением “цепная реакция”: когда проводишь

интервью с одним респондентом, на шум из соседних квартир выходят жильцы (что и происходит во время опроса респондентки из одной квартиры — она в возрасте, нетрезвая и разговаривает довольно громко, видимо, это привлекает жильцов соседних квартир). Плюс — цепная реакция, ты одним разом посвящаешь респондентов в цель и замысел своего визита, минус — если один респондент откажется давать какие-либо сведения о себе, велика вероятность, что откажутся и другие. Тогда они поспешат разбежаться обратно по квартирам. Однако бабушка "под хмельком" меня не покидает, залихвацки машет рукой со словами "да они сроду всех боятся", приглашает пройти на площадку за общей дверью, долго рассказывает о себе и о соседях. Я, пользуясь случаем, спрашиваю её о Наталье Геннадьевне 30 лет, вероятно, проживающей в квартире этажом выше. Она отвечает, что не знает, "да и вообще кого сейчас знаешь, соседи постоянно меняются, столько новых лиц". В саму квартиру опрошенного респондента попасть не удалось».

«Иду в начало улицы Михайлова, к домам № 5 и № 7 — пятиэтажным кирпичным строениям, в каждом из которых по четыре подъезда (замечу, что район буквально усеян именно такими домами) и по 80 квартир. В начале улицы Михайлова в глаза бросается невысокий монумент в память о лётчике Евгении Михайлове — полезно знать своих героев. Интервьюер опросной компании делает только 26 обращений в дом № 5 и 45 обращений в дом № 7, пропуская, таким образом, больше половины дома. В подъезды без труда попадаю с помощью домофона. Жильцов с указанными именами и характеристиками в маршрутном листе всё так же не нахожу. Вместо Юрия Ивановича в квартире дома № 5 проживает Марья Ивановна, очень добродушная старушка 87 лет (мы успеваем с ней познакомится, побеседовать на отвлечённые темы, к нам даже присоединяется женщина из соседней квартиры, давняя подруга Марьи Ивановны — бабушка 85 лет). Пообещав обязательно навестить Марью Ивановну вновь, я покидаю её, отправляюсь в дом № 7, где по-прежнему не нахожу респондентов (в первой квартире не проживает Виктория Андреевна 66 лет, вместо неё — семейная пара 35 и 33 лет и отец мужа 59 лет). Во второй квартире Татьяну Филипповну 62 лет также не нахожу — об этом мне говорит молодой человек, открывший дверь, на дальнейшие вопросы он отвечать отказывается».

«На часах начало восьмого, маршрут выдался долгим (и пока не заканчивается), зато довольно бодрым. Респонденты сегодня на удивление отзывчивые и участливые. Как я уже сказала, дома № 47, к. 2 по улице Михайлова не существует; зато существует № 49, к. 2 — заключительная точка маршрута. Прежде чем добраться до него, приходится пройти вдоль всю улицу Михайлова, и опять вопрос — с чем это связано? В дневные часы дом № 49, к. 2 по Михайлова мог бы оказаться самым обыкновенным домом, в который можно зайти если не с помощью жильцов, то с помощью домофонов, которые

установлены во всех четырёх подъездах этого так приевшегося пятиэтажного серого кирпичного здания. Но сейчас в вечерние часы придворовая территория дома освещается только за счёт окон дома, кромешная темнота, в которой издалека я успеваю разглядеть и расслышать группу пьяных молодых людей. Некоторое время жду, что они уйдут, но они, кажется, очень удобно уселись на скамейке возле дома. Не решаюсь идти в глубь двора и подойти к подъезду, вынуждена завершить маршрут».

Резюмируя, хочется отметить, что все пройденные пять маршрутов зачастую совсем не похожи на маршруты, а больше напоминают хаотичное движение. Интервьюеры принимают, на наш взгляд, не самые целесообразные решения относительно того, в каком доме опрашивать. Между домами может быть расстояние в несколько километров. Показателен в этом плане маршрут 4 по улице Полбина. Интервьюер на этом маршруте проходит около 2 км до своего 3 дома (Полбина, 62), а потом возвращается, чтобы зайти в четвёртый дом (Шоссейная, 3), который расположен рядом с первым и вторым. Логика этого маршрута не понятна ни при изучении схемы маршрута, ни при его непосредственном прохождении в поле. Это ставит вопрос о необходимости чётких, а самое главное понятных инструкций по выбору домов на маршруте.

Несколько слов о достижимости

Всего в маршрутных листах указаны 25 домов, однако при прохождении маршрутов были выявлены несуществующие дома. К ним мы отнесли в том числе и те здания, где вместо жилого дома находился нежилой (например, торговый центр). Факт несуществующего дома не всегда связан с намеренной фальсификацией, зачастую интервьюеры просто забывают поставить корпус дома или путают улицу, на которой находится дом. Например, можно предположить, что в маршруте 2 (Краснодонская, 16) вместо адреса Новороссийская, 18 предполагается Новороссийская, 18/37, однако, утверждать это со 100-процентной вероятностью нельзя. В итоге точно определяемых домов оказалось 19, из них 15 — это пяти- и девятиэтажные дома типовой застройки, кирпичные (пятиэтажки) или панельные.

Маршруты сильно различаются по количеству домов в них, хотя практически всегда один маршрут подразумевает 11 полностью взятых интервью. В анализируемых маршрутах число домов согласно маршрутным листам составляет от двух (маршрут 1) до восьми (маршрут 4). Таким образом, кому-то приходится пройти два дома, чтобы собрать 11 интервью (но это явное нарушение, поскольку больше трёх анкет в одном доме им нельзя было брать по правилам опросной компании), а кому-то восемь домов. И здесь мы переходим к вопросу о недостижимости, и что на неё влияет.

Интервьюеры опросной компании фиксировали следующие результаты коммуникации: 1) проведено полное интервью с первого раза; 2) проведено полное интервью со второго раза; 3) проведено полное интервью с третьего раза; 4) не подходит по поло-возрастной квоте; 5) подходит по скринеру, но отказ от интервью; 6) никого нет дома; 7) невозможно попасть в подъезд/дом; 8) прерванное интервью; 9) категорический отказ.

Мы несколько изменили эту кодировку под наши задачи: (1) полное интервью (объединили 1–3 коды); (2) неполное интервью; (3) отказ (объединили 5 и 9 код); (4) неадекватный респондент (новый код); (5) не подошёл по скринеру (код 4); (6) никого нет (код 6); (7) невозможно попасть в дом, подъезд, квартиру (код 7); (9) адрес не существует (новый код).

Можно обозначить недостижимость двух типов: 1) техническая; 2) коммуникативная (рисунок 13). Техническая недостижимость подразумевает физическую невозможность попасть в ту или иную квартиру и складывается как из невозможности попасть в подъезд (наличие консьержа, кодового замка и тому подобное), так и физического отсутствия потенциальных респондентов в квартире. Коммуникативная недостижимость — когда респондент отказывается от участия в опросе или прерывает интервью.

Рисунок 13. Схема недостижимости в личном поквартирном опросе

При этом коды «не подходит по квоте» и «невозможно попасть в подъезд» в поле могут быть отнесены как к технической, так и к коммуникативной недостижимости. Если открывший дверь человек не подходит по квоте, то можно попросить позвать другого члена семьи. Если человек откажется, это будет коммуникативная недостижимость, а если больше никого нет дома — техническая. Невозможность попасть в подъезд может быть обусловлена наличием домофонов, по которым никто не отвечает (техническая) или не желает открывать дверь в подъезд (коммуникативная), либо присутствием консьержки, которую не удаётся убедить пустить в подъезд

(коммуникативная недостижимость). Так как такие ситуации интервьюеры опросной компании не кодировали, отнесём эти два кода к наиболее вероятной категории технической недостижимости.

Логично предположить, что у профессионального интервьюера основную часть недостижимости должна составлять техническая. Если у нашего интервьюера так и есть (на коммуникативную недостижимость приходится не более 15%), то у интервьюеров опросной компании коммуникативная недостижимость может достигать 56% (таблица 26). У интервьюера, проходившей маршрут по улице Полбина, у которой мы нашли реальных респондентов, недостижимость сопоставима с нашим интервьюером, доля коммуникативной недостижимости равна 10%, хотя мы уже знаем, что по маршруту она не ходила и опрашивала людей на улице.

Таблица 26. Доля технической и коммуникативной недостижимости в общей недостижимости в личном поквартирном опросе

№	Стартовая точка	Доля технической недостижимости опросной компании/наша	Доля коммуникативной недостижимости опросной компании/наша	Количество домов на маршруте опросной компании/наше
1	Яна Райниса, 5	75%/90%	25%/10%	2/1
2	Краснодонская, 16	76%/97%	24%/3%	5/3
3	Юных ленинцев, 47, к. 1	44%/95%	56%/5%	4/3
4	Полбина, 2, к. 1	90%/88%	10%/12%	8/7
5	Зарайская, 29	50%/85%	50%/15%	6/5

Если посмотреть на все маршруты по Москве, то только на 16 маршрутах из 70 коммуникативная недостижимость не превысила 15%. Стоит оговориться, что у опросной компании была часовая очень сенситивная анкета, в то время как наша анкета, хотя и была достаточно сенситивной, занимала не больше 5 минут. Этот факт мог повлиять на коммуникативную достижимость. Интервьюер опросной компании, чтобы убедить потенциального респондента, не мог сказать, что анкета займет мало времени, и ему сложнее было удержать респондента от прерывания интервью. В этом случае у интервьюеров опросной компании должно быть много прерванных интервью. Но только на семи маршрутах число прерванных интервью превысило пять, что может свидетельствовать о возможных фальсификациях со стороны интервьюеров, когда прерванные анкеты дозаполнялись самостоятельно.

Проанализируем подробно техническую недостижимость, которая вносит основной вклад в недостижимость респондентов на маршруте. Нами были выделены следующие основные причины технической недостижимости:

1) наличие домофона, кодового замка;
2) наличие консьержа;
3) отсутствие звонка на двери;
4) нежелание открывать дверь незнакомцам;
5) неблагополучные дома и районы.

Наличие домофона, кодового замка

Сегодня в Москве, наверное, почти не осталось домов без домофонов или кодовых замков. Это создаёт интервьюерам постоянные трудности. Перед тем как они позвонят в дверь квартиры потенциального респондента, им необходимо пройти «квест» по проникновению в подъезд. Интервьюеры вынуждены проскакивать за входящими в подъезд людьми, что создаёт нервную, неприятную для жителя дома ситуацию и автоматически вызывает у него неблагоприятное отношение к интервьюеру. Последнее обстоятельно является для интервьюера критичным, учитывая характер его работы и необходимость взять интервью, то есть повторно вторгнуться на территорию человека. Для снижения негативного влияния интервьюеру желательно объяснить человеку, кто он такой и зачем зашёл в подъезд. Так, наш интервьюер в дом № 62 по улице Полбина (маршрут 4) заходит вслед за возвращающейся с прогулки бабушкой. Она еле-еле поднимается по лестнице, и интервьюер предлагает ей свою помощь. Бабушка благодарит и говорит, что всегда справляется сама, но между тем интересуется, кто и откуда наш интервьюер. Посчитав, что перед ней представитель ЖКХ, она останавливается и долго рассказывает о своей квартире, о неудобствах, вызванных старым жилым помещением; о том, что дом стал старым и холодным и просто нуждается в капитальном ремонте. Просит записать её слова и надеется, что ей помогут.

Несмотря на вышеописанные сложности, зайти в подъезд с домофоном или кодовым замком не представляется сложной задачей, если дом «живой», то есть вокруг дома обустроена площадка для отдыха и прогулок, постоянно кто-то гуляет рядом, люди входят и выходят. Если же рядом с домом безлюдно, то попасть в подъезд становится сложно. Такие дома для Москвы не редкость. В этом случае у интервьюера есть две опции: пойти к следующему дому (это единственный вариант, если стоит кодовый замок) или прозвонить квартиры по домофону. По домофону можно представляться сотрудником опросной компании, а можно просто просить открыть дверь в подъезд. Наш интервьюер постоянно прибегала к такому способу, и ей всегда открывали

дверь. Иногда люди открывали дверь по домофону, но потом не открывали дверь в квартиру. Отметим, что интервьюер может столкнуться с тем, что не все жители проводят к себе в квартиру домофон. Домофон можно обойти и другим более простым и менее легальным способом, найдя в Интернете универсальные коды для разных марок домофонов. К такому коду мы прибегли один раз и с помощью него открыли подъезд.

Наличие консьержа

Если домофон встречается практически во всех домах Москвы, то консьерж пока не настолько распространён. По большей части консьержки есть в домах класса выше среднего, а также в новых домах. В домах типовой застройки тоже встречаются, но пока это скорее исключение, нежели правило.

Консьержи зачастую знают в лицо всех жильцов своих подъездов, поэтому пройти в подъезд вместе с входящим или выходящим жильцом, скорее всего, не удастся. При этом они имеют чёткие указания не пускать посторонних, чтобы не тревожить жильцов. У нас только в одном маршруте были дома с консьержами, и в оба эти дома нашему интервьюеру попасть не удалось. Эти дома не были элитными, но и типовыми их назвать нельзя. У них нетипичная архитектура, они построены всего 10 лет назад, имеют хорошую, ухоженную придомовую территорию. Сначала интервьюер попыталась попасть в подъезд, зайдя следом за одним из жильцов, но дальше консьержа не прошла. Консьерж, женщина средних лет, по-рабочему одетая, придирчиво расспросила о цели визита, высказала множество сомнений, объяснила, что кроме самих жильцов, их гостей (о которых предупреждают заранее) и сотрудников ЖКХ никого не пускает и наотрез отказалась пропустить интервьюера. Подобная ситуация сложилась и во втором доме с консьержами.

Таким образом, консьержи становятся практически непреодолимым препятствием для интервьюеров. В разговоре с ними не помогают никакие аргументы и документы. У них чёткое указание никого не пускать, и они ему неукоснительно следуют.

Отсутствие звонка на дверях

Некоторой неожиданностью для нас стало довольно частое отсутствие звонков. В этом случае можно постучать в дверь, однако есть вероятность, что стук просто не услышат. На маршрутах несколько раз встречалась ситу-

ация, когда за общую дверь для нескольких квартир (квартиры отделены от лестничной площадки дополнительной общей дверью) не выведен ни один звонок. В этом случае достучаться до потенциальных респондентов просто технически невозможно.

Нежелание открывать дверь незнакомцам

Нередкой оказалась ситуация, когда интервьюеру просто не открывают дверь, хотя дома по всем признакам кто-то есть (можно услышать голоса, звук телевизора). Да и сами респонденты говорили о том, что стараются не открывать дверь, если никого не ждут.

Неблагополучные дома

Отметим наличие и неблагополучных домов или неблагополучной обстановки рядом с домом. Эти случаи никак не фиксируются интервьюерами. Интервьюер, видя потенциально опасную для себя обстановку, просто идёт к другому дому. Однако мы зафиксировали подобный случай, так как должны были попасть в конкретный дом, указанный в маршрутном листе интервьюера опросной компании. В дневные часы дом № 49, корпус 2 по улице Михайлова (маршрут 5) мог бы оказаться самым обыкновенным пятиэтажным домом, в который можно зайти если не с помощью жильцов, то с помощью домофонов. Но в вечерние часы придворовая территория дома освещается только за счёт окон дома. Эта ситуация потенциально опасна для интервьюера, у которого чаще всего нет с собой никаких средств самозащиты.

ГЛАВА 5

ТАЙНЫЙ ИНТЕРВЬЮЕР, ИЛИ КАК МЫ ПОШЛИ РАБОТАТЬ В ОПРОСНУЮ КОМПАНИЮ

В устных историях об особенностях полевой работы с теми или иными вариациями доминируют повествования о массовых фальсификациях, допускаемых интервьюерами. Низкая оплата труда, возрастающая недостижимость целевых групп (отсутствие дома или нежелание общаться), территориальная недоступность (закрытые подъезды, консьержи, придворовые территории), всё увеличивающиеся в объёмах анкеты приводят к каскадному росту риска фальсификаций и фабрикаций опросного инструмента. Когда требования к выполняемой работе и уровень вознаграждения становятся всё менее и менее согласованным, предотвратить такой рост практически невозможно. Тем более значимыми оказываются 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, потому многие вольные исследователи делают наблюдение за этим производством чуть ли не своим основным занятием. Вхождение в повседневный мир незнакомых людей, проживание с ними какой-то части профессиональной биографии, ведение дневника и осмысление личных переживаний [DeWalt, DeWalt, Wayland, 1998; Emerson, Fretz, Shaw, 2001; Forsey, 2010: 559; Brannan, 2007: 396–397; Zimmerman, 1977] составляют основу включённого наблюдения за человеком труда. Множество публикаций посвящены описанию разных профессий — от юристов и врачей до парикмахеров и разносчиков пиццы [Brannan, 2007; Hodson, 2004: 6–7]. Вместе с тем труд интервьюера, ответственного за качество социального обследования, как правило, остаётся без внимания. За редким исключением (см., например: [Roth, 1966, 1973]) исследователи обходят стороной полевую работу в количественных исследованиях, де факто считая её промежуточным элементом опросной машины.

Всегда удобно занять 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 включённого наблюдения

Мы решили посмотреть на опросную машину «изнутри», с связи с чем две участницы Методического цеха, неформального сообщества исследователей, Надежда Галиева и Елена Вьюговская, 31 года и 24 лет соответственно, устроились в крупную опросную компанию для внештатной работы интервьюерами. Будем называть участников этой авантюры этнографами, а их дневниковые записи — этнографическими зарисовками.

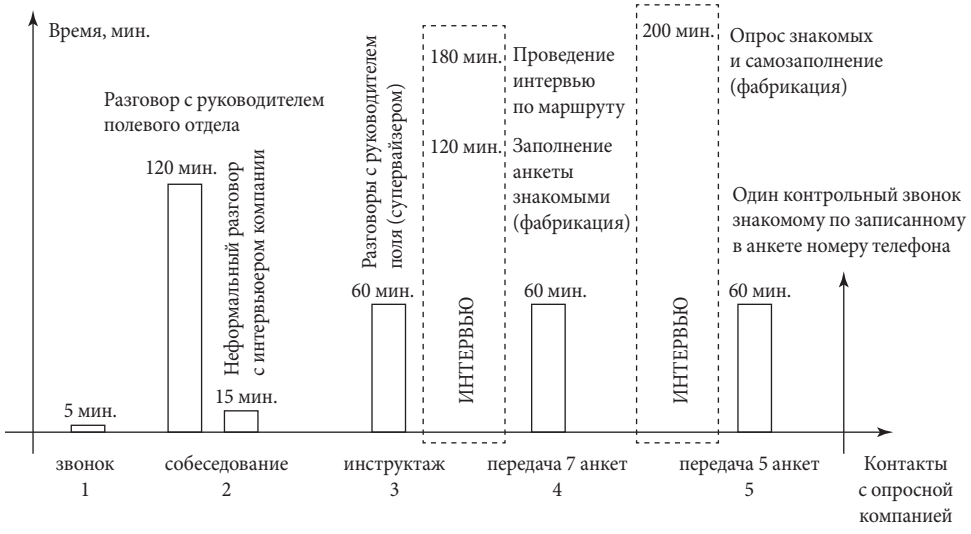
На собеседование попросили принести паспорт и страховое свидетельство обязательного пенсионного страхования (с документов впоследствии сняли копии). Некоторое удивление вызвал тот факт, что для приёма на работу работодатели не запросили ни резюме, ни трудовую книжку, ни тем более диплом об образовании.

Перед собеседованием в офисе компании в карточке интервьюера нужно было указать ФИО, год рождения, адрес проживания и регистрации, место работы и должность, место учёбы 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 неё кандидаты на работу не принимаются. На наш взгляд, такое пренебрежение документами может означать, что для работы в данной опросной компании интервьюером не требуется профессиональное соответствие.

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 этнографы были вынуждены отказаться от первоначального плана. Ввиду длительности встреч (в среднем по 50 минут) запомнить все детали разговоров не представлялось возможным, поэтому велась скрытая запись. Включённый диктофон лежал в кармане сумки. Качество записей оказалось очень хорошим, речь информантов слышна отчётливо и без помех.

Всего состоялось пять контактов с представителями опросной компании (рисунок 14). Во-первых, позвонили в опросную компанию, чтобы узнать о наличии вакансий. По телефону фактически ничего не рассказали о работе, сразу пригласили на собеседование. Во-вторых, на собеседовании договорились об участии в качестве интервьюеров в готовящемся к запуску поквартирном опросе. В качестве своеобразного испытательного срока девушкам 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 этнографы пришли в компанию за анкетами и прошли инструктаж. Четвёртый контакт состоялся через несколько дней, когда девушки пришли, чтобы сдать анкеты, как и было обговорено на собеседовании. На первом этапе поля нам удалось взять бóльшую часть анкет (7 анкет). Наконец, в-пятых, посетили опросную компанию, чтобы передать оставшиеся анкеты.

Рисунок 14. Взаимодействие с опросной компанией



Включённое наблюдение продлилось 12 дней, в ходе которых мы провели три совместные встречи, где детально обсуждались результаты и возможные действия. Соответственно, можно выделить три 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 собрано 10 полевых документов (таблица 27).

Таблица 27. 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 анкет (7 анкет)	30.03.2014	Аудиозапись	3	40 минут	Руководитель поля (женщина, 45 лет)
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, однако выглядит моложе своего возраста. Изначально произвела впечатление закрытого, социопатичного человека (тёмный цвет и плотный материал её одежды усиливали восприятие), однако в разговоре оказалась коммуникабельной, прямодушной и предельно откровенной. У неё 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 ознакомила с предстоявшей работой. И у неё 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, сотрудники полевого отдела продемонстрировали, что работать интервьюером может каждый; это малооплачиваемый и низкоквалифицированный труд, который не требует специальной подготовки. С другой — за всем этим просматриваются большая текучка и катастрофическая нехватка интервьюеров.

Основная часть собеседования была посвящена тому, чтобы изменить первоначальное намерение участвовать в поквартирных опросах в пользу уличных или телефонных. Основными аргументами «против» были: 1) слож-

ность 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 (*таблица 27, пункт 2*). Попытка разубедить нас в поквартирных опросах на собеседовании с руководителем полевых работ

*И: **Я бы свою дочку на поквартирники не пустила**. <…> Вот что вы будете делать, если подъезд закрыт на кодовый замок, а вам надо попасть туда? А сейчас очень часто на дверях нет звонков, что вы будете делать в этом случае? <…> А представьте, вам откроет мужик в трусах, да ещё скажет, да заходите, девочки! Пойдёте?*

В приведённом фрагменте ярко проявляется то, что потом нам неоднократно встречалось — отказ от обучения интервьюеров. Руководитель предлагает самим выяснить, как действовать в той или иной сложной ситуации. В крупной опросной компании не предусмотрен инструктаж интервьюеров по анкете или по исследованию. Никто не передаёт опыт, не рассказывает и не обучает лучшим практикам, поведению в сложных случаях. *«За четыре 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 уже другой сотрудницы)».* Работа интервьюера — это личное дело человека, решившегося попробовать себя в этом ремесле.

Фрагмент 2 (*таблица 27, пункт 6*). Отрывок из разговора с руководителем полевых работ на второй передаче анкет

*И: Самое большое у нас идут квартирники 3 недели, месяц. И вот тогда люди берут, **которые уже научились работать, как вы сказали, не один велосипед открыли, а у них уже вагон и маленькая тележка этих велосипедов стоят**, соответственно, получается, что они как бы рассчитывают свои силы и берут по 2–3 участка. 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» (фрагмент 2). Этнографы 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 ведёт к ухудшению качества взятых анкет, увеличению неконтролируемых смещений, нарушению методики интервьюирования и, по сути, говорит о недобросовестной работе опросной компании [Бурлуцкая, Петрова, 1997]. 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: [Ноэль, 1993]).

Демонстративное невнимание к коммуникативным особенностям интервью приводит к невозможности оценить адекватность анкетных вопросов. При таких условиях любые вопросы и в любом количестве будут годны для социального анализа. Анкете как таковой (и той, с которой нам предстояло работать впоследствии) было уделено совсем немного внимания. Руководитель полевого отдела ещё 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 изумлённо пожала плечами, риторически ответив “А как её упростишь?”. В день инструктажа перед выходом в поле она предложила нам ознакомиться с анкетой в течение 10 минут (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 её. 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 представляться и как обозначить тему опроса для респондента («Скажете… 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, как правило, могли оказаться 2–3 карточки), прибегать или нет к собственным пояснениям в случае непонимания респондентом того или иного вопроса (что, вероятно, приведёт к смещениям и ошибкам в регистрации ответов), особенности коммуникативного поведения с респон-

дентом, — все эти вопросы не были затронуты вовсе, несмотря на то, что они имеют первостепенное значение для интервьюера [Kiecker, Nelson, 1996]. Складывалось впечатление, что в компании не принято давать устный инструктаж интервьюеров, он представляет собой казус, вызванный нашим первым опытом и призванный поставить новичков 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 отвести личной безопасности интервьюеров. Во время окончательной передачи анкет в компании 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, посвящённой массовым личным опросам. При этом забота о себе и своём здоровье очевидно является одним из сдерживающих факторов для интервьюеров при выборе метода опроса. Во многом из-за опасения за своё здоровье люди отказываются работать на поквартирных опросах. Об этом, в частности, поведала интервьюер компании, с которой нам удалось поговорить после собеседования.

Фрагмент 3 (*таблица 27, пункт 3*). Повод перестать работать интервьюером из разговора с интервьюером, женщина, около 40 лет

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

В разговоре с этнографами интервьюер не раз возвращалась к тому, что опрашивать респондентов стало не столько тяжело в силу труднодо-

ступности квартир, сколько рискованно и далеко не благонадёжно из-за 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[12].

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. 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 ещё одной переменной — субъекта фальсификаций («мы» и «другие»). Сопоставление уровней и субъектов фальсификаций позволяет построить пространство признаков нарушений процедуры опроса (рисунок 15).

Рисунок 15. Квадрант фальсификаций в квартирных опросах

[12] При переписи 2010 года 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»).

Если первое различение на индивидуальные и институциональные фальсификации отражает характеристики исследуемого явления, то 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 четыре приёма 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-четвёртых, 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).

Фрагмент 4. Замена первоначально отобранных УИКов на удобные из «Собеседования в опросной компании», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 2*)

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

Приведённый 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 укоренённой практике позволяет некоторая развязность, с которой руководитель поля общается с координатором, а также некоторая обыденность интонаций и оборотов речи: *«доберём, если что», «нарисуйте нам красиво»*.

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, определяет 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.

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

Фрагмент 5. Разрешение на изменение квоты из «Первой передачи сделанных анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 5*)

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

Этнографы выразили опасения, что не смогут найти женщину с образованием ниже среднего специального. В ответ на это руководитель поля, изучив оставшиеся квоты, разрешила взять среднее специальное образование, тем самым получить «*перекос по квоте*».

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, девушкам разрешили при невозможности закрыть какую-либо квоту проинтервьюировать друг друга (что выражалось бы в самостоятельном заполнении анкет) или подойти к людям возле подъезда.

Фрагмент 6. Разрешение на опрос друг друга и проведение интервью около дома из «Первой передачи сделанных анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 5*)

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

Руководитель поля заинтересована, чтобы интервьюеры закончили свой маршрут в срок, поэтому идёт 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). При этом разрешение на подобную фальсификацию подаётся достаточно буднично и привычно, как приём, к которому при-

бегают «*на худой конец*». Важно отметить, что она не пытается понизить голос, чтобы не слышали другие сотрудники отдела, не меняет свои привычные интонации, практически не подчёркивает, 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. Она 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.

Человек, работа которого должна заключаться в контроле качества полевых работ, фактически встаёт 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, причём весьма откровенно, о личном опыте и тонкостях своей работы. Встретить интервьюера и поговорить с ней/с ним в день первого собеседования было сродни программе-максимум всего эксперимента. «*Мы вышли вместе с интервьюером из офиса, представились. Сказали, что ещё 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. “Всё ли так страшно? Как работают другие? И, главное, как много таких курьёзов происходит непосредственно в Вашей работе?” После этих слов интервьюер предложила вовсе выйти из здания, отойти немного поодаль, чтобы не пересечься с сотрудниками полевого отдела. Ей было необходимо закурить, и складывалось впечатление, что она явно настроена на продолжительный разговор. Возможно, ею руководило совершенно обыкновенное чувство солидарности, желание помочь совсем ещё юным, не имеющим большого опыта сотрудникам, дать дельные советы о том, как оптимизировать свою работу. Однако свой рассказ она начала “издалека” (ранее мы приводили фрагмент, в котором интервьюер рассказывала, как пришла в профес-*

сию, как начинала работать и что побудило её 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 оказалось весьма содержательной». По сути, её рассказ можно представить в качестве развёрнутых ответов на интересующие нас вопросы. Её слова о том, как она начинала работать, как пришла к фальсификациям, и весь её рассказ в целом служат своего рода оправданием её действий, оправданием её профессиональной нечестности.

Фрагмент 7. Первые шаги к фальсификации «Разговор с постоянным интервьюером опросной компании», женщина, ~ 40 лет (*таблица 27, пункт 3*)

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

После неприятного опыта анкетирования интервьюер долго не могла вернуться к прежнему ремеслу (фрагмент 3). 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 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 людей (фрагмент 7). 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 её руководству, например, во время контроля поля.

Фрагмент 8. Стратегии фальсификации интервьюеров «Разговор с постоянным интервьюером опросной компании», женщина, ~ 40 лет (*таблица 27, пункт 3*)

С1: А они разве не проверяют..?

*И: **Они проверяют, видимо, как-то по телефону <...> Обязательно нужно брать телефоны, ну, конечно, мобильные, всё-всех предупредишь десять раз <...> Вот я буквально недавно опрос делала, всех своих предупредила, звонили двоим, там**, девушке. Всё, правда, не знаю, насколько строго они это контролируют, опрашивали «Вы живёте в таком-то районе» — «Да.» — «А к Вам подходила женщина?» — «Да.» — «А где Вас опрашивали?» Да-да, то есть всех обзвонили, всё спросили, мои всё ответили. Поэтому я стараюсь брать реквизиты максимально приближенные, живущих в этом районе, но на соседней улице, не на той, а хотя бы на соседней. У тех, у кого дети-школьники, например <…> **Как остальные изощряются, ребят, я не знаю. Я слышала о вещях, вплоть.., ну я не знаю, надо просто такими артистами быть… Накупают где-то дешевые симкарты и телефоны, в Ашанах, подключают, куча контор работает, вставляют кучу симок в разные телефоны, разными голосами, пишут анкеты, там, позовите Валентину** (в разговоре изменяет голос на очень тонкий) «Аллё, я Валентина, мне 24 года, меня опрашивали, да!» или там (делает голос намного грубее) «Аллё, здрасте, Мария Сергеевна, мне 57 лет, я там опрашивалась по такому-то опросу!» Я бы так не рискнула, не рискнула, честно. <…>*

Мы убедились, что интервьюер не имеет чёткого 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), 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, 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 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 приёмам 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. 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», женщина, ~ 40 лет (*таблица 27, пункт 3*)

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

Хотя интервьюер практически напрямую говорит, что больше не ходит по квартирам и не анкетирует жильцов, она старается опрашивать людей во дворах, у подъездов, не заходя в дома (фрагмент 9). По её 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 с респондентов, особенно когда оставляет им какое-либо вознаграждение. 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.

Рисунок 16. Фрагмент анкеты

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 ЕЩЁ? А ЕЩЁ? (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 ЕЩЁ? А ЕЩЁ? (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, борьбы 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, призывникам, 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		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?»

Ещё одной индивидуальной практикой, к которой прибегали и этнографы, является пропуск вопросов анкеты. Основные проблемы в поле были вызваны не отказами, невозможностью попасть в подъезд, грубостью со стороны потенциальных респондентов, а тяжёлой 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 (рисунок 16).

«Разговаривать по такой анкете — мука как для респондента, так и для интервьюера. Мы стали продумывать и сопоставлять наилучшие варианты и возможности фальсификаций ещё 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 мужчиной 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 по окончании разговора измотаны. Опросив двух респондентов и сделав часовой перерыв в работе, мы решили прибегнуть к дополнительным манипуляциям, а именно 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, что предложила сделать и нам, а анкету заполнить на своё 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 её 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 ещё предстояло заполнить недостающие ответы на вопросы в двух последних анкетах». Эта процедура требует

отдельного внимания: интересно отметить, что на неё было потрачено 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 своём 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 даёт 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 был сделан упор при встрече «тайных» интервьюеров с руководителем поля при промежуточной передаче анкет. Оказалось, что проделанные ухищрения не такие уникальные. Супервайзер сразу поняла проблему и посоветовала перестать «проживать» вместе с респондентом анкету. При таком подходе, по её мнению, нельзя работать на подобных опросах, так как это тяжело морально и не позволяет заработать (фрагмент 10).

Фрагмент 10. Рассказ об отношении к анкете и способах быстрого прохождения анкеты из «Промежуточной передачи анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 5*)

С1: В общем, на самом деле, самое сложное — это анкета. Потому что она реально, там такие вопросы…

И: Девчонки, единственное, что…

С1: Их никто не понимает.

И: Я могу вам сказать только одно. Если вам понравились квартирные опросы и если вы их потом будете делать, то соответственно у вас потом изменится немножко отношение к анкете. То есть вы уже просто не будете… Вы сейчас просто на новенького, да? Вы в неё как бы вживаетесь, вы её через себя прогоняете.

С1: Да.

*И: **После 50 анкеты вам будет абсолютно всё равно, что там написано**. Вы будете ходить делать анкеты, потому что вы зарабатываете деньги, а не проживаете с каждым респондентом эту анкету. **Вот если вы будете делать так, вы не сможете рабо-***

тать, вы не сможете заработать. *<…>. У нас интервьюеры, которые вот такие уже матёрые, да, которые уже просто не читают, а прыгают по анкете, просто бегом. Бабушка ещё не успела рот открыть, понимаете, а ей уже четыре вопроса, уже пятый, уже, уже закончили практически, понимаете, то есть вот так её.*
С1: Это же тоже неправильно. А что тогда за ответы получите?
И: Нет. Я не говорю о том, что… А это вот просто так, по-быстрому, по-быстрому. ***А как? А по-другому никак****. Я вас к этому, конечно, не призываю. Но я вам говорю к тому, что через какое-то время вы перестанете её проживать, либо не будете работать.*

Она рассказала, что опытные интервьюеры тратят на подобные анкеты не больше 20 минут. Это достигается за счёт быстрого проговаривания вопросов, за счёт жёсткого контроля интервьюером хода интервью, постоянного возвращения респондента к анкетным вопросам, пресечения желания респондента дать развёрнутый ответ на вопрос или аргументировать свой ответ. Руководитель поля понимает неправильность такого способа интервьюирования: *«Я вас к этому, конечно, не призываю»*, но не видит ему альтернативы в существующих условиях: *«А как? А по-другому никак»*. 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 всё равно, что там написано»*.

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

Фрагмент 11. Приём работы в «режиме двух анкет» из «Окончательной передачи сделанных анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 6*)

С1: Я к чему говорю, всё равно у нас с ним получалось на полчаса, там, 20 минут у нас ни разу не получилось. То есть основные претензии к анкете. Вот ты стоишь и разговариваешь, поэтому хотелось бы какой-то пример такого быстрого.
С2: Вот вы в прошлый раз ещё говорили такого быстрого. Проблема сама в анкете. Мы вроде попытались её быстрее, да. Там, быстрее проговаривать вопрос, но настолько сложные формулировки, что вроде быстро прочитаешь и ничего не понятно.
И: И получается, что ты тратишь на это ещё больше времени.
С2: Да.

И: Я с вами согласна, поэтому, ***смотрите, как бы по большому счёту этого делать не совсем можно. Но я думаю, что наши интервьюеры, которые тратят на анкету 20 минут, я думаю, что они именно так и делают.*** *Это называется опрос в режиме двух анкет. Когда ты даёшь не карточку, а анкету. То, чего мы не имеем права делать, потому что там существует вопрос «отказ ответа, затрудняюсь ответить». То есть мы, когда даём человеку анкету, мы ему уже умышленно как бы разрешаем не подумать о возможных вариантах. <…> Ну проще же сказать "затрудняюсь ответить", а вы соответственно должны обвести то, что произнес респондент? и получается, что затрудняюсь ответить, затрудняюсь ответить и большая часть затрудняюсь ответить. То есть вот поэтому мы настоятельно просим не работать в режиме двух анкет. <…>* ***Девчонки, я сама работала интервьюером. Я работала в режиме двух анкет. Это намного быстрее*** *<…> Единственное, нужно их как-то… чтобы «затрудняюсь ответить» было меньше.*

Руководитель поля, несмотря на вступительную фразу *«по большому счёту этого делать не совсем можно»* (фрагмент 11), 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. Призналась, что сама работала в таком режиме, когда была интервьюером. С одной стороны, она понимает, что таким образом нарушается методика, с другой — собственный опыт интервьюирования говорит о практиках повышения производительности. Наконец, она фактически легитимирует эту практику при условии некритичного числа ответов «затрудняюсь ответить».

«Последние пять 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». На удачу смышлёных интервьюеров таким мужчиной оказался её сосед (фрагмент 12).

Фрагмент 12. Повторный опрос респондентов из «Окончательной передачи сделанных анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 6*)

С1: Нам так повезло, на самом деле! У нас там так получилось, что в конце последняя там была девушка, которая нам подходит, у неё спросили <…> "Вы не знаете, кто у Вас есть соседи?

Нам просто нужно, у нас последний оставался, там, мужчина 35–40 лет. Может быть у Вас есть здесь знакомые такие". Она говорит: "Да, вот рядом живет". И она позвонила…
И: Ну на самом деле ***наши тётки*** *так и работают.* ***И потом же их берут на заметку и там через несколько опросов к ним возвращаются****. То есть как-то так.*

Руководитель поля не удивилась рассказанной истории, наоборот, отметила, что подобная практика существует у интервьюеров, когда они возвращаются в тот же дом через несколько опросов. 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 её неправильной. Таким образом, вместо случайного отбора респондентов мы по факту имеем многолетнюю панель.

Стоит оговориться, что подробно об этой практике не расспрашивали, поэтому и не знаем, насколько она распространена среди интервьюеров компании и принимаема полевым руководством. Мы отнесли её 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

Исходя из этнографических наблюдений, мы убедились, что в день можно брать не больше пяти анкет. Один из интервьюеров компании за два выходных дня взяла 24 анкеты и собиралась приехать за дополнительной партией. За эти же два дня, фальсифицируя, мы взяли только семь анкет. При этом руководитель поля хорошо понимает, что качественно сделать «*много не получается*» (фрагмент 13).

Фрагмент 13. Повторный опрос респондентов из «Окончательной передачи сделанных анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 6*)

С2: Просто есть такие, которые берут по нескольку участков опрашивать, уже у них настолько качества…

С1: Да, профессиональные…
С2: Сколько, допустим, нам нужно проработать, сколько сходить нам по квартирам, чтобы…
И: Можно со второго раза научиться, можно с первого раза научиться делать сразу по 3–4 участка. Только … когда я открываю анкету, мне сразу всё понятно.
С1: Не, ну мы же говорим про нормальную всё-таки…
И: Поэтому я вам сказала, что вы очень хорошо отработали.
С1: Вот поэтому мы и говорим, что …Лена спросила, что те, которые нормально работают, не подделывают, а нормально, и много при этом делают, как они работают, чтобы мы понимали?
И: ***Чтобы сделать нормально, много не получается****. Что вы хотите, чтобы я вам сказала? Мне кажется, я уже и так столько сказала, что уже можно было давно понять.* ***Есть люди, которых мы периодически штрафуем, но за счёт того, что у нас очень мало квартирников… квартирниц… нам приходится к людям обращаться. А потом приходится их штрафовать. Это самое ужасное.*** *Я не хотела говорить это вслух, но тем не менее,* ***потому что иногда мы сами создаём людям такие условия, 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 интервью, когда интервьюер сам заполняет анкеты, никого не опрашивая. И даже в этом случае руководитель поля находит оправдание такому поведению «*иногда мы сами создаём людям такие условия, чтобы они где-то как-то лукавили*» (фрагмент 13). При этом она осознаёт, насколько порочна практика повторного привлечения пойманных на фабрикациях интервьюеров.

В этой ситуации происходит стереотипизация поквартирных опросов как невыгодных, тяжёлых, трудоёмких и к тому же опасных для интервьюеров. Этнографам на каждой встрече транслировали установку о том, что поквартирные опросы — это прошлый век и «*все приличные компании давно ушли от квартирников и обзавелись CATI-студиями!*». Сами сотрудники полевого отдела крайне негативно относятся к этому виду опроса. Невозможность обеспечить качественный сбор информации при имеющихся объёмах, сроках и ценах привёл к конструированию некого 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).

Фрагмент 14. Стоимость анкеты при поквартирном опросе из «Окончательной передачи сделанных анкет», руководитель полевых работ, женщина, ~ 45 лет (*таблица 27, пункт 6*)

И: Просто другое дело, что такая анкета, понятное дело, по-другому должна оплачиваться, и тогда эти 30 минут будут оправданы. ***В любом случае весь вопрос не в том, что анкета длинная, 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 ещё 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[13]) или личные опросы (ACASI-опросы[14]), онлайн интервью, позволяющие в автоматическом режиме собирать параданные, значительно снижающие масштабы фальсификаций и практически исключающие фабрикации.

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 чём свидетельствуют минимальное денежное вознаграждение и отсутствие заинтересованности

---

13 ACATI — Audio Computer-Assisted Telephone Interview.

14 ACASI — Audio Computer-Assisted Self Interview.

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 исключённости из работы опросной компании интервьюеры создают собственные практики и правила поведения, основанные на фальсификациях и фабрикациях (в чём 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 только не включает интервьюеров в процесс разработки исследования, но даже не желает прислушиваться к их мнению относительно анкеты или прохождения маршрута. Большего урона профессиональной этике трудно себе представить.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Качество аналитических отчётов, 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 рассуждали о честности и порядочности интервьюеров [Андреенков, Маслова, 1990], искренности и ответственности респондентов [Мягков, 2001, 2002, 2004]. 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. Эффект интервьюера редуцируется до изучения корреляций основных переменных исследования с формальными социально-демографическими характеристиками интервьюеров, которые не требуют сложных процедур регистрации и могут быть легко добавлены к основному массиву данных. Сама состоявшаяся коммуникация, особенности обмена репликами в подавляющем большинстве экспериментальных методических планов остаются сферой неизвестного, не подлежащего какой-либо критике и рефлексии. С одной стороны, большинством участников исследовательского рынка осознаётся острая 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 так далее. 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.

Во-первых, никто даже не задумывается о воспроизводимости и устойчивости коммуникативных данных. Последние вовсе не рассматриваются в качестве таковых. Разговор о надёжности, если и возникает, то посредством сопоставления уже отредактированных и приведённых к некоторым объясняемым и принимаемым распределениям. От интервьюера ждут соблюдения квотных заданий и сроков, радуются повышению производительности их труда, зачастую вопреки здравому смыслу и тематическому заданию, условиям опроса. Поскольку внимание уделяется исключительно конечным результатам и никого не интересует, как они складываются, формируется роль интервьюера-в-законе или специалиста по созданию нужного набора данных в кратчайшие сроки и с минимальными расценками. Много

слов говорится о низкой оплате труда интервьюера. Странно, что никто не задумывается о том, почему люди соглашаются на такое вознаграждение. Никто не подвергает сомнению сам характер интервьюерского труда, хотя даже при поверхностном рассмотрении видна явная подмена опросных требований иными, доступными в рамках отпущенных ресурсов (время и деньги) формами коммуникации и конструирования данных.

Во-вторых, методические отчёты давно трансформировались в рутинную, формальную деятельность. Копируя, не задумываясь, разработанные когда-то дизайны выборок, требования к интервьюерам, редуцируя инструктажи до бытовых разговоров, специалисты в проведении и организации массовых опросов заняли позицию кудесников, производящих данные из ничего и ничем же их представляющие. Методические материалы опросной индустрии, не востребованные и не читаемые, отражают ситуацию запущенности технологии и отсталости методологического мышления уважаемых в профессиональном сообществе коллег.

В-третьих, полевой материал настолько оторван от отчётного, что ни у кого не возникает даже сомнения в его адекватности, желания провести проверку не наспех, сразу после прохождения маршрута, а с временной дистанцией, с осмыслением и анализом произошедших коммуникаций. Мы верим в неизменность социального мира, с нескрываемым торжеством говорим о выявленных закономерностях и не отдаём себе отчёта в том, насколько эти закономерности эфемерны. Реальных участников опроса, респондентов, нельзя обнаружить уже через несколько месяцев после завершения поля. Что говорить об устойчивости смыслов, мнений и позиций, если не только люди, но и материальные объекты, их жилища, не соответствуют отчётной документации, отражающей реалии работы интервьюера? Всё можно объяснить текучестью, изменчивостью социальной среды, лукавством респондентов, не желающих сообщать свои данные, особенностью опросной технологии, реализуемой в анонимной обстановке и не предполагающей вторичных посещений, но если воспроизводство данных принципиально невозможно, то чего стоят социальные прогнозы и научные обобщения обществоведов? Их цена — не больше цены рыночной сплетни, досужего домысла, анекдота, рассказанного на бегу. Нет никаких сомнений, что причина катастрофического падения доверия к опросной индустрии лежит именно в методической неряшливости и отсутствии какого-либо интереса к вопрос-ответной коммуникации, которая есть безусловная и единственная реальность во всём опросном предприятии. Все остальные действия и интерпретации — лишь надстройка над фактом общения интервьюера и респондента.

В-четвёртых, отсутствие внимания к труду интервьюера, рефлексии особенностей разговоров с незнакомыми людьми привели к формированию

невыполнимых опросных заданий с фантастически низкой оплатой труда. Работа интервьюера, выполняющего свои задачи в соответствии с требованиями, прописанными в отчётной методической документации, оплачивается ниже любого самого низкоквалифицированного труда. Тяжелейшая, эмоционально изматывающая, не доступная большинству аналитиков работа приравнивается к бросовой деятельности, к выполнению которой привлекаются случайные, зачастую неуспешные в профессиональной карьере люди. Столь разительное несоответствие привело к парадоксальной ситуации принуждения к фабрикациям. «Фальсифицируй или увольняйся», — так звучит лозунг работы современного российского интервьюера. Войдя с этнографическим проектом в полевой отдел крупнейшей российской компании, мы пережили эмоциональный шок, вызванный необходимостью примерить на себе роль обманщиков и фальсификаторов, смириться с неизбежностью мошенничества.

Всегда, когда данные собираются при помощи личных интервью, существует риск фальсификаций или фабрикаций со стороны интервьюеров. Всего можно выделить три основных типа обмана со стороны интервьюеров [Schraepler, Wagner, 2003]. Первый, когда интервьюер фабрикует все ответы анкеты (в англоязычной литературе обозначается как “curbstoning”); второй, менее заметный, когда интервьюер заполняет сам только часть анкеты, и, наконец, третий, когда интервьюер сознательно отклоняется от предписанной процедуры (будь то инструкции к анкете, замена респондентов из выборки и прочее). Реализованные и описанные выше экспериментальные планы и наблюдения, выявившие большое число как индивидуальных, так и институциональных фальсификаций и фабрикаций, вызвали и ряд других вопросов: Насколько хорошо организован документооборот в ходе проведения исследования? Достаточна ли полевая документация для оценки и подтверждения проведённой работы? Какие данные на самом деле собираются? Как организована полевая работа внутри большой опросной компании? Есть ли спрос на методологию исследования у заказчика? Как работают опросные компании, если по факту у них нет нормального контроля за интервьюерами? И самое главное, почему данные, полученные с таким нарушением процедуры, совпадают с данными Росстата?

Это программные вопросы на большое, комплексное исследование, рассчитанное ни на одну профессиональную команду. Можно говорить об отсутствии спроса на методологию в научном сообществе, о чём свидетельствуют небольшие описания методологии исследования в большинстве отечественных статей; можно вспомнить и про препятствия к проведению опросов, сложность реализации спроектированной выборки в мегаполисе, краткие сроки для подготовки материалов, ошибки из-за

человеческого фактора, текучесть кадров среди интервьюеров, непривлекательность данной работы и большие соблазны подделать анкеты для личной выгоды. Интуитивно понятные причины можно перечислять и далее, но более важны аргументация и регулярное наблюдение за конституированием социального порядка, который выступает источником формирования этих причин.

В большинстве исследований интервьюеры работают временно, по совместительству и в основной своей массе не участвуют в разработке дизайна исследования, выборки, анкеты; более того, не всегда они имеют соответствующую подготовку, в том числе не знакомы с исследовательской этикой. Фальсификация интервьюера в данном случае означает намеренное нарушение требований проведения опроса или инструкций, полученных от начальства [American Association for Public Opinion Research, 2003:1]. Принципиально важно, чтобы интервьюер понимал, что он нарушает исследовательскую процедуру и такое нарушение может привести к искажению данных. Это возможно только в том случае, если он является участником процесса исследования, а не просто временным «сборщиком данных», гастарбайтером на большой стройке по возведению здания социального опроса. Сам факт того, что интервьюеры в большинстве своём нарушают шаг, опрашивая квартиры подряд, беря все интервью в одном доме, при этом исправно заполняя протокол, говорит о том, что они не понимают, что это прямое нарушение. И это не вина интервьюеров. Ещё в 1945 году Креспи писал, что основными причинами фальсфикаций со стороны интервьюеров являются длинные анкеты, сложно сформулированные вопросы, сложнореализуемая выборка и завышенные ожидания [Crespi, 1945]. Потому изначально нужно не только выявлять фальсификации, но и пытаться их избежать, для чего необходимо прежде всего разрабатывать подходящий и адекватный дизайн исследования, повышать осознанность процедуры опроса среди интервьюеров и, принимая правильные управленческие решения, делать фабрикации непривлекательными.

О том, что для соблюдения методики опроса и улучшения качества исследования как такового интервьюеры должны быть вовлечены в нечто большее, чем просто сбор данных, однозначно говорит и Американская ассоциация исследователей общественного мнения: «Исследователи общественного мнения (опросные компании) принимают на себя обязательство достоверно собирать данные и докладывать о них. В дизайне исследования, сборе информации, обработке данных опроса они должны быть привержены принципам целостности исследовательских данных. Для эффективности эти обязательства должны быть распространены не только на администрацию, но на весь персонал, включая интервьюеров» [American Association for Public Opinion Research, 2003:1]. До тех пор, пока осознание этого факта

не дойдёт как до заказчиков исследований, так и до их исполнителей, мы будем иметь такие масштабные нарушения не только процедуры опроса, но и исследовательской этики в целом. Конечно, путь открытого и коллаборативного взаимодействия всех участников опроса — не панацея, и мы понимаем, что нарушение исследовательской этики — явление неизбежное, но не хотелось бы вместо сбора и анализа данных заниматься их ненамеренным и неизбежным производством.

Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных опросов? После почти года, проведённого в детальном изучении организации труда интервьюера, наблюдении за работой двух крупнейших и авторитетнейших на российских рынках опросных компаний, мы отвечаем отрицательно. Вера не только не разумна, а убеждения в достоинствах традиционных бумажных технологий — ложны, но и все разговоры вокруг доверия к профессиональным полстерам опасны. Защищая свою репутацию, отстаивая права на изучение реалий социального мира и одновременно с безразличием взирая на происходящее в самом эпицентре изучения, исследователи выступают хранителями индустрии фабрикаций и ложных научных исследований. После завершения их труда не остаётся иных документальных источников, кроме массивов анкет и формально описанных выборок. Уверенность в надёжности опроса, доверие всем членам исследовательской команды блокирует не только развитие качества измерения, но со временем приводит к деградации всей опросной индустрии. Если хотя бы один её участник не видит смысла в происходящем и вносит свою, пусть даже незначительную лепту, в формирование иных смысловых конструкций, возникает мультипликативный эффект разрушения изначальных смыслов, их коррозии под давлением более простых и однозначных аргументов. Разговоры о человеческом капитале интервьюеров заменяются сетованиями о низкой оплате труда, вместо контроля ведётся игра в поимку нерадивого интервьюера, а смещения и ошибки прогнозов списываются на непростую политическую обстановку и врождённое двуличие респондентов. Нет числа объяснений, напрямую способствующих деградации опросной индустрии.

Настоящей работой мы не производим методическую революцию, не создаём уникальный продукт, не открываем миру истинное состояние дел. Наша миссия куда проще и приземлённей — создать пространство для осмысленного обсуждения перипетий труда интервьюера, наиболее сложного и важного во всей опросной технологии. Поэтому мы не ищем дополнительных аргументов для низвержения бумажной технологии и не нацелены на уличение коллег во лжи, а лишь подчёркиваем несостоятельность их позиции и методологическую слабость разговоров, не учитывающих жизненный мир интервьюера, выносящих его за рамки диалога о доверии,

надёжности и валидности опросного инструмента. Мы призываем коллег, привыкших оправдывать низкое качество своего труда внешними причинами, остановиться и критически взглянуть на происходящее, переоценить свою роль, позиции окружающих, отказаться, хотя бы в незначительном и малом, от устойчивой убеждённости в своей правоте. «Предельная задача научного сотрудника — опровергнуть самого себя», — не раз повторял Г.С. Батыгин. Мы не видим иного пути не только для того, чтобы сохранять научную идентичность, но и для того, чтобы качественно и осмысленно выполнять исследовательскую работу. Пока область критики не стала привычной и желанной, говорить о какой-либо методической культуре не приходится. Оправдательная позиция должна быть заменена опровергающей, и начать лучше с самого себя.

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. 2003. [Online] <http://www.amstat.org/sections/srms/falsification.pdf> [Date of access] 14.04.2014.
2. Birnbaum, B. Algorithmic approaches to detecting interviewer fabrication in surveys. Dissertation. [Unpublished paper] University of Washington. 2012.
3. Brannan, M.; Pearson, G.; Worthington, F. Ethnographies of work and the work of ethnography // Ethnography. 2007. Vol. 8. No. 4. P. 395–402.
4. Bredl, S., Winker, P., Kötschau, K. A statistical approach to detect interviewer falsification of survey data // Survey Methodology. Vol. 38. No.1. P. 1–10.
5. Crespi, L. P. The cheater problem in polling // Public Opinion Quarterly. 1945. Vol. 4. No. 4.
6. 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.
7. 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.
8. Ethnography: Set of 4 volumes. Vol. 1 / Ed. by A. Bryman. London: Sage, 2001.
9. 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
10. Forsey, M. G. Ethnography as participant listening // Ethnography. 2010. Vol. 11. No. 4. P. 558–572.
11. Gillham, B. Observation techniques: structured to unstructured. New York: Continuum, 2008.
12. Groves, R. M.; Fowler, F. J. Jr.; Couper, M. P.; Lepkowski, J. M.; Singer, E.; Tourangeau, R. Survey methodology. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons, 2009.
13. Groves, R. M.; Lyberg, L. Total survey error: Past, present, and future // Public Opinion Quarterly. 2010. Vol. 74. No. 5. P. 849–879.
14. Hodson, R. A Meta-analysis of workplace ethnographies: race, gender, and employee attitudes and behaviors // Journal of Contemporary Ethnography. 2004. № 5. P. 4–38.
15. Iversen, R. R.; Furstenberg, F. F.; Belzer, A. A. How much do we count? Interpretation and error-making in the decennial census // Demography. 1999. Vol. 36. No. 1. P. 121–134.

16. Kaplowitz S.; Shlapentokh, V. Possible Falsification of Survey Data: An Analysis of a Mail Survey in the Soviet Union // The Public Opinion Quarterly. 1982. Vol. 46. No.1. P. 1–23.
17. 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.
18. 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.
19. Marvasti, A. B. Qualitative research in sociology: Introduction / Marvasti Amir B. — L.: SAGE Publications, 2004. — 160 p.
20. Murphy, J.; Baxter, R.; Eyerman, J.; Cunningham, D.; Kennet, J. A System for Detecting Interviewer Falsification. Paper presented at American Association for Public Opinion Research 59th Annual Conference. 2004. [Online] <http://www.rti.org/pubs/Paper-DetectingIntrvFalsifi.pdf> [Date of access] 14.04.2014.
21. Roth, J. A. Hired hand research // American Sociologist. 1966. Vol. 1. No. 4. P. 190–196.
22. Roth, J. A. Dissident views of sociological craft // Australian and New Zealand Journal of Sociology. 1973. Vol. 9. No. 3. P. 3–10.
23. Schraepler, J.-P.; Wagner, G. G. Identification, characteristics and impact of faked interviews in surveys. An analysis by means of genuine fakes in the raw data SOEP. 2003. IZA discussion paper No. 969. [Online] <http://ftp.iza.org/dp969.pdf> [Date of access] 11.06.2014.
24. Schreiber, E. M. Dirty data in Britain and USA: Reliability of invariant characteristics reported in surveys // Public Opinion Quarterly. 1976. Vol. 39. No. 4. P. 493–506.
25. Socal, A. D. A physicist experiment with cultural studies // Lingua Franca. 1996. May/June. P. 62–64. [Online] <http://linguafranca.mirror.theinfo.org/9605/sokal.html [Date of access] 11.06.2014.
26. Zimmerman, D. H.; Wieder, D. L. The diary: diary-interview method // Journal of Contemporary Ethnography. 1977. Vol. 5. No. 4. P. 479–498.
27. Бурлуцкая М. Г., Петрова Л. Е. Стандартизированное интервью: проблемы организации//Социологические исследования. 1997. № 10. С. 131–137.
28. Бутенко И. А. Какого обращения заслуживают социологические данные // СоцИс. 2002. № 1. [Электронный ресурс] <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2002-01/Boutenko.pdf> [Дата обращения] 09.04.14.
29. Власов В. Вокруг плагиата // Медицинская газета. 2007. № 41. [Электронный ресурс] <http://www.mgzt.ru/article/387> [Дата обращения] 09.04.14.

30. Гудстейн Д. Обман в науке / Пер. с англ. Ж. С. Журавлёвой и Л. Н. Крыжановского // Успехи физических наук. 1993. № 1. Т. 163.
31. 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.
32. Кон И. 80 лет одиночества. М.: Время, 2008.
33. Методы сбора информации в социологических исследованиях / Под ред. В. Г. Андреенкова, О. М. Масловой: в 2-х кн. М.: Наука, 1990.
34. Мягков А. Ю. Уровень искренности ответов респондентов на социально-демографические вопросы анкеты // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2001. № 1. С. 41–46.
35. Мягков А. Ю. Вопросы методики стимулирования искренних ответов в социологическом опросе // Социология 4 М: Методология, методы, математическое моделирование. 2002. № 15. С. 53–70.
36. Мягков А. Ю. Искренность респондентов: концептуальный анализ // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2004. № 3. С. 22–29.
37. 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.
38. 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.
39. Рогозин Д. М., Ипатова А. А. Как быстро, эффективно и безопасно сфабриковать телефонный опрос // Социологический журнал. 2012. № 2. С. 80–97.
40. Сапонов Д. И. Мобильные опросы в социологических исследованиях // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 4. С. 24–37.
41. Сапонов Д. И. Мобильные опросы: влияние способа сбора данных на результат // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 1. С. 45–51.

Научное издание

Д. М. Рогозин, А. А. Ипатова

НАСКОЛЬКО РАЗУМНА НАША ВЕРА В РЕЗУЛЬТАТЫ «БУМАЖНЫХ» КВАРТИРНЫХ ОПРОСОВ?

Редактор *Е. Н. Кофанова*
Компьютерная верстка *Е. А. Трухтанова*

Подписано в печать ??.??.2015 г. Формат 70x100/16.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 7,75
Тираж 500 экз. Заказ № 40-02/15.

Отпечатано в ООО «Центр полиграфических услуг „Радуга“»
Тел.: (495) 739-56-80
http://www.raduga-print.ru
http://www.radugaprint.ru