

Секция «Современные социальные трансформации: факторы, условия, результаты»

**Особенности коммуникации при проведении социологических исследований
методом телефонного опроса**

Научный руководитель – Максимова Анастасия Сергеевна

Буханский Илья Игоревич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: buhansky-ilya@yandex.ru

Телефонные социологические опросы (САТИ), казавшиеся при внедрении в России в начале 2000-х годов способными максимизировать охват исследуемых групп из-за роста числа пользователей мобильной связи, более лёгкого доступа к респондентам в сравнении с квартирными опросами, породили множество сложностей, среди которых необходимость разработки особых методов формирования выборки, учёта эффектов телефонной коммуникации на процесс получения данных и т.д. Одной из наиболее обсуждаемых проблем САТИ является низкая достижимость и всё большее её снижение, что вызывает сомнения в репрезентативности САТИ-опросов, в отсутствии качественных отличий согласных от несогласных. Практика показывает, что установить или опровергнуть наличие подобных смещений без дополнительных исследований с высоким response rate практически невозможно, проведение же таких исследований делает САТИ экономически неэффективными. Чтобы сохранить индустрию, нужно искать пути повышения достижимости. Один из подходов к такому поиску – «от интервьюера»: предполагается, что в коммуникации оператора и опрашиваемого присутствует ряд факторов, повышающих или понижающих вероятность успешного взятия интервью, иначе говоря, что существуют приёмы эффективной и неэффективной телефонной опросной коммуникации и что следование интервьюерами первым и избегание вторых способно повысить достижимость САТИ.

Цель исследования – выявить условия и факторы эффективной коммуникации в САТИ-опросе. Для достижения поставленной цели выдвинуты следующие задачи: 1) сделать обзор основных направлений в изучении коммуникации в социальном знании; 2) описать основные типы, виды и формы коммуникации; 3) определить специфику коммуникации в социологическом опросе, проводимом методом формализованного интервью; 4) описать условия коммуникации между интервьюером и респондентом в САТИ-интервью; 5) разработать методологию определения степени эффективности работы интервьюеров в ходе социологического опроса в формате САТИ; 6) путем сравнительного анализа коммуникации интервьюеров с различными уровнями эффективности, выявить условия и факторы, определяющие эффективность коммуникации в САТИ-опросе. Предполагаемый результат работы – свод правил эффективной коммуникации в социологическом исследовании методом САТИ-опроса, обучение которым в колл-центрах должно повысить эффективность работы операторов и рентабельность САТИ.

Теоретическими основами исследования послужили труды как отечественных, так и зарубежных социологов. В определении коммуникации как понятия в социологическом дискурсе особое внимание уделено работам А.В. Резавева и Н.Д. Трегубовой, которые, опираясь на аналитику текстов социологов-классиков, касавшихся темы общения, сначала предложили систему из трёх парадигм со специфическим для каждой пониманием коммуникации [4], однако впоследствии, заметив в работе с трудами современных социологов склонность последних строить понимание общения из комбинации черт казавшихся несовместимыми парадигм, отказались от парадигмального деления и выдвинули ряд «иссле-

довательских дилемм» [3], ответы на которые позволяют исследователю определить коммуникацию непосредственно в его работе. Для решения «дилемм» в данном исследовании мы обратились к текстам И.А. Бутенко [2] и Y. Ongena [5], в результате чего было выведено определение опросной коммуникация в социологическом формализованном интервью как вопросно-ответного (т.е. целенаправленного, асимметричного, стандартизованного и т.д.) общения между интервьюером и респондентом, эффективность которого определяется умением интервьюера бороться с коммуникативными помехами, возникающими в ходе разговора и препятствующими заполнению анкеты. Внесение специфики САТИ в коммуникацию, описываемую данным определением, стало следствием работы с текстами В. Shouten и др., рассматривающих сходства и различия таких форматов социологического опроса, как САТИ, Web, личное интервью и др., по параметрам интимности, темпа опроса, требуемым условиям проведения исследования и т.д. [6], а также В.Г. Андреевкова и Г.Н. Сотниковой, говорящих об особенностях содержания и восприятия опросной коммуникации в случае, когда интервьюер и респондент общаются по телефону, об особенностях требований к операторам, работающим в данных условиях [1].

Количественный анализ в рамках исследования посвящён разработке способа устойчивой классификации операторов САТИ-интервью на высокоэффективных и низкоэффективных для дальнейшего сравнения особенностей коммуникации интервьюеров данных групп. В этой части работы на примере массива, содержащего метаданные о работе интервьюеров телефонного опроса «Спутник», проводимого ВЦИОМ, демонстрируется полученное за три месяца проекта распределение операторов по эффективности, обоснована нормальность данного распределения при его логарифмировании, сделан вывод о возможности применения особенностей нормально распределённых данных для устойчивой классификации операторов на высоко- и низкоэффективных, дополнительно проведён анализ связи переменных, не используемых в формуле эффективности ВЦИОМ, но выгружаемых в массиве метаданных, с эффективностью интервьюеров. Качественный анализ посвящён сравнению интервьюеров с высокой и низкой эффективностью с целью выявить повышающие результативность опроса особенности их коммуникации с респондентами. Сделаны выводы о негативном воздействии попыток интервьюеров излишне быстро озвучивать анкету, что приводит к невнятной речи, которая раздражает респондента и ведёт к отказу, проблем на стороне операторов связи, вносящих в разговор помехи, что не позволяет провести интервью в комфортных условиях, и др.

Источники и литература

- 1) Андреевков В.Г., Сотникова Г.Н. Телефонный опрос // Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. М., 1990. С. 207-223.
- 2) Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. М., 1989.
- 3) Резаев А.В., Трегубова Н.Д. Социология общения в поле социальных наук // Социологическое обозрение. 2017. Т. 16. No. 2. С. 133-162.
- 4) Резаев А.В., Трегубова Н.Д. Социология общения и социология коммуникации: основания различия и точки роста в современной теоретической социологии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. No. 1 (125). С. 14-26.
- 5) Ongena Y. Interviewer and Respondent Interaction in Survey Interviews. Amsterdam, 2005.
- 6) Schouten, B., van den Brakel, J., Buelens, B., Giesen, D., Luiten, A., Meertens, V. Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis (1st ed.). Boca Raton, 2021.