

И.В. Троцук
(Москва)

ОТРИЦАНИЕ ЭКСПЕРТНОСТИ КАК МЕТОДИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

В статье рассматриваются методические сложности, возникающие в экспертном опросе. Анализируются причины отрицания собственной компетентности экспертами на примере полуформализованного интервью, в котором уровень компетентности респондентов в заданном тематическом поле априори не вызывал сомнений. В качестве причин выделены вторичность и профанность вопросов, а также неучтенность в структуре гайда профессиональной дифференциации экспертного сообщества.

Ключевые слова: экспертный опрос, компетентность, полуформализованное интервью, экспертность, отрицание экспертности, вторичность вопроса, профанность вопроса.

Постановка исследовательской задачи

В начале 2008 г. автор в качестве интервьюера участвовала в социологическом исследовании, которое реализовывалось методом экспертного опроса, а также принимала незначительное участие и в разработке гайда полуформализованного интервью экспертов. Речь идет о методической, а не программной составляющей проекта (цель исследования была вполне прозрачной – оценить возможности контентного развития Интернета на ближайшую и среднесрочную перспективу). Это позволяет обозначить

Ирина Владимировна Троцук – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Российского университета дружбы народов. E-mail: irina_trocuk@rambler.ru.

представленный в статье материал как «полевые заметки», рефлексию интервьюера о проделанной работе.

Внутренняя, возможно и необоснованная, потребность в написании подобного текста связана с тем, что содержательные компоненты процедуры интервьюирования экспертов редко оказываются в фокусе внимания исследователей – акценты обычно расставлены на следующих аспектах: отбор действительно компетентных респондентов (обсуждаются достоинства и ограничения различных вариантов выхода на специалистов в заданной предметной области); выбор адекватного метода получения экспертных оценок (чаще всего речь идет о различных видах групповых дискуссий [1; 2]); обработка полученных данных (собственно и позволяющая в итоге говорить о значимых тенденциях в развитии объекта изучения), в частности, разработка математических моделей анализа (вполне понятна незаслуженная «маргинальность» подобных публикаций в массиве социологических работ, посвященных экспертным опросам) [напр., 3; 4]. Меня же заинтересовали случаи *отрицания экспертности* (прямо выраженные несогласие и/или сомнения экспертов в способности и необходимости отвечать на вопросы интервьюера, относящиеся к сфере их профессиональной занятости и компетентности) в ходе интервью.

Факт отрицания собственной компетентности – очень важный показатель успешности коммуникации в экспертном интервью, ведь как справедливо отмечают многие западные исследователи, «эксперты – это люди, которые не просто обладают определенными вневременными компетенциями, но и *презентуют себя как экспертов* в ситуации общения, принимаются и адресуются в таковом качестве своими коммуникативными партнерами..., а их собеседники, аналогично, считаются дилетантами, поскольку презентуют себя и воспринимаются именно в таком качестве» [5, р. 255]. Прежде чем обратиться к такого рода фактам, остановимся кратко на современном состоянии метода экспертного опроса.

О методе экспертного опроса

Экспертное оценивание играет ключевую роль во всех областях общественной жизни и особенно важно для социологических исследований в тех случаях, когда объект изучения мало понятен в пространственно-временных координатах и с точки зрения механизмов своего развития. Мы не будем останавливаться на достаточно популярной в современной российской социологии проблеме формулировки однозначного и общеприемлемого определения понятия «экспертность» в контексте использования опросных методов исследования – его трактовки весьма отличаются в разных предметных полях. Тем не менее, хотя среди авторов нет единого мнения о соотношении понятий «экспертный метод», «метод экспертных оценок», «метод экспертизы» и «экспертный опрос», суть происходящего не меняется – нас интересует мнение людей, *компетентных* в той области, которая для нас малопонятна, неизвестна и/или недоступна для рутинного погружения (последняя позиция позволяет представителям качественно-го подхода классифицировать как «экспертов» практически всех информантов, специфика повседневного существования которых оказывается предметом изучения).

Концептуальные основания экспертных опросов также различаются: одни авторы полагают, что экспертный метод – это совокупность неформализованных методов оценивания и проектирования событий и решений [напр., 6], другие понимают под ним «комплекс логических и математико-статистических методов и процедур, направленных на получение от специалистов информации, необходимой для подготовки и выбора рациональных решений» [7, с. 10], третьи – диагностику состояния социального объекта, установление достоверности информации о нем и окружающей его среде, прогнозирование его изменений и влияния на другие социальные объекты, а также выработку рекомендаций для принятия управленческих решений и социального проекти-

рования в условиях, когда исследовательская задача трудно формализуема [8, с. 19], четвертые – методическую стратегию, совокупность приемов перевода количественных оценок в качественные, когда необходимо выработать научно обоснованное групповое управленческое решение или сформулировать мини-теорию нового явления или процесса [9, с. 202]. Все авторы сходятся в обозначении основных функций экспертного опроса: *диагностической* (в нашем исследовании это был поиск ответов на вопрос, каков же он, российский Интернет, «сегодня» с учетом исторического контекста своего становления), *прогностической* (попытка обозначить, каковы тенденции его развития на перспективу), *проектировочной* (предположения, каковы альтернативные варианты «завтра» российского Интернета, принимая во внимание существующие сегодня и потенциальные возможности и ограничения).

В рамках экспертного опроса исследователь дорожит уникальностью и неповторимостью знаний профессионалов своего дела, поэтому, если опрос был проведен посредством метода полуструктурированного интервью (как в нашем случае), его результаты *обычно* (мы используем это слово с большой долей условности, учитывая различие типов экспертного опроса) не подлежат количественной обработке – лишь концептуализации с целью формулировки аналитических обобщений, классификации данных или типологизации предложенных экспертами моделей решения проблемных ситуаций и т.п.

Конечно, речь идет лишь о некоторых общих тенденциях – большая часть публикаций последних лет, в которых авторы апеллируют к получению экспертных оценок, носят предметно-, а не методически ориентированный характер: методические компоненты экспертного опроса упоминаются лишь вскользь, авторы сосредоточены на содержательных итогах изучения заданного предметной областью исследования социального явления или процесса [напр., 10] – иная картина наблюдается только в статьях математиков [3; 4], скрупулезно прописывающих все этапы *анализа*

результатов опроса экспертов, но их мало занимает этап *получения* экспертных оценок.

Подобная тенденция прослеживается не только в отечественной, но и в зарубежной социологии: так, поисковый запрос со словом «*эксперт*» по всей онлайн-журнальной базе издательства «SAGE Publications» за последние десять лет дает нам порядка двадцати действительно тематически релевантных статей, по которым можно проследить два основных варианта упоминания экспертных опросов в современной западной научной литературе. Первый и наиболее широко представленный тип статей при внимательном прочтении имеет к собственно экспертной проблематике весьма отдаленное отношение: в работах обсуждаются содержательные итоги исследований, реализованных методом экспертного опроса как основным или дополнительным, но никакие методические детали его применения не приводятся и, тем более, не проблематизируются. Данный тип статей широко представлен и в отечественной социологической традиции.

Второй тип статей [напр., 11; 12; 13] затрагивает вопросы соотношения *профанного* и *экспертного* знания, т.е. того, как эксперты от науки (ученые) воспринимают неспециалистов и как «переводят» свои специализированные знания в доступный для понимания дилетантами коммуникативный формат: «любой эксперт сталкивается со следующей дилеммой: он стремится одновременно сохранить существующую между ним и дилетантами эпистемическую асимметрию и сформулировать свои рекомендации таким образом, чтобы неспециалисты могли их понять и применить на практике» [11, р. 151]. Соответственно, ряд западных работ сфокусирован на анализе тех риторических приемов¹, ко-

¹ В качестве аналитических подходов выступают дискурс-анализ [14] и конверсационный анализ [5] текстов, которые «производят» эксперты во взаимодействии с журналистами и прочими неспециалистами. Независимо от используемого подхода исследователи обычно рассматривают такие типовые приемы конструирования повествования эксперта, как иллюстрации (метафоры, конкрети-

торые формируют дискурс экспертов (особенно в публичных выступлениях) и зачастую превращают экспертные оценки в «выступление адвоката в судебных прениях» [12, р. 157]. По мнению исследователей, любой профессионал в случае вовлечения в публичные прения вынужденно и постоянно меняет свои роли: консультант – собственно эксперт (проводит экспертизу) – адвокат – противник [12, р. 161]. Авторы не видят в этом ничего предосудительного, а, наоборот, подчеркивают, что грамотный эксперт всегда должен быть готов не только аргументированно представить свою позицию, но и отстоять ее. Второй тип статей не представлен в российских социологических журналах, видимо, в силу неактуальности рассматриваемой проблематики.

Обратимся к тем методическим проблемам, с которыми может столкнуться любой интервьюер в ходе полуструктурированного интервьюирования экспертов, – к отрицанию априори компетентными респондентами собственной компетентности в заранее согласованных с ними вопросах, входящих в зону их профессиональной занятости (в рамках нашего исследования была применена достаточно общепринятая процедура отбора экспертов – комбинация методов «снежного кома» и типичных представителей – создателей и менеджеров известных Интернет-проектов¹).

зации), облегчающие восприятие аудиторией сложной или абстрактной информации, и переформулировки (парафразы) высказываний, которые вызвали наибольшие трудности в понимании.

¹ Несомненным плюсом поиска экспертов в рамках изучения российского Интернета является то, что в самой сети содержится масса ресурсов, позволяющих провести их отбор. С одной стороны, это персональные ресурсы отдельных людей из нашей целевой аудитории (Живые Журналы, личные сайты и прочее со всеми координатами для связи), с другой – своеобразные «каталоги» наиболее известных и активных создателей российского Интернета. Первоначально к экспертам обращались с просьбой принять участие в опросе посредством телефонного звонка или письма по электронной почте (в зависимости от имеющейся контактной информации), причем отказов от интервью практически не было; затем проводилось индивидуальное интервью длительностью от сорока до девяноста минут.

Признаки отрицания экспертами собственной компетентности

В качестве таких признаков мы рассматриваем странно выглядящие для экспертного опроса, но постоянно возникавшие в ходе интервью «сомнения» респондентов в своей экспертности. К ним мы относим неуверенность в необходимости или прямые отказы говорить об общих тенденциях развития Интернета, желание ограничиться лишь беседой о собственном «кейсе» (проекте или проектах) и т.д. Важно отметить, что эти признаки характеризовали не только отдельные интервью, проведенные автором, но стабильно встречались во всех 24 транскриптах. В них прослеживалась устойчивость отказов экспертов не только от прогнозов, но даже в ряде случаев от однозначных оценок (например, удивительно выглядит утверждение эксперта, что один из главных критериев успешности любого начинания в Интернете – «карма» его создателей).

Для «диагностики» подобных отрицаний экспертности не было необходимости проводить разговорный анализ транскриптов, поскольку проблема заключается не в фальсификации экспертности (позиционировании в качестве специализированного профанного знания, что определяется через вычленение формальных характеристик разговора – фальсификатов экспертности [15]) или проверке и обосновании компетентности респондентов (таковая не подлежит сомнению). Речь, скорее, идет о содержании высказываний экспертов, прямо свидетельствующих о том, что они не могут или не хотят предоставить искомую информацию. В качестве признаков подобного настроения выступили определенные словосочетания и контекстуализированные выражения¹.

¹ В среднем на каждое интервью приходится пять подобных явных признаний в «недостаточной» экспертности (не говоря уже о междометиях и прочих небезразличных характеристиках высказываний, указывающих на сомнения, затруднения и нежелание отвечать на вопросы, которые мы не принимаем во внимание).

Приведем типичные примеры:

На вопрос: «Из чего складывается стоимость Интернет-проекта?» эксперты давали ответы, аналогичные следующему:

«...не из прибыли, потому что внутри проекта очень мало зарабатывают денег, а из объема оборота, грубо говоря, доходности... обычно от желания самого менеджера – сколько ему нужно, чтобы купить квартиру, машину, еще что-то... непонятно, как сейчас оценивать стоимость проекта...»

На просьбу назвать специфически российский Интернет-продукт отвечали крайне уклончиво:

«Мне сложно сказать... думаю, есть, конечно, такие проекты, но я про них не слышу...»

«Вы знаете, я просто не знаю, как отвечать...»

«Наверно, не знаю, ну, то есть очевидно...»

«Я не тот респондент, которому надо задавать это вопрос...»

«Не интересуюсь...»

Фактически без ответа остался вопрос о смене лидеров в различных нишах Интернет-бизнеса:

«Не знаю. Грустно так, знаете, Вы задаете вопросы, а я все равно вам отвечу точно так же – к сожалению, сейчас все так же, как и везде... Вот, знаете, у нас в банковской среде как с лидерами происходит? Как там с переменой мест, как Вы думаете? Ну, может где-то после первой сотни что-то и происходит, но вряд ли это кому-то интересно».

В ответ на вопросы о точках роста Интернета на перспективу прямо заявляли о своей неосведомленности и спонтанности ответа:

«Я не знаю этого вопроса, может быть, мне кто-нибудь подскажет».

«Не знаю... я коротко сказал, что сейчас приходит в голову... если б можно было подумать, я бы что-то другое сказал».

Или же говорили о невозможности подобных прогнозов:

«Очень сложно предсказать, предугадать, спрогнозировать, проанализировать, что будет завтра, потому что это очень гибкая

среда... сложно прогнозируемо, что именно может быть фенечкой, на основе которой сможет выстоять огромный проект...»

Предложение назвать общие тенденции развития российского сегмента Интернета наталкивалось на следующие типы ответов:

«Этот вопрос, наверное, не ко мне...»

«Непонятно...»

«Так, как Вы поставили вопрос, скорее всего не знаю на него ответа, не знаю...»

«Вы меня в тупик поставили этим вопросом...»

«Ну кто ж вам скажет-то – это неизвестно».

«Мне сложно говорить за весь Интернет».

«Если б я знал, да? ...если бы кто-то знал... про Интернет вообще очень сложно говорить».

Уточняющие вопросы нередко встречали реакцию в формате высказываний:

«Ликбез про технологии не будем (проводить)».

«Я не смог бы ответить на этот вопрос, потому что варюсь в своей среде...»

Самым лаконичным оказался ответ на вопрос о необходимости государственной поддержки развития Интернета:

«Черт его душу знает...»

Данный ряд примеров, репрезентирующих достаточно типичные реакции экспертов на вопросы интервью, можно было бы продолжить. При интерпретации подобных свидетельств стремления экспертов уйти от однозначных оценок следует учитывать и особенности формулировок вопросов гайда разными интервьюерами, и попытку исследователей получить информацию такой степени детализации, которую эксперты зачастую предоставить были просто не в состоянии, но в целом устойчивость появления такого рода высказываний выглядит странно для ситуации опроса. Наши эксперты были весьма компетентны в профессиональном (по уровню осведомленности в предметном поле исследования, о чем свидетельствует полнота и тщательность их ответов по

целому кругу вопросов интервью) и социально-психологическом (умели аргументированно высказывать свои мнения) планах; вполне добросовестно участвовали в интервью и адекватно переводили профессиональные оценки в доступную для интервьюеров коммуникативную форму. Соответственно, отрицания экспертности можно рассматривать как имплицитные самооценки – по сути, речь идет об отрицании экспертности по отдельным направлениям интервьюирования при общем согласии респондентов на «статус» эксперта при договоренности об интервью и согласовании его тематики. Попытаемся обозначить причины отрицания респондентами собственной компетентности в тех тематических блоках гайда, для раскрытия и содержательного наполнения которых экспертные оценки и привлекались.

Причины отрицания экспертами собственной компетентности

Прежде всего, следует отметить *искренние затруднения* респондентов с формулировкой ответов по целому ряду вопросов, например, с обозначением факторов колебания популярности Интернет-проектов. Так, в качестве одного из наиболее значимых назывался совершенно непрогнозируемый феномен моды:

«Ну вот кто мог сказать пять лет назад, что блоги – это перспектива? Никто. А как показало время, – пожалуйста, пользуйся. Мне кажется, что сложно что-то прогнозировать на перспективу, потому что вещи, которые сегодня кажутся “из области фантастики”, могут завтра появиться».

«Сейчас вдруг все дружно осознали, что социальные сети – это потрясающая такая вещь... этим модно заниматься...»

В качестве других факторов упоминались столь же непредсказуемые – изобретательность и везение, благодаря которым *«из совершенно идентичных проектов один выстреливает, а другой – нет»*. Не меньшие затруднения у экспертов вызвали вопросы о тенден-

циях развития Интернета, которые сегодня пока еще не просматриваются: например, респондентам действительно пока непонятно, *«появится ли армия журналистов-фрилансеров, которые будут зарабатывать свою копеечку на блогах»*.

Вторая причина отрицания экспертности – вопросы о тенденциях развития Интернета, которые понятны любому более или менее продвинутому пользователю, лежат на поверхности и не требуют компетентной «диагностики», поэтому эксперты просто отказываются говорить *о столь явных вещах*, мотивируя отказ тем, что *«это неинтересно»* и *«вообще историю российского Интернета не стоит пересказывать»*.

Специализированную зону компетентности экспертов составляет не столько знание трендов, сколько понимание лежащих в их основе бизнес-механизмов – о них эксперты рассуждают очень последовательно, с явным удовольствием, используя бизнес-терминологию. Например, социальные сети они определяют как грамотное бизнес-решение, выгодное с финансовой точки зрения:

«Надо добиться, чтобы ходило много народа, и придумать, как это монетизировать».

А в высокой стоимости подключения и тарифов доступа в Интернет видят искусственно созданный сдерживающий фактор развития рынка:

«Старые монополисты, каналные провайдеры просто не пускают ничего нового в регионы».

Поэтому эксперты скептически воспринимают восторженно-наивные вопросы интервьюеров о причинах успешности Интернет-проектов – для них здесь работают совершенно очевидные и типовые бизнес-механизмы:

«Главное для нового продукта – это рынок, т.е. спрос на этот продукт или услугу...»

По их мнению, наиболее успешны те проекты, которые динамично развиваются, наименее успешны – те, кого лихорадит.

А постепенное сокращение числа игроков Интернет-рынка – результат того, что крупным структурам выгоднее и проще перекупать и перетаскивать интересные локальные проекты под свой «зонтик», чем рискованно вкладывать деньги в разработку новых продуктов. Что касается «клонирования» российскими компаниями западных Интернет-продуктов, то эксперты считают это продуманным бизнес-шагом (любое начинание предполагает рискованное вложение собственных или чужих денег, поэтому легче и безопаснее копировать то, что уже успешно сделали до тебя).

Третья причина отрицания экспертности обусловлена спецификой объекта изучения: любые исследования Интернета достаточно просты уже потому, что эта коммуникативная среда сама предоставляет практически всю необходимую для своего изучения информацию (мониторинги динамики численности пользователей, варианты их сегментации/типологизации, постоянно обновляемые рейтинги лидеров Рунета¹ и т.д.). Поэтому эксперты *не считают нужным* снисходить до предоставления интервьюерам информации, которая находится в открытом доступе, особенно если таковая не входит в зону их профессиональных интересов, полагая, что ее поиск – задача самих интервьюеров и заказчиков исследования: здесь не срабатывают апелляции к их компетентности и экспертному «статусу». Например, чтобы узнать основные этапы становления Рунета, достаточно сформировать адекватный запрос в любом поисковике – на первой же странице списка релевантных тематике запроса сайтов увидим искомую периодизацию²: 1990 г. – официальная дата рождения российского Интернета; 1994 г. – подписано Соглашение «О порядке администрирования зоны RU»; 1995 г. – выходят первые книги про Интернет

¹ Понятия «Рунет» и «российский Интернет» не являются синонимами (первый – совокупность русско-язычных сайтов, второй – совокупность пользователей Интернета в России), но мы будем использовать их в качестве таковых, поскольку существующая между ними разница для нас незначима.

² <http://www.euro-site.ru/article.php?idn=914>.

на русском языке, открывается первый онлайн-магазин, появляется первый массовый коммерческий провайдер и онлайн-СМИ; 1996–1997 гг. – возникает понятие «web-дизайн»; 1998 г. – появляется понятие «Интернет-реклама», создан бесплатный почтовый сервер Mail.ru; 2000-е гг. – приход западных инвестиций, рост числа пользователей, быстрое развитие онлайн-бизнеса и разработка антивирусных программ. Кроме того, многие эксперты настолько давно и глубоко погружены в Интернет-сферу, что им сложно выделить основные этапы ее развития:

«Вы ведь не замечаете, как ребенок растет... чужой бизнес видно, как вырос, а свой – сложно сказать».

Четвертую причину отрицания экспертности сформулировал один из респондентов после завершения интервью:

«Опоздали Вы со своим экспертным опросом».

Еще пять-семь лет назад развитие Рунета носило достаточно стихийный характер: не было отработанных механизмов запуска проектов и их монетизации, многое делалось на голом энтузиазме. Сегодня Рунет – достаточно устоявшееся бизнес-поле и эксперты могут представить лишь свое видение ситуации, несколько по-разному расставив акценты в оценках, – статистическая база общедоступна. Например, в 2004 г. Интернет-журнал «Вебпланета» провел опрос¹ ключевых персоналий Рунета на тему «Куда Рунет идет за глобальной статистикой о самом себе?» Распределение ответов показало, что в качестве основного первичного ресурса обычно выступает собственный статистический рейтинг на том портале, где человек занят (трудился раньше или являлся разработчиком), т.е. если человек работает в Рамблере, то использует рейтинг «Рамблер Топ100» и т.д. Статистические данные, использованные в других ресурсах, привлекаются лишь для сравнения тенденций. Большинство статистических рейтингов нахо-

¹ <http://x-nova.ru/netnews/?y=2004&m=8&d=20&id=6496>.

дится в открытом доступе, впрочем, как и результаты опросов общественного мнения, затрагивающих Интернет-проблематику. В этой связи эксперты не находятся *в особо привилегированном положении* относительно заинтересованного в подобной информации исследователя, если он по совместительству является активным Интернет-пользователем. Эксперты считают связанные с ней отдельные вопросы *вторичными* и отсылают интервьюеров к уже проводившимся по интересующей его тематике исследованиям.

И, наконец, можно выделить пятую причину отказа экспертов от содержательных ответов – *профанность вопросов*. В подобных случаях тональность общения экспертов с интервьюерами становилась уже откровенно ироничной, поскольку вопросы казались им крайне наивными, хотя интервьюерам в структуре гайда они таковыми не казались. Для них речь идет о настолько очевидных и само собой разумеющихся вещах, что они не стоили проговаривания:

«Я говорю обычные прописные истины, это, по-моему, все уже знают».

Например, среднестатистический Интернет-пользователь не видит различий между Рунетом – совокупностью русско-язычных сайтов – и российским Интернетом – совокупностью пользователей Интернета в России, тогда как для экспертов – это разные вещи. Улыбку у экспертов вызывал и вопрос о том, кто диктует развитие Интернета в России, по причине невозможности самой ситуации «диктата». Они подчеркивают следующее:

«Интернет – это хулиганская отрасль, и зарвавшихся лидеров в любой момент может поставить на место офисный планктон (например, игнорируя соответствующий сайт)».

Кроме того, это быстро развивающаяся отрасль, где постоянно происходит смена и омолаживание лидеров.

Таким образом, учитывая указанные выше достаточно условно выделенные, но оттого не менее действенные и весьма типич-

ные для экспертных полуформализованных интервью *ошибки в определении зоны специализированной компетентности респондентов*, ситуация сомнений экспертов в собственной «экспертности» (в контексте проговариваемой проблематики) выглядит если не вполне предсказуемой, то оправданной. Видение и понимание подобных ошибок имеют, как минимум, один позитивный момент: понятна необходимость более узко тематически сфокусированного (в зоне компетентности экспертов) гайда интервью, а также его пилотажа для уточнения границ и специфики компетентности перед началом полевого этапа.

Например, в нашем опросе при подготовке гайда полуформализованного интервью не было учтено существование Интернета как бы в двух «ипостасях»: в общественном измерении задача Интернета – *«привлечение все больших масс людей и установление взаимоотношений между ними»*; одновременно большинство сайтов – коммерческие Интернет-проекты, предназначенные для получения прибыли. Эксперты компетентны в оценке эффективности различных бизнес-моделей, возможностей монетизации социальных сервисов, соотношения вложенных затрат и результатов, тогда как общественный Интернет, наиболее интересующий социологов, наименее понятен и интересен экспертам, поэтому крайне редко в интервью упоминались социальные некоммерческие эффекты Интернета.

Кроме того, при разработке гайда не была учтена тематически профессиональная дифференциация экспертов, которая достаточно легко прослеживается по транскриптам интервью: руководители Интернет-проектов и агентств знают практически все о грамотном менеджменте и бизнес-решениях, так называемые «креативщики» делают акцент на идеях и возможностях их монетизации, аналитики – на общих тенденциях развития Интернета в пользовательском и контентном отношениях, «технари» – на технологических нововведениях, отмечая, что именно по уровню технологий мы не отстаем от запада, а в некоторых отношениях и перегоняем:

«Бедность заставляет придумывать и реализовывать более простые и эффективные технические решения».

Если не принимать во внимание все перечисленные выше особенности и границы компетентности экспертов, то очень высок риск, что ответом на «Спасибо» интервьюера в конце интервью окажется фраза:

«Да не за что. Так, об общих вещах» или

«А зачем вам для таких вопросов были нужны люди, которые занимаются Интернетом профессионально?»

Азбучное требование к гайду экспертного интервью – его *специализированность*. Если гайд по незнанию или недосмотру разработчиков оказался недостаточно специализированным, неизбежны отказы экспертов говорить о профанных, по крайней мере, для них вещах, периодические весьма эмоциональные отрицания собственной компетентности вообще и иронизирование относительно вторичности или степени общеизвестности ответов на задаваемые им вопросы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Wooley A.W., Gerbasi M.E., Chabris C.F., Kosslyn S.M., Hackman J.R. Bringing in the Experts: How Team Composition and Collaborative Planning Jointly Shape Analytic Effectiveness // Small Group Research. 2008. Vol. 39. No. 3. P. 352–371.

2. Stasser G., Stewart D.D., Wittenbaum G.M. Expert Roles and Information Exchange During Discussion: the Importance of Knowing Who Knows What // Journal of Experimental Social Psychology. 1995. Vol. 31. P. 244–265.

3. Баранов Л.Т., Птушкин А.И., Трудов А.В. Нечеткие множества в экспертном опросе // Социология: методология, методы, математические модели. 2004. № 19. С. 142–157.

4. Савельев Л.Я. Вероятностная модель экспертных оценок // Социология: методология, методы, математические модели. 2007. № 24. С. 169–182.

5. Gulich E. Conversational Techniques Used in Transferring Knowledge Between Medical Experts and Non-experts // Discourse Studies. 2003. Vol. 5(2). P. 235–263.

6. Шошин П. Б. Метод экспертных оценок. М.: Изд-во Московского университета, 1987.

7. *Масленников Е.В.* Метод интеграции концепций экспертов в социологическом исследовании: Выявление, оценка и обобщение эмпирического знания. М.: Изд-во Московского университета, 1992.
8. *Луков В.А.* Социальная экспертиза. М.: Институт молодежи, 1996.
9. *Григорьев С.И., Растов Ю.Е.* Начала современной социологии. М.: Магистр, 1999.
10. *Ибраева Г.Ж., Петренко С.Ю., Булуктаев Ю.О.* Экспертная оценка медиaprостранства Казахстана // Социологические исследования. 2004. № 6. С. 106–111.
11. *Maranta A., Guddenheim M., Gisler P., Pohl C.* The Reality of Experts and the Imagined Lay Person // Acta Sociologica. 2003. Vol. 46(2). P. 150–165.
12. *Eisenhart C.* The Humanist Scholar as Public Expert // Written Communication. 2006. Vol. 23. No. 2. P. 150–172.
13. *McClellan S., Shaw A.* From Schism to Continuum? The Problematic Relationship Between Expert and Lay Knowledge – an Exploratory Conceptual Synthesis of Two Qualitative Studies // Qualitative Health Research. 2005. Vol. 15. No. 6. P. 729–749.
14. *Ciapuscio G.E.* Formulation and Reformulation Procedures in Verbal Interactions Between Experts and (Semi-)Laypersons // Discourse Studies. 2003. Vol. 5(2). P. 207–233.
15. *Рогозин Д., Яшина А.* Анализ коммуникативных сбоев в экспертном интервью // Социальная реальность: Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2007. № 5. С. 86–101.