
МЕТОДИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

А.Ю. Мягков, И.В. Журавлева
(Иваново)

ЭФФЕКТ ИНТЕРВЬЮЕРА: ОПЫТ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ В ПЕРСОНАЛЬНОМ ИНТЕРВЬЮ

Статья посвящена измерению масштабов эффекта интервьюера в персональном интервью. Представлены результаты дисперсионного анализа данных, полученных авторами в ходе специальных методических исследований. Рассматривается влияние интервьюера на кооперативные установки опрашиваемых, уровень ответственности, продолжительность интервью, смещения в ответах респондентов и другие аспекты качества опросных коммуникаций. Обсуждаются также некоторые корреляты выявленных эффектов.

Ключевые слова: эффект интервьюера, одномерный дисперсионный анализ, модель случайного эффекта, интраклассовая корреляция, коэффициент детерминации, качество опросных данных, социальная желательность, диссимуляция, кумулятивный эффект.

Постановка проблемы

Качество опросных данных по-прежнему остается одной из самых обсуждаемых методических тем в современной социологии. Анализируя эту проблему, например, Р. Гроувз выделяет две

Александр Юрьевич Мягков – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии Ивановского государственного энергетического университета. E-mail: myagkov@rambler.ru.

Ирина Валерьевна Журавлева – старший преподаватель кафедры социологии Ивановского государственного энергетического университета. E-mail: socio@sociol.ispu.ru.

основные группы ошибок, негативно влияющих на результаты массовых опросов. Первые вытекают из природы выборочного метода и его многочисленных ограничений; вторые коренятся в самом процессе наблюдения. Ошибки наблюдения, в свою очередь, включают четыре категории и связаны с различными «реактивными эффектами»: респондента, интервьюера, инструмента и метода [1, р. 11–12].

Существует достаточно много специальных работ, посвященных эффекту интервьюера. Однако его масштабы и последствия в литературе оцениваются по-разному. Большинство авторов рассматривают интервьюера как наиболее «слабое звено» в цепи социологического исследования [2, с. 37–38], опасный источник систематических смещений в ответах респондентов [3, р. 32–35], фактор, несущий в себе повышенную угрозу достоверности опросных данных [4, с. 48, 299], а потому чреватый нарушениями валидности производимых измерений [5, р. 219–247]. Начиная с ранних работ, посвященных данной проблеме, принято считать, что смещения, вызываемые «полевым» персоналом, обладают ничуть не меньшим разрушительным потенциалом, чем сверхнормативные ошибки выборки [6, р. 323]. Даже слабые эффекты интервьюера, подчеркивает В. Дийкстра, «могут повлиять на результаты исследования драматическим образом» [7, р. 331].

Одни авторы связывают наблюдаемые эффекты с «неправильными действиями» интервьюеров, с отступлениями от установленных правил и процедур интервьюирования [4, с. 48–49; 8, с. 98–102], другие – с различными объективными и субъективными характеристиками полевых работников [9; 10]. Между тем, как было показано еще в исследованиях 1970-х гг., нарушения инструкций и регламентов – далеко не единственный и, возможно, не самый опасный источник смещений, связанных с интервьюером. Отступления от предписанных стандартов, отмечает Э. Блэйр, в исследовательской практике действительно встречаются очень часто, но они ни коим образом не сказываются на общих результатах интервью (см.: [11, р. 50]).

С другой стороны, авторы ряда специальных оценочных исследований считают весьма сомнительным вывод о внушительных размерах и драматических последствиях эффекта интервьюера. В работе Р. Хансона и Э. Маркса, например, было обнаружено, что в персональном интервью лишь 5% общей дисперсии ответов объясняются вариабельностью интервьюеров [12]. Л. Киш в своем известном исследовании показал, что коэффициенты, использованные в качестве измерителей влияния интервьюера, для разных вопросов, касавшихся трудовых установок промышленных рабочих, варьировали в диапазоне от 0 до 5% при среднем значении, равном 2% [13]. Судя по данным Дж. Фезера, максимальные оценки измеряемого эффекта, полученные по блоку вопросов о здоровье респондентов, оказались в пределах 3%, а средняя находилась на уровне 0,6% (см.: [14, р. 253]). По сообщению Дж. Фримана и Э. Батлера, вариация в результатах опроса, обусловленная «вмешательством» интервьюера, составила примерно 4% [15, р. 86–87].

Н. Брэдберн и С. Садман с соавторами также показали, что масштабы «возмущающего» влияния интервьюера на качество ответов на самом деле значительно скромнее, чем обычно считается. Даже по сенситивным вопросам они не превышают 2–7% в зависимости от способа измерения [11, р. 55–56]. При этом авторы заключают, что смещения, связанные с интервьюерами, настолько малы, что во многих практических ситуациях их вполне можно проигнорировать [11, р. 63, 171].

В телефонных интервью в принципе наблюдается аналогичная картина. Судя по сообщениям ряда авторов, оценки исследуемого эффекта здесь варьируют от 0,4 до 4,0% и могут быть признаны «очень низкими» [14, р. 253–254; 16, р. 92–93; 17, р. 68].

Методология и методы исследования

Если в западной социологии имеется давняя традиция в изучении эффекта интервьюера, то в нашей стране публикации на

эту тему крайне редки. Экспериментальные работы по измерению влияния опрашивающих на результаты интервью никогда прежде не проводились. Тревоги и опасения, связанные с интервьюером, обычно базируются не на конкретных исследовательских данных, а на чисто теоретических (вероятностных) предположениях. Учитывая эти обстоятельства, в марте–апреле 2004 г. нами было проведено специальное методическое исследование, в котором планировалась проверка существования эффекта интервьюера в персональном интервью, оценка его масштабов и степеней влияния на качество опросных данных.

Интервьюеры и респонденты. В проведении полевых исследований участвовали 24 интервьюера (12 мужчин и 12 женщин). По возрасту они представляли две равные по численности «контрольные» группы: 18–20 лет и 43–57 лет. Среди опрашивающих были студенты (12 чел.), ИТР (4 чел.), представители непромышленной интеллигенции (6 чел.) и служащие (2 чел.). Соотношение лиц со средним и высшим образованием в общем массиве интервьюеров было равным и составило 50:50. Имели опыт полевой работы (от года до трех лет) 14 чел., остальные участвовали в социологических опросах впервые. Каждому интервьюеру было поручено провести по 12–13 интервью в режиме «face-to-face», а также выполнить ряд дополнительных исследовательских процедур.

Опросам подверглось взрослое население г. Иванова. Для отбора респондентов использовалась многоступенчатая квотно-случайная выборка с маршрутной рандомизацией. На первых трех ступенях применялись случайные методы отбора, на последней – квотные. Единицами отбора на первой ступени выступали улицы в разных микрорайонах города. На второй – дома; здесь использовалась маршрутная выборка по стандартной схеме. На третьей – квартиры (семьи): интервьюерам предписывалось обращаться в каждую 4-ю квартиру (начиная с первой), если выбор приходился на многоквартирный дом, или в каждую вторую – в

случае с малоквартирными домами. На завершающей, четвертой ступени отбору подлежали респонденты с соответствующими демографическими характеристиками. Выборка квотная (квотируемые признаки – пол и возраст).

В общей сложности было получено 300 завершенных интервью, полностью удовлетворяющих заданным критериям. В соответствии с рекомендациями, имеющимися в специальной литературе [7, р. 318; 15, р. 80; 18, р. 61], закрепление опрашиваемых за интервьюерами осуществлялось случайным путем¹. Все опросы проходили по месту жительства респондентов.

Методический инструментарий. Для сбора эмпирических данных нами использовался специализированный вопросник, предполагавший получение ответов в режиме персонального интервью². Он насчитывал 40 вопросов, сгруппированных в 3 основных блока, и представлял собой тематический омнибус. Первый блок состоял из 19 относительно нейтральных вопросов, направленных на выяснение гендерных установок респондентов. Второй блок содержал 16 вопросов сенситивного характера (9 аттитюдных и 7 поведенческих), которые касались весьма деликатных и даже интимных сторон жизни людей: сексуального поведения, злоупотребления алкоголем, супружеской измены, уклонения от налогов, употребления наркотиков и др. При составлении анкеты и формулировании вопросов мы использовали некото-

¹ Следует заметить, что наше исследование не в полной мере соответствует условиям классического «взаимопроникающего дизайна», требующего, чтобы сотрудники, участвующие в сборе данных, не только закреплялись за респондентами случайным путем, но и отбирались тем же образом из более широкой совокупности интервьюеров [16, р. 88–89; 19, р. 301–302].

² Помимо измерительных задач, в рамках данного исследования нами решались также и другие вопросы, связанные с объяснением эффекта интервьюера и эмпирической проверкой адекватности некоторых теоретических моделей. Для их реализации использовался целый ряд дополнительных методических инструментов и процедур, описанных в нашей недавней работе [21].

рые сюжеты и темы, предлагавшиеся респондентам в ряде зарубежных исследований [11; 20]. Выбор сенситивной проблематики в качестве базовой был не случайным. Мы исходили из предположения о том, что общение на столь деликатные темы сделает эффект интервьюера более выраженным и легко наблюдаемым, что в свою очередь даст возможность исследовать его проявления более детально. В заключительной части интервью фиксировались пол, возраст, род занятий, образование и материальное положение опрошенных.

В конце каждого интервью регистрировалось время, затраченное на беседу с респондентом. Это было необходимо для верификации гипотезы о взаимосвязи между продолжительностью интервью и качеством полевой работы. В исследовании фиксировалась также переменная, характеризующая наличие или отсутствие у интервьюеров опыта в проведении социологических опросов. С этой точки зрения все полевые работники были поделены на две группы: опытных и новичков.

Кроме того, для «внешнего» контроля эффекта интервьюера параллельно с интервью нами был проведен еще один опрос, по тому же самому вопроснику, но в форме индивидуального анкетирования ($N = 300$). Результаты обоих исследований, выполненных посредством разных опросных процедур, использовались в режиме сравнительного анализа с целью измерения интенсивности ответных смещений, обусловленных присутствием интервьюера.

Следует заметить также, что мы не предпринимали каких-либо специальных предварительных усилий и мер для минимизации эффекта интервьюера (проводился лишь традиционный инструктаж и короткий тренинг), поскольку хотели знать, какими могут быть и чаще всего бывают его масштабы в самом обычном исследовании, весьма типичном для российской социологической практики.

Измерительные подходы и аналитическая стратегия. Поскольку в статистическом смысле эффект интервьюера характеризуется «ту долю общей дисперсии..., которая может быть приписана

различиям между интервьюерами» [15, р. 79], то для его измерения нами использовались процедуры одномерного однофакторного дисперсионного анализа *ANOVA*, опирающегося на модель изучения случайного эффекта. Оценка дисперсионного компонента, связанного с интервьюером, производилась с помощью коэффициента интраклассовой корреляции $\rho^*_{\text{инт}}$, подробно описанного применительно к анализу обсуждаемых эффектов Л. Кишем в 1962 г. [13] и с тех пор используемого практически во всех работах, посвященных данной теме [14, р. 252; 15, р. 83; 19, р. 302]. Он представляет собой отношение межгрупповой дисперсии к общей дисперсии выборочных средних и по своей математической природе, как отмечают, в частности, Н. Брэдберн и С. Садман [11, р. 57], аналогичен коэффициенту детерминации R^2 . Данный показатель позволяет оценить вклад анализируемого фактора (в нашем случае – личности интервьюера) в общую вариативность опросных переменных, изменяется в пределах от 0 до 1 и рассчитывается по формуле (1):

$$R^2 = SS_{\text{факт}} / SS_{\text{общ}}, \quad (1)$$

где $SS_{\text{факт}}$ – сумма квадратов, характеризующая межгрупповую дисперсию; $SS_{\text{общ}}$ – сумма квадратов, отражающая общую вариативность признака [22, с. 53].

Между тем точность $\rho^*_{\text{инт}}$ и R^2 зависит от числа интервьюеров и количества проведенных ими интервью [11, р. 57; 14, р. 254]. Поэтому для получения несмещенных оценок необходимо использовать корректирующие коэффициенты («эстиматоры»), учитывающие рабочую нагрузку, приходящуюся на интервьюера. В связи с этим в ходе исследования по каждой интересующей нас переменной помимо R^2 мы рассчитывали также значения уточняющего коэффициента ω^2 по формуле (2), предложенной в свое время Н. Брэдберном и С. Садманом [11, р. 57]:

$$\omega^2 = \frac{SS_{\text{факт}} - (k-1) \cdot MS_{\text{случ}}}{SS_{\text{общ}} + MS_{\text{случ}}}, \quad (2)$$

где $SS_{факт}$ – межгрупповая сумма квадратов, т.е. вариативность, вызванная влиянием интервьюера; k – общее число интервьюеров; $MS_{случ}$ – усредненная величина случайной (остаточной) вариативности, обусловленной неучтенными факторами; $SS_{общ}$ – общая сумма квадратов.

Значения ω^2 всегда больше, чем R^2 , однако оба этих коэффициента, замечают Н. Брэдберн и С. Садман, являются «легитимными индикаторами доли вариации, объясняемой интервьюерами» [11, р. 58].

Кроме того, для оценки дисперсий мы опирались на F -критерий Фишера. Эта статистика позволяет не только сопоставить вариативность, обусловленную тестируемым фактором, со случайной вариативностью, но и определить значимость различий в ответах, полученных разными интервьюерами [23, с. 224–245]. F -тест, как отмечают Р. Гроувз и Л. Магилави, имеет одно серьезное ограничение, связанное, в частности, с числом случаев, приходящихся на разных интервьюеров. Если рабочая нагрузка распределяется в исследовании неравномерно и внутригрупповые дисперсии интервьюеров вследствие этого сильно варьируют, то аналитическая продуктивность F -критерия заметно снижается, а его значения становятся малопоказательными [14, р. 254]. В нашем же случае условие равномерности было соблюдено: всем опрашиваемым предлагалось провести одинаковое количество интервью. Поэтому применение данной статистической меры вполне корректно и правомерно.

В ходе сравнительного анализа данных, собранных в персональном интервью и анкетном опросе, в качестве индикатора эффекта интервьюера мы рассматривали различия в поведенческих реакциях респондентов, полученных разными интервьюерами. Статистическая значимость различий между процентными долями ответов определялась по ϕ^* -критерию углового преобразования Фишера [23, с. 157–163, 330–332]. Сравнение средних значений количественных переменных осуществлялось с использованием

t-критерия Стьюдента. Обработка данных и все необходимые расчеты производились в программной среде SPSS.

Результаты и их интерпретация

Эффекты интервьюера анализировались по нескольким ключевым для любого опросного исследования переменным.

Продолжительность интервью. Судя по результатам нашего исследования, длительность интервью у разных интервьюеров варьирует от 5 до 35 минут. Однофакторный дисперсионный анализ, дающий возможность оценить линейные эффекты контролируемого фактора, позволяет говорить о том, что различия в продолжительности интервью у разных интервьюеров являются более выраженными, чем случайная вариативность этого признака внутри каждой группы опрашиваемых ($F = 20,62, p = 0,00$). При этом доля дисперсии, объясняемая вкладом интервьюера в общую вариацию признака, составляет 41,6–44,0 % в зависимости от способа измерения (табл. 1).

Таблица 1

ВАРИАЦИИ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРВЬЮ И ЧИСЛА ОТКАЗОВ ОТ СОТРУДНИЧЕСТВА У РАЗНЫХ ИНТЕРВЬЮЕРОВ

Характеристики интервью	Диапазон значений (min-max)	Дисперсия (σ^2)	<i>F</i>	R^2	ω^2
Продолжительность	5–35	33,825	20,622*	0,440	0,416
Отказы от сотрудничества	0–40	214,788	9,476*	0,176	0,157

* $p \leq 0,00$

В данном случае мы не можем доподлинно знать источники наблюдаемых различий. Для их установления требуется тщательный мониторинг всех проведенных интервью. Однако вполне возможно предположить, что в известной мере они связаны с так называемым «незапрограммированным» речевым поведением

интервьюеров (с неоправданным вмешательством в вопросные формулировки, разного рода репликами и комментариями по поводу ответов, постановкой зондирующих вопросов и т.д.). Еще в конце 1970-х гг. Э. Блэйром было установлено, что отступления от опросных правил и процедур встречаются более чем в половине всех проводимых интервью, а наиболее типичными нарушениями являются ошибки и речевые вариации в прочтении вопросов, а также неуместные попытки зондирования (см.: [11, р. 27, 49]). Такого рода действия, как отмечается в специальной литературе, часто бывают спонтанными и трудно поддаются строгой регламентации. Интервьюеры имеют большую свободу в принятии решений относительно того, как и когда зондировать понимание вопросов, а также прочие когнитивные компоненты коммуникации (см.: [24, р. 110–111]).

Вместе с тем есть основания говорить о том, что различия в длительности интервью опосредуются опытом интервьюеров и стажем их полевой работы. Наше исследование, в частности, показало, что опытные сотрудники тратили на одно интервью в среднем меньше времени (13 мин.), чем новички (16 мин.). Эти данные подтверждают вывод Э. Блэйра о том, что интервьюеры, давно участвующие в опросах, менее строго следуют предписанным правилам интервьюирования (см.: [11, р. 49]). Они чаще допускают отступления от вопросных формулировок, не полностью их прочитывают, пропускают отдельные слова, фразы и даже целые вопросы, ответы на которые кажутся им очевидными, исходя из общего контекста интервью и собственных ситуативных ожиданий (см.: [11, р. 29]). Точное соблюдение всех необходимых инструкций и регламентов требует времени; рутинизация общения, напротив, убыстряет опросную коммуникацию. И хотя данный вывод не полностью согласуется с результатами других исследований, тем не менее он заслуживает обсуждения и дальнейшей эмпирической проверки.

С другой стороны, очевидно, что длительность интервью зависит также от коммуникативных характеристик и эмпатических способностей интервьюеров. Специальные исследования показали, что при отсутствии у отвечающих интереса к теме и собеседнику интервью протекают быстрее [25, с. 43–44]. Вполне возможно, что интервьюеры, тратившие на проведение опроса меньше времени, были недостаточно успешны в установлении контакта с респондентами и не смогли вовлечь опрашиваемых в заинтересованный диалог. Их интервью были менее эмоционально окрашенными, носили формальный, «механический» характер.

Отказы от сотрудничества. Полученные нами данные свидетельствуют, что интервьюер оказывает заметное влияние на кооперативные установки респондентов. В ходе исследования было обнаружено, что на фоне нулевого минимального количества отказов от участия в интервью максимальное их число составило 40 при среднем показателе, равном 16,7. При этом статистика Фишера вновь позволяет сделать заключение о неслучайности подобного разброса значений. Доля вариативности исследуемого показателя, объясняемая эффектом интервьюера, несколько ниже, чем в предыдущем случае, касающемся продолжительности беседы, тем не менее она также весьма существенна и составляет 15,7–17,6% (табл. 1).

Проведенное исследование показало, что число отказов от интервью зависит от характера предварительных ожиданий опрашиваемых и их индивидуальных психологических характеристик. Интервьюеры, еще до начала опросов полагавшие, что они легко смогут убедить людей принять участие в исследовании, получили в 4 раза меньше отказов, чем сотрудники с пессимистическими установками на предстоящие интервью. В группе оптимистов, которые с самого начала не боялись общения с людьми и не сомневались в успешности своей работы, в среднем на одного интервьюера приходится лишь по 6 несостоявшихся бесед, в то время как среди пессимистов – по 23 ($p = 0,06$) [21].

Аналогичные результаты были получены в методическом эксперименте Э. Сингер с соавторами [17, р. 74–75], а также в другом нашем исследовании по изучению эффекта интервьюера в телефонном интервью [26, с. 104].

Отказы от ответа. Неопределенные ответы. Результаты дисперсионного анализа дают основание говорить о значительных различиях в количестве уклончивых, неопределенных ответов и неответов, полученных в ходе бесед разными интервьюерами (табл. 2). Так, диапазон значений по отказам от ответа в целом по вопроснику составил от 0 до 43,8%. При этом интервьюер ответствен примерно за 11–14% общей дисперсии неответов. Наиболее «чувствительными» к эффекту интервьюера с точки зрения отказов от ответа оказались вопросы, касающиеся личных установок респондентов: вариативность неответов по этой вопросной группе, объясняемая влиянием интервьюера, находится в пределах 35,5–37,9%. Далее следуют поведенческие вопросы (13–16%) и, наконец, – безличные аттитюдные об отношении к другим людям (8–11%)¹.

Удельный вес уклончивых и неопределенных ответов также варьирует в весьма широком диапазоне, а вклад интервьюера в общую дисперсию может быть оценен в 13,2–16,4%. Соответствующие значения *F*-критерия, представленные в табл. 2, позволяют утверждать, что различия в исследуемых показателях между подвыборками респондентов, опрошенных разными интервьюерами, более выражены, чем различия в этих же показателях (внутри каждой подвыборки), вызванные другими, неучтенными факторами.

¹ Безличными аттитюдными мы называем вопросы типа: «Как Вы относитесь к людям, употребляющим наркотики?». Личные аттитюдные вопросы имели проективную форму и звучали, например, следующим образом: «Стали бы Вы употреблять наркотики, если бы Вам предложил их Ваш близкий друг?». Поведенческие вопросы имели традиционную формулировку: «Случалось ли Вам когда-нибудь пробовать наркотики?».

Таблица 2

ВАРИАЦИИ УДЕЛЬНОГО ВЕСА НЕОТВЕТОВ, УКЛОНЧИВЫХ
И ОДНОЗНАЧНЫХ ОТВЕТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ РАЗНЫМИ ИНТЕРВЬЮЕРАМИ

Характеристики интервью	Диапазон значений (min-max)	Дисперсия (σ^2)	F	R^2	ω^2
Неответы (по трем группам вопросов), в т.ч. на вопросы: <i>личные аттитюдные</i> <i>безличные аттитюдные</i> <i>поведенческие</i>	0,0–43,8	1,435	4,361*	0,143	0,110
	0,0–66,6	0,197	15,975*	0,379	0,355
	0,0–33,3	0,159	3,252	0,110	0,076
	0,0–71,4	0,886	5,084*	0,163	0,130
Уклончивые, неопределенные ответы	0,0–42,9	1,167	5,138*	0,164	0,132
Однозначные (содержательные) ответы	48,6–100,0	2,279	6,947*	0,210	0,179

* $p \leq 0,00$

Таблица 3

ОЦЕНКА ВАРИАТИВНОСТИ ОТВЕТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ РАЗНЫМИ ИНТЕРВЬЮЕРАМИ, %

Вопросы/темы	Диапазон значений (min-max) ¹	Дисперсия (σ^2)	F	R ²	ω^2
Поведенческие:					
Употребление наркотиков	0,0–24,0	4,992	2,003**	0,109	0,035
Уклонение от налогов	0,0–24,0	3,909	1,781**	0,101	0,028
Супружеская измена	5,9–66,7	13,333	2,652*	0,174	0,057
Злоупотребление алкоголем	19,0–88,0	28,568	5,274**	0,204	0,138
Воровство	8,7–96,0	49,697	11,848*	0,351	0,285
Гомосексуальные контакты	0,0–4,0	0,242	0,727	0,063	0,009
Изнасилования	0,0–21,7	2,629	1,508	0,089	0,018
Средний удельный вес утвердительных ответов на поведенческие вопросы	11,6–34,4	3,790	4,844*	0,156	0,124
Средний удельный вес отрицательных ответов на поведенческие вопросы	56,0–86,8	4,211	3,746*	0,125	0,091
Аттitudы:					
Употребление наркотиков	44,0–92,0	18,265	3,530*	0,119	0,085
Уклонение от налогов	4,0–58,3	20,424	4,294*	0,141	0,108
Супружеская измена	29,2–84,0	18,629	3,213*	0,109	0,075
Злоупотребление алкоголем	12,0–44,0	7,515	1,620	0,058	0,017
Гомосексуальные контакты	50,0–88,0	14,788	2,572*	0,089	0,054

Вопросы/темы	Диапазон значений (min-max) ¹	Дисперсия (σ^2)	F	R ²	ω^2
Аттitudные:					
Легализация наркотиков	68,0–100,0	6,447	2,509*	0,087	0,052
Присвоение чужого	5,3–52,0	16,061	3,357*	0,114	0,080
Средний удельный вес нормативных ответов на аттitudные вопросы	38,0–66,3	3,246	2,525*	0,088	0,053
Средний удельный вес ненормативных ответов на аттitudные вопросы	13,7–30,3	1,322	1,800**	0,064	0,029

* $p \leq 0,00$

** $p \leq 0,05$

¹ Диапазон значений по отдельным вопросам приводится по всему дисперсионному комплексу. По переменной «средний удельный вес ответов» даются усредненные показатели в расчете на одного интервьюера.

Однозначные ответы. Судя по оценке дисперсий, уровень наполняемости ответов также подвержен сильному влиянию интервьюера. Диапазон значений, полученных по этому показателю качества данных, весьма широк и составляет 48,6–100,0%, а доля дисперсии, объясняемая интервьюером, варьирует в пределах от 17,9 до 21,0% (табл. 2).

Анализ различий в объеме содержательной информации, полученной разными полевыми сотрудниками, показывает, что удельный вес однозначных ответов практически на все вопросы интервью значительно варьирует в зависимости от характеристик опрашиваемых. При этом между массивами данных, собранных разными интервьюерами, существуют статистически значимые различия ($p \leq 0,000$). Это, пожалуй, подтверждает гипотезу о прямом влиянии интервьюера на формирование и вербализацию ответов респондентами, особенно в тех случаях, когда обсуждаемые в интервью проблемы воспринимаются опрашиваемыми как сенситивные. Результаты F -теста позволяют утверждать, что межгрупповые различия в большинстве содержательных ответов, полученных разными интервьюерами, являются значительно более выраженными, чем случайные отклонения внутри каждого массива (табл. 3).

Качество ответов. Судя по данным, представленным в табл. 3, самораскрытие респондентов и, в частности, их признания в совершении социально неодобряемых поступков в среднем на 12–16% зависят от интервьюера. Для отдельных тем (воровство, злоупотребления алкоголем, супружеские измены) полученные показатели значительно выше: доли дисперсии, объясненные влиянием интервьюера и измеренные с использованием коэффициента R^2 , по этим поведенческим вопросам составили 35,1%, 20,4% и 17,4% соответственно. Весьма характерно и то, что по 5 из 7 тестированных в этой группе переменных были обнаружены статистически значимые эффекты интервьюера. Исключение составляют лишь вопросы, касающиеся девиантных форм сексуального поведе-

ния. Вклад интервьюера в общую дисперсию ответов здесь оказался менее существенным: значения R^2 варьируют в диапазоне 6–9%, а ω^2 – в пределах 1–2% соответственно. Эти данные хорошо согласуются с результатами исследования Н. Брэдберна и С. Садмана, доказавшими, что в случае с крайне деликатными вопросами люди сильнее реагируют на социальные нормы, чем на присутствие опрашивающего [11, р. 54].

Проведенный анализ показывает также, что наименее подвержены воздействию интервьюера «девиантные» (ненормативные) ответы респондентов на аттитюдные вопросы: одобрение, признание нормальности стигматизированных в нашем обществе социальных явлений (наркомании, алкогольных злоупотреблений, супружеских измен и т.п.) слабо варьируют в зависимости от интервьюера, а доля объясненной дисперсии по данной вопросной группе составляет всего 2,9–6,4%. Что же касается различий в удельном весе нормативных, социально желательных высказываний по этим же вопросам, то они в несколько большей степени (в среднем на 5,3–8,8%) детерминируются характеристиками и поведенческими особенностями полевого персонала. При этом в 6 из 7 обследованных случаев эффекты интервьюера статистически значимы. Не исключено, что «возмущающее» влияние интервьюера чаще приводит к социально желательным и конформным реакциям респондентов, чем к искренним и неконформистским ответам на вопросы об установках. Однако для верификации данного вывода требуются иные аналитические процедуры.

Величина и направленность смещений. Результаты дисперсионного анализа позволяют зафиксировать лишь интенсивность влияния интервьюера на характер наблюдаемых распределений посредством измерения вклада контролируемого фактора в общий разброс ответов. Однако они ничего не говорят о качестве получаемых данных: опрашивающий может способствовать как ухудшению, так и улучшению результатов. Для того чтобы выяснить, как интервьюер влияет на уровень искренности отвечающих,

мы сравнили ответы, полученные от респондентов в ходе персонального интервью и анкетирования. При интерпретации данных мы исходили из эмпирически доказанного положения о том, что при выяснении мнений людей по поводу сравнительно нейтральных фактов неискренность, как правило, результируется в смещении ответов в сторону традиционных моделей мышления, характерных для данного общества. В вопросах, касающихся отношения респондентов к другим людям и окружающей действительности, она проявляется в виде социально желательных, нормативных ответов, выражающих осуждение или несогласие с образцами, противоречащими общепринятым социальным нормам. В случае же с сенситивными поведенческими вопросами инграция принимает форму диссимуляции, т.е. сокрытия, несообщения стигматизированных поступков, что, в свою очередь, приводит к занижению истинных масштабов девиантного поведения. Поскольку респонденты значительно чаще умалчивают о своей причастности к девиациям или отрицают ее, а «самоинкриминация» встречается крайне редко, то утвердительные ответы на вопросы о реальном или предполагаемом поведении достаточно точно индицируют искренние признания опрашиваемых [27, с. 63–64; 28, р. 350; 29, р. 385].

Из данных, представленных в табл. 4, следует, что отвечая на вопросы о гендерных отношениях в режиме персонального интервью, респонденты чаще, чем в анкетировании, высказывали мнения, соответствующие традиционным российским представлениям о внутрисемейном укладе, распределении мужских и женских ролей в семье, выражали поддержку существующему в нашем обществе андроцентричному гендерному порядку, демонстрируя склонность к конформной модели вербального поведения. При этом в подавляющем большинстве сравниваемых в этом тематическом блоке случаев имеются значимые различия в ответах респондентов.

Таблица 4

СОТНОШЕНИЕ НОРМАТИВНЫХ ОТВЕТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ В АНКЕТИРОВАНИИ
И ИНТЕРВЬЮ, НА ВОПРОСЫ О МНЕНИЯХ И УСТАНОВКАХ, %

Вопросы/темы	Анкетирование	Интервью	Различия
<i>Вопросы о мнениях:</i>			
Гендерное неравенство в профессиональной сфере	35,9	43,3	+7,4*
Женское движение в России	58,4	71,7	+13,3**
Дискриминация женщин в получении работы и служебном продвижении	42,1	38,4	-3,7
Жена должна заниматься домашним хозяйством	69,4	78,7	+9,3**
Жена должна помогать карьере мужа в ущерб собственной	31,1	43,5	+12,4*
Матери детей дошкольного возраста не должны работать	85,6	91,0	+5,4*
<i>Безличные attitudные вопросы:</i>			
Употребление наркотиков	67,5	65,7	-1,8
Уклонение от налогов	43,8	30,8	-13,0*
Злоупотребление алкоголем	33,2	25,3	-7,9
Легализация наркотиков	81,8	87,7	+5,9*
Гомосексуальные контакты	65,1	58,9	-6,2
Супружеские измены	64,1	49,7	-14,4**

* $p \leq 0,05$

** $p \leq 0,01$

В группе аттитюдных вопросов каких-либо выраженных и устойчивых закономерностей не наблюдается. Значимых различий в пользу того или иного метода немного. Однако некоторая тенденция все же просматривается: в персональном интервью респонденты отвечали честнее, чаще признавались в лояльном или одобрительном отношении к стигматизированным в нашем обществе явлениям и поступкам. Нормативных, социально желательных ответов, напротив, больше оказалось в анкетном опросе. И хотя данный вывод в силу очевидной неопределенности полученной картины нуждается в дополнительной проверке, тем не менее явно выраженного негативного влияния интервьюера на вербальное поведение респондентов по данной группе вопросов, похоже, не ощущается.

Что же касается вопросов о личных установках и поведении респондентов, то ситуация здесь выглядит несколько иначе. Результаты сравнительного анализа позволяют заключить, что в персональном интервью в 5 из 7 интересовавших нас случаях от респондентов было получено меньшее число искренних признаний в совершении социально неодобряемых поступков, чем в анкетном опросе. И хотя наблюдаемые различия невелики и в основном статистически незначимы, тем не менее они весьма консистентны и свидетельствуют о существовании смещающего эффекта интервьюера. Анкетирование, как обезличенная и опосредованная форма общения, в большей мере стимулирует тенденцию респондентов к самораскрытию. Присутствие интервьюера, напротив, усиливает диссимуляцию и ведет к снижению валидности данных. Аналогичные тенденции характерны и для вопросов, касающихся поведенческих установок индивидов (табл. 5).

Таблица 5

СООТНОШЕНИЕ УТВЕРДИТЕЛЬНЫХ ОТВЕТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ
В АНКЕТИРОВАНИИ И ИНТЕРВЬЮ НА ЛИЧНЫЕ АТТИТЮДНЫЕ
И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ, %

Вопросы / темы	Анкетирование	Интервью	Различия
<i>Личные аттитюдные:</i>			
Присвоение чужого	40,7	38,5	-2,2
Употребление наркотиков	0,5	0,3	-0,2
Гомосексуальные контакты	1,0	0,0	-1,0
<i>Поведенческие:</i>			
Употребление наркотиков	12,9	11,7	-1,2
Уклонение от налогов	21,1	10,0	-11,1*
Супружеские измены	24,0	30,8	+6,8
Злоупотребление алкоголем	52,6	51,0	-1,6
Гомосексуальные контакты	1,4	1,3	-0,1
Изнасилования	9,6	7,7	-1,9
Воровство	34,4	37,3	+2,9

* $p \leq 0,05$.

Кроме того, сравнение результатов двух исследований, выполненных с использованием разных опросных методов, показало, что в ходе личного общения с интервьюером респонденты значительно чаще, чем в процессе самостоятельного заполнения анкеты, отказывались отвечать и пропускали задаваемые вопросы. Уровни неотчетов, как видно из табл. 6, существенно варьируются в зависимости от обсуждаемых в исследовании тем, достигая максимальных значений в крайне деликатных вопросах, касающихся различных форм девиантного поведения. Во всех вопросных группах наибольший удельный вес отказов от ответа зафиксирован именно в персональном интервью, в то время как в анкетировании он значительно ниже. Вместе с тем число уклончивых и неопределенных ответов не различается в зависимости от метода сбора данных и специфики опросной коммуникации.

Следует заметить также, что наши результаты хорошо согласуются с результатами экспериментальных исследований, проведенных как в нашей стране [30, с. 170–191], так и за рубежом [28, р. 354; 31, р. 444]. Вместе с тем они, похоже, не подтверждают мнение о том, что в случае с сенситивными вопросами социальная желательность чаще встречается в персональных интервью, а диссимуляция – в анкетных опросах [11, р. 9–10].

Обсуждение результатов. Основные выводы

Проведенные нами измерения показывают, что влияние опрашиваемых на различные аспекты интервью может быть очень существенным. Судя по полученным данным, вариации в продолжительности бесед более чем на 40% обусловлены характеристиками интервьюеров, различия в числе отказов от сотрудничества – в среднем на 16–18%. В несколько меньшей степени (11–14%) интервьюер влияет на принятие респондентами решений об отказе от ответа или уклонении от него. Уровень отвечаемости подвержен более сильному воздействию со стороны людей, проводящих опрос: доля объясненной дисперсии по этому показателю достигает 18–21%.

Таблица 6

СООТНОШЕНИЕ ОТКАЗОВ ОТ ОТВЕТА И УКЛОНЧИВЫХ, НЕОПРЕДЕЛЕННЫХ
ОТВЕТОВ В АНКЕТИРОВАНИИ И ПЕРСОНАЛЬНОМ ИНТЕРВЬЮ, %

Типы вопросов	Анкетирование	Интервью	T-оценки	Уровень значимости (p)
Отказы от ответа:				
Гендерные вопросы (19)	0,2	0,9	3,520	0,000
Аттitudные вопросы (9)	0,5	3,3	5,779	0,000
Поведенческие вопросы (7)	3,8	6,9	3,060	0,002
В целом по всем вопросам (35)	1,0	2,8	5,845	0,000
Неопределенные ответы:				
Гендерные вопросы (19)	12,6	13,0	0,436	0,663
Аттitudные вопросы (9)	10,3	10,1	0,172	0,863
В целом по всем вопросам (27)	11,8	12,1	0,301	0,764

Результаты исследований свидетельствуют также, что респонденты неодинаково отвечают в ходе бесед, проводимых разными интервьюерами. Характер ответов на личные (поведенческие) вопросы с сильной нормативной нагрузкой в среднем на 12–16% зависит от того, кто их задает. Хотя при обсуждении целого ряда деликатных тем присутствие интервьюера в значительно большей степени сказывается на вербальном поведении опрашиваемых, что приводит к увеличению доли объясненной дисперсии ответов до 20 и даже 35%. По группе вопросов, касающихся установок респондентов, влияние лиц, проводящих интервью, ощущается в меньшей степени (5–9%).

Между тем следует иметь в виду, что в данном случае мы имеем дело с так называемыми «кумулятивными эффектами», включающими одновременное влияние всех характеристик интервьюера. Они могут быть обусловлены внешними данными, голосом, демографическими и статусными, психологическими и поведенческими особенностями опрашиваемых, их предварительными и ситуативными ожиданиями, а также различными комбинациями этих факторов. Для расщепления совокупного эффекта на отдельные компоненты и определения вклада частных факторов необходимы дальнейшие исследования.

Оценивая ситуацию в целом, можно сказать, что наблюдаемые в нашем исследовании эффекты интервьюера весьма значительны и потенциально опасны. Если, как считает В. Дийкстра, даже за 1%-ным коэффициентом интраклассовой корреляции порой скрывается недооценка выборочной дисперсии в 50% и более [7, р. 332], то последствия обнаруженных нами эффектов могут оказаться куда более серьезными. Полученные результаты показывают, что смещения, вызываемые интервьюером, приводят к занижению реальных масштабов социальных девиаций, к получению приукрашенной картины, характеризующей мнения и установки людей относительно стигматизированных в нашем обществе явлений и форм поведения, к сдвигу ответов даже на самые

безобидные вопросы в сторону общепринятых нормативных образцов и т.д.

Статистические показатели эффекта интервьюера в нашем исследовании значительно выше тех, которые были зафиксированы в предыдущих работах западных авторов. По всем без исключения вопросным группам средние оценки R^2 и ω^2 в несколько раз превышают значения соответствующих коэффициентов, фигурирующих в специальной литературе. Такой же вывод можно сделать и относительно других параметров, по которым допустимо сравнение с зарубежными образцами.

Чем можно объяснить столь высокие оценки, обнаруженные в нашем эксперименте? Специалисты обычно выделяют три основных фактора, способствующих «инфляции» результатов измерений: малое количество интервьюеров при большом числе производимых наблюдений, низкая квалификация полевого персонала и неслучайное закрепление интервьюеров за респондентами [11, p. 171; 14, p. 253–254; 17, p. 68–69]. Однако сопоставление опросной статистики по целому ряду известных исследований не подтверждает существования прямой зависимости между $\rho^*_{\text{инт}}$ и рабочей нагрузкой, приходящейся на интервьюеров (табл. 7).

Кроме того, как свидетельствует исследовательская практика, величина эффектов интервьюера напрямую не связана и с уровнем квалификации лиц, проводящих интервью. Если в исследовании Н. Брэдберна и С. Садмана, например, к работе с респондентами, по словам авторов, привлекались лучшие интервьюеры, представляющие опросную сеть NORC [11, p. 63], то в эксперименте Э. Сингер и ее коллег в сборе данных участвовали преимущественно неопытные и неквалифицированные сотрудники, рекрутированные из числа студентов [17, p. 69]. Тем не менее это обстоятельство не повлияло на результат: значения $\rho^*_{\text{инт}}$ в обоих исследованиях оказались вполне сопоставимыми, а обнаруженные эффекты интервьюера были квалифицированы авторами как «скромные».

Таблица 7

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТА ИНТЕРВЬЮЕРА
 ИЗ ШЕСТИ ПРЕДЫДУЩИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Исследования	Количество интервьюеров	Средняя нагрузка на одного интервьюера	Диапазон значений $c^*_{инт}$	Среднее значение $c^*_{инт}$
Л. Киш (1962 г.)	9	—*	0–0,05	0,02
Дж. Фриман и Э. Батлер (1976 г.)	33	78,8	0–0,22	0,04
Н. Брэдберн и С. Садман (1977 г.)	59	19,9	0–0,06	0,02
К. Такер (1983 г.)	43	25,2	0,003–0,008	0,004
Э. Сингер с соавторами (1983 г.)	31	35,5	0,03–0,09	0,04
П. Кампанелли, К. О'Мюрчетай (1999 г.)	65	23,0	0,01–0,03	0,02

Источники: [13; 15; 11; 16; 17; 18].

* Нет сведений.

Что же касается третьего из указанных выше факторов, то его действие, как уже отмечалось, было нейтрализовано еще на стадии планирования нашего эксперимента.

Ответ на поставленный выше вопрос следует, на наш взгляд, искать в самопрезентационных механизмах вербального поведения опрашиваемых, основные закономерности которого наиболее адекватно описываются теорией «управления имиджем». Если эффекты интервьюера есть не что иное, как ответные реакции респондентов, обусловленные потребностью в создании позитивного впечатления у опрашивающих [5, р. 220], то высокие показатели влияния интервьюера, наблюдаемые в нашем исследовании, отнюдь не случайны. Они отражают специфику той социокультурной ситуации, которая сложилась в последние годы в нашем обществе, а также соответствующие ей поведенческие модели и коммуникативные практики, основанные на ингратационных процессах, повышенной склонности к самопрезентации и тенденции людей давать социально желательные и конформные ответы.

Эффект интервьюера, как мы могли убедиться, не сводится лишь к ответным смещениям. Он имеет значительно более широкий спектр проявлений и результируется в ослаблении кооперативных установок респондентов, росте числа неответов, снижении уровня информативности собираемых данных, сокращении или увеличении длительности интервью, а также в повышении удельного веса социально желательных и диссимулятивных реакций опрашиваемых.

Интервьюер отнюдь не всегда выступает негативным фактором опросной коммуникации. В ряде случаев, как это было в нашем примере с аттitudными вопросами, он может оказывать и позитивное влияние на респондентов: активизировать их самораскрытие, стимулировать сокращение числа социально желательных и конформных ответов и в конечном счете способствовать улучшению общего качества данных. В этой связи заслуживает внимания мысль Э. Блэйра о том, что в идеале исследователи

должны научиться управлять эффектом интервьюера, минимизируя его нежелательные последствия и усиливая желательные [32, р. 257]. Вполне возможно, что дальнейшие исследования обсуждаемой проблемы позволят приблизиться к реализации этой весьма плодотворной идеи.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Groves R.M.* Survey Errors and Survey Costs. N.Y.: Wiley, 1989.
2. *Ноэль Э.* Массовые опросы: Введение в методику демоскопии / Пер. с нем.; Общ. ред., вст. и закл. ст. Н.С. Мансурова. 2-е изд. М.: Ава-Эстра, 1993.
3. *Catania J.A.* A Framework for Conceptualizing Reporting Bias and Its Antecedents in Interviews Assessing Human Sexuality // *Journal of Sex Research*. 1999. Vol. 36. No. 1. P. 25–38.
4. *Готлиб А.* Введение в социологическое исследование: Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2002.
5. *Reinecke J., Schmidt P.* Explaining Interviewer Effects and Respondent Behavior: Theoretical Models and Empirical Analysis // *Quality and Quantity*. 1993. Vol. 27. No. 3. P. 219–247.
6. *Stock J.S., Hochstim J.R.* A Method of Measuring Interviewer Variability // *Public Opinion Quarterly*. 1951. Vol. 15. No. 3. P. 322–334.
7. *Dijkstra W.* Interviewing Style and Respondent Behavior: An Experimental Study of the Survey-Interview // *Sociological Methods and Research*. 1987. Vol. 16. No. 2. P. 309–334.
8. *Рогозин Д.М.* Влияние интервьюера на доступность респондента в телефонном опросе // *Социологический журнал*. 2004. № 1/2. С. 75–105.
9. *Brown A.* Interviewer Variation and the Co-Construction of Speaking Proficiency // *Language Testing*. 2003. Vol. 20. No. 1. P. 1–25.
10. *Davis D.W., Silver B.D.* Stereotype Threat and Race of Interviewer Effects in a Survey on Political Knowledge // *American Journal of Political Science*. 2003. Vol. 47. No. 1. P. 33–45.
11. *Bradburn N.M., Sudman S.* Improving Interview Method and Questionnaire Design. San Francisco: Jossey-Bass, 1979.
12. *Hanson R.H., Marks E.S.* Influence of the Interviewer on the Accuracy of Survey Results // *Journal of the American Statistical Association*. 1958. Vol. 53. No. 284. P. 635–655.
13. *Kish L.* Studies of Interviewer Variance for Attitudinal Variables // *Journal of the American Statistical Association*. 1962. Vol. 57. No. 297. P. 92–115.

14. *Groves R.M., Magilavy L.J.* Measuring and Explaining Interviewer Effects in Centralized Telephone Surveys // *Public Opinion Quarterly*. 1986. Vol. 50. No. 2. P. 251–266.
15. *Freeman J., Butler E.W.* Some Sources of Interviewer Variance in Surveys // *Public Opinion Quarterly*. 1976. Vol. 40. No. 1. P. 79–91.
16. *Tucker C.* Interviewer Effects in Telephone Surveys // *Public Opinion Quarterly*. 1983. Vol. 47. No. 1. P. 84–95.
17. *Singer E., Frankel M.R., Glassman M.B.* The Effect of Interviewer Characteristics and Expectations on Response // *Public Opinion Quarterly*. 1983. Vol. 47. No. 1. P. 68–83.
18. *Campanelli P., O’Muircheartaigh C.* Interviewers, Interviewer Continuity, and Panel Survey Nonresponse // *Quality and Quantity*. 1999. Vol. 33. No. 1. P. 59–76.
19. *Hox J.J.* Hierarchical Regression Models for Interviewer and Respondent Effects // *Sociological Methods and Research*. 1994. Vol. 22. No. 3. P. 300–318.
20. The Effect of Interviewer Gender on the Survey Response / *Huddy L., Billig J., Bracioldietta J.* et al. // *Political Behavior*. 1997. Vol. 19. No. 3. P. 197–220.
21. *Мягков А.Ю., Журавлева И.В.* Эффект ожиданий интервьюера в персональном интервью // *Социологический журнал*. 2004. № 3/4.
22. *Глинский В.В., Ионин В.Г.* Статистический анализ. М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998.
23. *Сидоренко Е.В.* Методы математической обработки в психологии. СПб.: Речь, 2001.
24. *Foddy W.* An Empirical Evaluation of In-Depth Probes Used to Pretest Survey Questions // *Sociological Methods and Research*. 1998. Vol. 27. No. 1. P. 103–133.
25. *Веселкова Н.В.* Проживание времени в интервью и адекватность коммуникации // *Методология и методы социологических исследований: Итоги работы поисковых исследовательских проектов за 1992–1996 годы* / Под ред. О.М. Масловой. М.: Институт социологии РАН, 1996. С. 39–45.
26. *Мягков А.Ю., Проскура Д.А., Егорова О.А.* Эффект интервьюера в телефонном интервью: Опыт экспериментальной верификации гипотез // *Социокультурные проблемы истории и современного развития российской провинции: Межвуз. сб. науч. тр. Иваново: ИГЭУ, 2003. С. 92–107. Вып. 2.*
27. *Мягков А.Ю.* Техника «рандомизированного ответа»: Опыт полевого тестирования // *Социологический журнал*. 2002. № 4. С. 60–77.
28. *Del Boca F.K., Noll J.A.* Truth or Consequences: The Validity of Self-Report Data in Health Services Research on Addictions // *Addiction*. 2000. Vol. 95. No. 3. P. 347–360.
29. *Couper M.P., Singer E., Tourangeau R.* Understanding the Effects of Audio-Casi on Self-Reports of Sensitive Behavior // *Public Opinion Quarterly*. 2003. Vol. 67. No. 3. P. 385–395.
30. *Мягков А.Ю.* Социально-демографические переменные в социологическом исследовании: Проблемы достоверности самоотчетов респондентов. М.: Флинта, Наука, 2002.

31. *De Leeuw E.D., Mellenberg G.J., Hox J.J.* The Influence of Data Collection Method on Structural Models: A Comparison of a Mail, a Telephone, and a Face-to-Face Survey // *Sociological Methods and Research*. 1996. Vol. 24. No. 4. P. 443–472.

32. *Blair E.* Using Practice Interviews to Predict Interviewer Behaviors // *Public Opinion Quarterly*. 1980. Vol. 44. No. 2. P. 257–260.