

---

---

## **ОБЩИЕ ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ И МЕТОДИКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

С.Г. Климова  
(Москва)

### **ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И ТРУДНОСТИ КОДИФИКАЦИИ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ**

В статье анализируется практика использования открытых вопросов в массовых опросах<sup>1</sup>. Анализируются социальные феномены, адекватное изучение которых возможно только с помощью открытых вопросов, и типичные трудности применения открытых вопросов в массовых опросах. Предлагаются некоторые способы преодоления этих трудностей.

*Ключевые слова:* открытые вопросы, массовые опросы, конструктивизм, феноменология, обыденное сознание, стереотипы, значения, суждения, высказывания.

### *Методологические основания обращения к открытым вопросам*

Понятие «открытый вопрос» мы используем в общепринятом смысле – как вопрос анкеты, который не сопровождается заранее заданными вариантами ответа. Эта оговорка необходима, потому что в многочисленных дискуссиях о качественной и количественной методологии этот термин был подвергнут критике за

---

**Светлана Гавриловна Климова** – кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник Института социологии РАН.

<sup>1</sup> Материалом для анализа послужил опыт работы с открытыми вопросами в Фонде «Общественное мнение».

фиктивность. В частности, Д.М. Рогозин пишет, что форма организации работы с ответами представлена как характеристика вопроса [1, с. 163]. Однако С.В. Чесноков, похоже, убедил социологическое сообщество не отказываться от этой удобной лексической привычки в угоду терминологической строгости [2, с. 150].

Собственно, обсуждение формы вопросов и предъявления результатов – это лишь отчасти технологическая проблема, связанная с профессионализмом исследователей. В идеологическом плане эта тема – о месте социолога в обществе: является ли он «зеркалом», медиатором между разными группами или активным участником сложной системы идеологических влияний? Если социологу интересно не то, как он сам отражается в «социологическом зеркале», а каковы категории обыденного сознания, с помощью которых «человек с улицы» конструирует мир, ему стоит обратиться к концепциям теоретиков конструктивизма. Один из базовых постулатов конструктивистов – критика логического объективизма. В частности, П. Бергер и Т. Лукман утверждали, что целью социологии является описание универсальных структур субъективной ориентации, а не объяснение общих фундаментальных черт объективного мира [3, с. 279]. В.А. Ядов отмечает, что если исходить из концепции конструирования реальности субъектом, то понятно, что нельзя использовать закрытые вопросы, навязывать респондентам свои конструкции [4, с. 16].

Еще одно методологическое основание для нашего понимания роли открытых вопросов в получении социологического знания мы находим в работах феноменологов. Основной метод феноменологии сформулировал Э. Гуссерль. Он получил название феноменологической редукции. В соответствии с этим методом необходимо поставить в скобки вопрос о том, существует ли человек и окружающий мир и каков он. Вместо этого нужно сконцентрироваться на изучении субъективного повседневного опыта, не задавая вопрос о том, истинно ли то, что мы переживаем или оцениваем [5, с. 11–12, 42]. Еще одно ключевое понятие феноменологии,

введенное Э. Гуссерлем и развитое его учеником А. Шюцем, – жизненный мир – это будничные действия, принятые сообществом условности, правила повседневного поведения и повседневные представления об окружающем. А. Шюц называет это знанием первого порядка. Знание второго порядка – это знание специалистов, когда они интерпретируют созданные здравым смыслом структуры жизненного мира. А. Шюц пишет: «...кукла, именуемая персональный идеальный тип, никогда не является субъектом или центром спонтанной активности... Ее участь изначально определяется и регулируется ее создателем, социальным ученым. ...По воле своего конструктора она наделена только тем знанием, которое необходимо для выполнения работы, ради которой она была включена в научный мир. Ученый распределяет свой собственный запас знания... между куклами, которыми он населяет социальный мир» [5, с. 183–184]. Далее А. Шюц утверждает, что для того, чтобы, с одной стороны, избежать фиктивного знания о кукольном мире, а с другой – не заниматься «интеллектуальной стенографией», нужно иметь возможность в процессе исследования перемещаться по уровням обобщений: сводить уровень своего исследования до уровня индивидуальной человеческой деятельности, а последнюю – уметь обобщать по вполне определенным правилам [5, с. 186].

Жизненный мир воспринимается и интерпретируется при помощи **типизаций** рутинных событий. Типизации – это то, что помогает нам узнавать окружающие события [5, с. 132–151, 267–273]. Основа типизации – обобщение коллективного или индивидуального опыта. Брюнет в кепке – это, скорее всего, грузин, потому что многие грузины брюнеты и носят кепки. Типизации позволяют узнавать ситуацию и подсказывают, что нужно делать. Если едет автомобиль с сиреной, это, может быть, скорая помощь, поэтому нужно посторониться.

Еще одна идея Шюца, которая оказалась очень практичной для нашей работы, – **обоюдность и смысловая конгруэнтность**

**перспективы.** Обоюдность – это допущение, что люди способны стать на позицию другого. Люди одной культуры, взаимодействуя друг с другом, исходят из допущения, что события имеют для них одно и то же содержание. Взаимодействие и взаимопонимание возможно, если субъект исходит из допущения, что другие люди понимают события примерно так же, как и он [5, с. 116–117, 141–145, 151–154].

В социологическом сообществе существует радикально позитивистская точка зрения, в соответствии с которой открытым вопросам отводится, в основном, вспомогательная роль: их допустимо использовать тогда, когда не разработаны гипотезы относительно исследуемой проблемы, и как только возможное поле ответов сформировано, открытый вопрос следует закрыть [1, с. 113]. Вслед за Лазерсфельдом, Садменом и Бредберном многие отечественные социологи утверждают, что использование открытых вопросов в большинстве случаев оправдано лишь для разработки новой темы или для написания дополнительных комментариев [1, с. 112]. Поэтому данные, полученные с помощью открытых вопросов, несмотря на их очевидную ценность для приобретения знаний о социуме, занимают маргинальное положение, используются лишь как иллюстративный материал при описании данных, полученных посредством традиционной позитивистской социологии и закрытых вопросов. При этом по умолчанию предполагается, что информация, полученная с помощью закрытых вопросов, более достоверна, поскольку данные можно считать.

Однако такой радикальный позитивизм разделяется не всеми исследователями. Так, В.А. Ядов и О.М. Маслова полагают, что полного совпадения данных, полученных из ответов на открытые и симметричные закрытые вопросы, не бывает. Это утверждение относится в особенности к вопросам определенных типов, в частности, касающимся мотивов и взглядов респондентов [4, с. 251; 5]. Из этого следует, что трансформация открытого вопроса в закрытый имеет весьма узкую сферу применения, например, когда

нужно на основе открытого вопроса составить какие-то списки (продуктов питания, фамилий политиков). В большинстве же случаев исследование с помощью открытых вопросов – это самостоятельный тип работы с социологическими данными. Г.И. Саганенко вообще считает, что исследование, построенное на открытых вопросах, имеет специфический процесс формулирования исследовательской концепции, продуцирует особые первичные данные, располагает собственными способами перехода от первичных данных к итоговым результатам [7, ч. 1, с. 20].

Утверждения этих трех авторитетных социологов приводят к следующим выводам.

1. Открытые вопросы – это технология, основанная на принципиально другой, чем закрытые вопросы, методологии. Эту разницу отметила Л. Паутова в своей книге, посвященной понятию «стабильность». Она пишет, что классическая социологическая теория рассматривает социальные представления как предустановленные, принудительные, всеобщие и статичные. Неклассические социологические теории – социальный конструктивизм, теория социальных представлений, феноменология – делают центром изучения значения, не присущие объектам «самим по себе» [8, с. 27, 35, 39–40]. Поэтому, как справедливо замечает Г.И. Саганенко, возражая Д.М. Рогозину, говорить о «смещениях и потере информации при использовании открытых вопросов мало обосновано и в целом непродуктивно» [7, ч. 1, с. 49].

2. При использовании открытых и закрытых вопросов социолог имеет дело с объектами разной природы. При закрытых вопросах – это отражение в реакциях участников опроса концепций и гипотез авторов исследования. При открытых вопросах мы, как правило, имеем дело с собственными интенциями испытуемых. Подчеркнем, что здесь речь идет не об адекватности (внешней валидности) данных, полученных с помощью того или другого инструмента, а о том, что структура представлений и тезаурус исследователя и респондента никогда не совпадают. Утверждение

о разной природе информации, получаемой с помощью открытых и закрытых вопросов, предполагает специфику требований к стимульному материалу. При закрытых вопросах – это однозначная смысловая и объектная локализация и эмоциональная нейтральность формулировки вопроса. Форма открытого вопроса позволяет использовать неопределенные либо эмоционально окрашенные стимулы там, где стоит задача получить личностные реакции испытуемых. При этом «чем неопределеннее стимул, тем более заметны индивидуальные различия в его интерпретации» [9, с. 52]. Вместе с тем, стимул не должен быть безразличен испытуемому, он должен соотноситься с его жизненным опытом и значимыми переживаниями.

3. Для определенных типов вопросов принципиально невозможно трансформировать ответы, полученные на открытый вопрос, в «меню» закрытого вопроса. Наш опыт работы с открытыми вопросами позволяет высказать соображения о том, какие вопросы и почему не стоит «закрывать».

### *Какие открытые вопросы не стоит «закрывать»*

Идея о том, что существуют области обыденных представлений, которые в принципе невозможно изучать с помощью закрытых вопросов, не нова. В частности, Г.И. Саганенко описывает системы/форматы открытых вопросов, которые невозможно закрыть из-за громоздкости и неизбежности смещений в «меню» – написанных исследователем вариантах ответа. Речь идет, прежде всего, о том, что восприятие людьми абстрактных понятий или глобальных сущностей следует изучать с помощью серий открытых вопросов с постепенным сужением и конкретизацией системного объекта, например, «мир», «Европа», «страна», город», «моя семья». Такая же логика формирования блоков открытых вопросов предлагается для изучения временных перспектив (прошлое,

настоящее, будущее), биполярных оценочных вопросов (что – хорошо, что – плохо) и др. [7, с. 28–31, 53–72].

Многолетний опыт работы с открытыми вопросам в режиме повседневной технологии сотрудников Фонда «Общественное мнение» позволяет выделить типы социологических данных, получаемых с помощью открытых вопросов, которые невозможно «закрыть», не совершив «интеллектуальное насилие» над ними.

Открытые вопросы играют основную роль при изучении ряда объектов.

**1. Реальной информированности респондентов.** В массовых опросах формулирование вопросов и ответов на закрытые вопросы об информированности не вызывает трудностей, если речь идет о каком-то единичном факте. Например, в Фонде «Общественное мнение» для таких целей используется стандартный вопрос: *«Знаете ли Вы, что-то слышали, или слышите сейчас впервые о том, что...»* (*«...в Палестине пришло к власти движение Хамас»*; *«...Государственной думой принят новый Трудовой кодекс»* и пр.). Сложнее обстоит дело тогда, когда нужно выяснять информированность о ряде фактов (например, праздничных мероприятиях, выступлениях какого-либо политика за определенный отрезок времени, фактов истории и пр.). В этом случае, во-первых, бывает довольно трудно составить такой список фактов, который уверенно можно назвать конечным. Во-вторых, сам список может оказаться довольно длинным, а если исследователь начнет обобщать вопросы, то неизбежно произойдет навязывание респонденту собственной концептуализации. В третьих, респонденту труднее сказать «не знаю» много раз при наличии списка фактов, а не вопроса о единичном факте, и он начинает «вспоминать» о том, чего никогда не знал. И, конечно, в случае списка исчезают эмоциональная и ценностная компоненты ответа, но это относится к открытым вопросам любого типа.

Очевидно, что при попытке «закрыть» такой вопрос, мы получим либо абстракции, в которых респондент может «не узнать»

собственные впечатления и знания, либо мы будем выбирать некоторые конкретные высказывания, действия Путина, оставляя без внимания другие, либо составим слишком длинный список, в котором респонденту будет трудно ориентироваться.

**2. Событий и их интерпретаций.** Этот тип вопросов близок к первому. Разница между ними в ключевом слове «события». Событие – это происшествие, важное явление в общественной или личной жизни, выходящее за рамки ее повседневного течения. Выступления В. Путина могли быть событиями, но могли и не быть (например, протокольные встречи, которые почему-то запомнились респонденту). Кроме того, в этом вопросе мы просим респондента самого «назначить» какой-то факт событием. Конечно, монополистами в этом являются СМИ или ресурсные группы, использующие СМИ, но общественное мнение не является пассивным рецепиентом и ретранслятором фактов, назначенных событиями. Часто и само событие, и их интерпретации весьма далеки от замысла инициаторов. Например, программное выступление какого-либо политика может весьма громко и долго обсуждаться «в пределах Садового кольца», но если и сам политик, и утверждения в его выступлении неинтересны населению, этот факт не станет событием. Так происходит, например, с заявлениями и статьями Ходорковского, которые шумно обсуждаются в СМИ, но остаются за пределами внимания обывателей. Интерпретации, личностный смысл события тоже невозможно заранее придумать и предложить в виде списка.

**3. Обоснований (мотивов) того или иного выбора или оценки.** Обоснования – это вербальная конструкция, используемая людьми для истолкования собственных (или чужих) поступков. Обоснования имеют атрибутивную природу, и анализировать их следует с тех же позиций, с каких изучаются другие виды атрибуций: приписывания ответственности, чувств, характеристик. Приписыванию свойственны предубеждения, пристрастность, иные ошибочные восприятия реальности. Тем не менее, взаимодействие



индивида со средой строится именно на основе таких восприятий. В.Б. Ольшанский писал: «согласие в обоснованиях является как предпосылкой, так и следствием межличностных отношений». Это значит, что в обосновании присутствует признание целесообразности и правомерности той или иной стратегии в некоторой ситуации, и участники взаимодействия, если оно успешно, соглашаются друг с другом в мнениях по поводу этой стратегии. Обоснования по своей природе intersубъективны, они близки «социальным ожиданиям» [10, с. 85]. Обоснования – самый неподдающийся для закрытий объект, но именно вопросы на выявление обоснований чаще всего «закрывают» социологи. Приведенный в начале статьи пример дан именно с придуманными исследователями обоснованиями – ответами на вопрос «Почему?». Природа обоснований настолько сложна, что В.Б. Ольшанский предлагал изучать их с помощью проективных методик, в частности, «неоконченных предложений» и разработал технологию такой работы [10]. Особенно сложно изучать обоснования, касающиеся частной сферы жизни человека. Приведем в качестве примера фрагмент группировки обоснований, полученных В.Б. Ольшанским с помощью предложения: «В отношениях с другими людьми мне труднее всего...»

Трудно противостоять партнеру.

Навязывать свою волю («Быть сухой, жестокой», «Приказывать»).

Критиковать, быть откровенным («Говорить правду в глаза»).

Придерживаться своих принципов («Быть самим собой», «Остаться индивидуальностью»).

Быть свободным, непосредственным («Быть непринужденной», «Забывать, что я женщина», «Побороть застенчивость»).

Держать дистанцию («Сохранять формальные отношения», «Отказаться с ним выпить»).

Не могу отказать («Сказать нет, не пускать их себе в душу»).

Убеждать других («Если сам не верю», «Переубедить их»).

В том, что касается общественной сферы, то обоснования тех или иных оценок респондентов в ходе формализованного интервью

даются им легче, потому что, во-первых, продумываются на этапе ответа на закрытый вопрос типа: «лучше – хуже», «одобряю – не одобряю», а во-вторых, находятся полностью в сфере социального, а не частного, и потому не требуют атмосферы доверительности.

**4. Значений того или иного объекта.** Когда говорят о значениях, имеются в виду либо содержание, смысл какого-либо слова или понятия (в этом случае чаще используют понятие «представление») [8, с. 18–48], либо ценность, важность, значимость, т.е. личностные смыслы объекта [11, с. 7], но в обоих смыслах функция значения – связать мир и человека. Значения, как показывает опыт, лучше всего изучать с помощью ассоциаций либо интерпретаций. Ассоциации используются в случаях, когда необходимо задать максимально широкое предметное поле в однословных понятиях. Стандартный вопрос на выявление ассоциаций, применяемый в ФОМ, – «*Какие слова приходят вам в голову, когда вы слышите слово...*». Вопросы на ассоциации используются тогда, когда необходимо зафиксировать весь спектр значений, приписываемых тому или иному объекту. Так, тестирование понятия «*олигарх*» может выявить представления о сферах жизни общества, где действуют «олигархи», эмоциональное к ним отношение. Тестирование слова «*бутылка*» позволяет обнаружить наличие или отсутствие алкогольных ассоциаций. Чем неопределеннее стимул, тем вероятнее, что ассоциации зафиксируют широкий спектр смыслов, которые нужно изучать для того, чтобы в описаниях тех или иных социальных процессов не исказить их. Например, одно время расхожим было утверждение, что поскольку люди мечтают о стабильности, значит, они не хотят рыночных перемен, мечтают о том, чтобы государство их содержало и заботилось о них. Тестирование понятия «стабильность» показало, во-первых, многозначность этого понятия и, во-вторых, значительную долю утверждений, в которых речь идет об универсальности правил жизни, порядке, безопасности, справедливости [8, с. 190–191].

**5. Воспринимаемых качеств (образов) известных людей (чаще всего политиков).** Вопросы о качествах других людей «закрываются» в последнее время все реже и только для решения узких задач (например, для того, чтобы сравнить ряд известных людей по одному или нескольким качествам). Образцы исследований воспринимаемых качеств политиков, в том числе и с помощью открытых вопросов, были заданы Е.Б. Шестопап [12]. В частности, она продемонстрировала возможности многомерного анализа открытых вопросов для изучения воспринимаемых качеств политиков – эмоциональные, когнитивные, поведенческие составляющие образов политиков [12, с. 87–90]. Наши исследования образов политиков показали, что оценки того или иного политика – это стереотипные реакции на его экранный образ. Со временем экранный образ политика клишируется, становится, если использовать театральные аналогии, своего рода амплуа. Это значит, что принципиально невозможно, не совершая насилия над материалом, выстраивать универсальные списки более или менее содержательных качеств. Политики получают «призы зрительских симпатий» – позитивные оценки – за наиболее выразительную черту, особенность поведения. Один – «за ум, образованность», другой – «за патриотизм», третий – «за хозяйственность» и т.д. Следовательно, каждый из них занимает свое особое место на политической сцене. Это не иерархизированное место, а функциональное – как место актера в мизансцене. Но есть, конечно, и «суперстар» – тот, кто получает «призы зрительских симпатий» за все группы качеств [13, с. 87–90].

### *Трудности работы с открытыми вопросами*

Достоинства открытых вопросов не раз отмечались в текстах, посвященных методам работы с ними [7, с. 42–45; 14; 15, с. 149]. Обратим внимание на трудности, с которыми неизбежно сталкиваются исследователи, использующие эти вопросы, которые

обогащают метод аналитическим материалом. Эксперименты, проведенные в Фонде «Общественное мнение», выявили, что при работе с открытыми вопросами на разных этапах существуют трудности, которые вряд ли можно полностью преодолеть, но можно минимизировать потери, если осознавать границы наших возможностей при работе с такого рода данными.

**1. Коммуникативные трудности при опросе.** Это происходит, когда интервьюер записывает ответ на открытый вопрос в полевых условиях. Анализ коммуникативных проблем, возникающих в ходе опроса, проделанный Д.М. Рогозиным, показал, что таких проблем настолько много, что вообще непонятно, как в конце концов удастся получить осмысленные ответы: интервьюер физически не успевает записать полностью пространственный ответ; респондент отклоняется от темы или неправильно понимает вопрос; интервьюер невольно становится соавтором ответа, задавая уточняющие вопросы; интервьюер физически не может записать пространственный ответ и потому фиксирует либо его часть, либо его общий смысл так, как он его понимает [1, с. 114–115]. Аналитик, получающий результаты опроса, должен отдавать себе отчет в том, что он имеет дело с более или менее адекватными интерпретациями записанных интервьюерами ответов. По подсчетам Д.М. Рогозина, при конспективном переходе доля сохраняемой информации в среднем – 69% [1, с. 144]. Г.И. Саганенко считает, что эффективнее использовать открытые вопросы тогда, когда весь опросный инструмент составлен из открытых вопросов [7, с. 28]. Наш опыт показывает, что это действительно так для ситуации самозаполнения анкеты респондентом. Но в ситуации формализованного интервью сообщение мобилизации добросовестности респондента остается за скобками. Здесь возникает проблема, обозначенная Д.М. Рогозиным: в какой мере интервьюер является соавтором респондента; нужно ли устранять фактор участия интервьюера в формулировании респондентом ответа, и если да, то как? Д.М. Рогозин утверждает, что нейтральная стратегия –

невмешательство интервьюера в поиск формулировки ответа респондентом – далеко не всегда эффективна. В частности, такая стратегия приводит к снижению адекватности, понимаемой как достаточность и уместность относительно смысла вопроса, касающейся ответов на фактологические вопросы и когнитивно сложных, распространенных ответов [1, с. 131]. Чтобы повысить адекватность записанного ответа, Д.М. Рогозин предлагает в ситуации затруднений не требовать от интервьюера точной записи ответа, а переходить в режим коммуникации – обсуждать тему, поднятую вопросом и записать его смысл [1, с. 133, 149, 164]. Главное требование к перефразированию вопроса – обязательное использование ключевых слов [1, с. 137]. Имеет значение и место открытого вопроса в анкете, последовательность вопросов (например, расширяющийся или сужающийся тематический фокус: проблемы в стране вообще, проблемы в экономике страны, в экономическом положении Вашего предприятия).

**2. Трудности учета контекста высказываний.** Типизации, которые мы получаем в ответах на открытые вопросы, редко бывают однозначными и простыми, потому что существуют в контексте жизни. Особых проблем учета контекста не возникает, когда аналитик сам включен в процесс полевого исследования и может «поместить» высказывание в тот или иной контекст. Мы с этим столкнулись, когда изучали концепты «мы-они» в массовом сознании. Например, О. Оберемко с коллегами обнаружил, что номинация «местные и приезжие» имеют разный смысл: приезжие – это либо источник дохода в курортном городе, либо конкурент в распределении ограниченных материальных благ, либо разрушители конвенциональных ценностей. Местные – либо агрессивные и равнодушные к приезжим люди в населенных пунктах, испытывающих сильное миграционное давление, либо люди, оказывающие услуги приезжим в курортном городе [15, с. 110, 125].

Но помимо общего для многих контекста (в приведенном выше примере это место опроса) существует личностный контекст выска-

зываний, который эксплицировать гораздо труднее. Например, казалось бы, ответ на вопрос: «*В каких случаях у Вас портится настроение?*» – «*Когда в праздник закрыта библиотека*» – предельно конкретен. Но при ближайшем рассмотрении выясняется, что закодировать этот ответ без знания личностного контекста совершенно невозможно. Один интерпретатор истолкует этот ответ как стремление к интеллектуальному и духовному самосовершенствованию. Второй придаст ему экзистенциальный смысл и отнесет ответ в группу «одиночество», ибо зачем девушке – автору ответа – сидеть в праздник в библиотеке, а не веселиться в компании? Третий решит, что у человека проблемы с жильем и отнесет этот ответ в группу «бытовые условия». Вариант: «необходимо сдать сессию» не укладывается в эти три интерпретации, а предполагает четвертую: ориентация на профессиональную карьеру. Иногда контекст можно выяснить из ответов на «паспортичку» или на другие вопросы. В нашем примере определение того, что автор ответа – студентка, живущая в общежитии, может прояснить личностный контекст высказывания, но и то не до конца, ибо необходимость сдать сессию вовсе не исключает одиночества. Многозначность ответов вынуждает исследователей ради смысловой чистоты относить довольно большую их долю к иррелевантным, если неясен контекст высказывания из ответов на другие вопросы.

**3. Трудности кодирования данных, полученных с помощью открытых вопросов.** Самая большая проблема при работе с открытыми вопросами – стандартизация работы с данными. Поиск способов стандартизации ведется многими исследователями. В частности, Г.И. Саганенко и ее коллеги разработали и успешно применяют программу работы с текстовыми данными ДИСКАНТ [7, с. 74–75]. Разработана и успешно функционирует в режиме постоянной технологии оригинальная система работы с открытыми вопросами в Фонде «Общественное мнение». Компьютерные программы работы с текстовыми данными избавляют от технической работы, позволяют находить и группировать

сходные по объекту, но не по смыслу, высказывания. Например, высказывания «уволиться с работы» и «добиться повышения на работе» окажутся рядом, но кодировать их одним кодом или разными должен решить исследователь, исходя из своих задач. Полностью стандартизировать процедуру обработки первичных данных при использовании открытых вопросов невозможно. Группировка ответов в «сходные» категории неизбежно несет отпечаток социального опыта того, кто этим занимается, но можно минимизировать потери. Стандартная и описанная в учебниках процедура – триангуляция<sup>1</sup>. Она, как правило, не вызывает особых трудностей, если только исследователи не привлекают к группировке ответов в сходные категории экспертов – филологов, которые «знают правильные значения» слов. Это ограничение не на профессию, а на функциональную роль. Филолог может быть успешным интерпретатором ответов, если он не забывает о том, что он в этой роли такой же «человек с улицы», как и респондент. Естественно, не имеются в виду ситуации, когда перед исследованием стоят специфические задачи, связанные, например, с социолингвистикой.

Г.И. Саганенко подчеркивает, что «кодирование» – это процедура сжатия и систематизации текстового материала. Поэтому правильно говорить не «кодирование», а «классификация» – ведь мы не просто приписываем словам цифровые значения, а раскладываем их «по ящичкам» логически упорядоченного классификатора [7, с. 87–89].

---

<sup>1</sup> Термин «*триангуляция*» заимствован из геодезии, обозначает способ определения геодезических пунктов путем установления на местности треугольника из геодезических приборов. Это повышает точность расчетов. В «качественной» методологии термин обозначает множественность интерпретаций одного и того же случая или фрагмента исследования. Триангуляция осуществляется посредством сопоставления мнений разных исследователей относительно чего-либо и с помощью сравнения их интерпретаций под углом зрения разных теоретико-методологических перспектив, а также при сопоставлении результатов с данными другого исследования (Семенова В.В. Качественные методы. М.: Добросвет, 1998. С. 192).

Наверное, это правильно, но, похоже, слово «кодирование» стало лексической привычкой. По крайней мере, оно встречается для обозначения тех же процедур, что и слово «классификация».

При кодировании, или классификации больше всего проблем возникает на этапе формирования первичных смысловых групп, которыми мы называем группы суждений респондентов, сходных в их обыденном значении. Самая распространенная ошибка – это стремление сразу же объединить такие суждения в абстрактные категории. Например, ошибочно сходу объединять в одну категорию «социабельность» высказывания – «общительные, дружелюбные» и т.п. Чтобы избежать подобных ошибок, надо определить критерии схожести/несхожести высказываний. Иными словами, на этом этапе исследователей должна интересовать не абстрактная категория, под которую можно подвести суждения респондентов, а некое общее смысловое ядро, основание, общая смысловая направленность. Иногда стремление к непосредственному объединению высказываний в аналитические конструкты приводит к ошибкам, которые в дальнейшем трудно исправить, поскольку такие конструкции закрепляются в кодах и отдельно не регистрируются. Например, при обработке реакций, стимулированных предложением: *«Такие же люди, как я, это»*, объединение упоминаний гражданства и национальности в одну группу с названием «национально-гражданская идентичность» может привести к трудностям дальнейшего анализа, потому что этнонациональная принадлежность может находиться в конфронтации с гражданской идентичностью или, по меньшей мере, не совпадать с последней. Код «этнонациональная идентичность» был приписан кодировщиком, потому что непонятно, что имеет в виду человек, когда говорит «русские»: национальность или гражданство. В этом случае лучше не приписывать значение, а создать первичные группы синонимичных высказываний, в которые можно относить высказывания, имеющие однозначный смысл. Например: гражданство (*«В нашей стране все наши люди»*, *«Весь российский»*).



кий народ»), национальность («Болгары, украинцы, белорусы»). «Русских», как высказывания, не поддающиеся уверенной идентификации, следует вынести в отдельную группу. В дальнейшем в зависимости от задач исследования данная группа может быть либо признана нерелевантной и тогда не участвует в анализе, либо ее можно включить в некоторую более общую категорию. Например, эту группу, как и другие этого же смыслового ряда, можно использовать при создании конструкторов второго порядка, в том числе такой категории, как «этнонациональная общность».

Кодификация, как впрочем и иные обобщения, прямо определяется задачами исследования или исследовательской проблемой. Если, например, нас не интересует ценностно-идеологическое размежевание в обществе, то можно ввести при анализе той же информации о воспринимаемой структуре общества одну категорию: «общность целей, интересов, ценностей» и относить к ней и верующих, и атеистов, и коммунистов, и антикоммунистов. Но если предполагается, что кто-то из потенциальных аналитиков заинтересуется данными сюжетами, лучше выделять более дробные группы несмотря на то, что итоговые показатели будут представлены в малых статистиках.

Итак, создание первичных смысловых групп, объединяющих высказывания респондентов, – первый этап анализа, задача которого состоит в том, чтобы выяснить культурный контекст высказываний. На этом этапе устанавливается сходство или синонимичность высказываний на уровне здравого смысла.

#### **4. Трудности формирования аналитических категорий.**

Форма открытого вопроса позволяет на этапе обработки и анализа данных использовать «конструкторы второго порядка» – основания классификации, созданные исследователями. Объединение первичных смысловых групп в более общие категории – это методологически решающая операция при работе с открытыми вопросами по двум причинам. Формирование абстрактно-аналитических категорий имеет целью найти неартикулируемые респондентами понятия,

которые выражают структуры их представлений о социальном мире. Здесь самая большая проблема – прозрачность и обоснованность перехода. Понятия обыденной речи чрезвычайно многозначны, и бывает далеко не просто перевести их смысл на язык социальных категорий так, чтобы удержать исходный. Именно здесь аналитик должен привлечь концептуальные обоснования такого перехода, чтобы теоретические обобщения не выглядели интеллектуальной игрой в наперстки.

Вводимые исследователями аналитические категории всегда «привязаны» к определенным теоретическим концепциям. Скажем, категоризировать высказывания, относящиеся к социальному расслоению, в понятиях классов или социальных страт – это одновременно и задача уяснения того, как видит респондент проблему социального неравенства, и того, как исследователь намерен далее анализировать разделение на «Мы–Они» группы: по Марксу или по Сорокину?

Например, высказывания, завершающие предложение «*Такие люди, как я...*», могут анализироваться по основаниям: «глобальные–локальные»; номинальные–реальные; объективно–онтологические–ценностно–нормативные общности. Гипотеза может состоять, например, в том, что сдвиг в сторону локальности может быть свидетельством отчуждения от политико–гражданских проблем. Тяготение к полюсу «глобальности» может означать осознание своей включенности в социальную структуру общества, свидетельствовать о широте социального кругозора, потенциальной групповой субъектности, т.е. склонности к социально–групповой интеграции<sup>1</sup>. Вместе с тем, это может быть и признаком одиночества.

**5. Особенности цитирования.** Цитирование высказываний, объединенных в первичную смысловую группу, – необходимое тре-

---

<sup>1</sup> Каждое из высказанных предположений можно было проверить путем совмещения распределения по кодификатору с распределениями по данным других блоков полевых инструментов: тесту адаптированности, блоку на выявление солидарности со своей группой и др.

бование для публикации или других способов предъявления результатов обработки открытых вопросов. Задача этой работы – сделать прозрачной процедуру группировки данных в первичные смысловые группы. В подборке цитат должны быть, во-первых, наиболее распространенные типичные высказывания. Если какое-то типичное высказывание существует в виде клише, например, *«держаться за свой карман»*, следует отметить это обстоятельство, потому что существование клише, описывающего или объясняющего какой-то факт, означает устойчивость практики или нормы. Во-вторых, если в массиве данных существуют позитивно и негативно эмоционально окрашенные суждения, нужно, чтобы в цитатах присутствовали и те, и другие.

**6. Трудности при подсчете показателей.** При подсчете числовых показателей становится важным решение вопроса о том, учитывать ли доли, проценты от числа суждений, от числа ответивших респондентов или от числа опрошенных респондентов. Здесь бывает непросто даже выделить суждения в высказывании респондента, понять, сколько было суждений. Например, одно или два суждения в высказывании: *«нужно... принять закон о национализации, чтобы дать жить другим национальностям»*.

Если принять за единицу упоминание признака, то число высказываний значительно превышает число опрошенных, и это искажает суммарные результаты в пользу самых словоохотливых. Если за единицу анализа принять упоминающего признак индивида, исказятся пропорции признаков. Эта проблема имеет и содержательный аспект. Например, если один индивид своей главной жизненной проблемой считает «воспитание сына», а другой написал: «работа, семья, воспитание ребенка», то названная в первом случае проблема имеет для этих людей разный психологический смысл. Поэтому целесообразно использовать условные единицы – баллы. Каждому высказыванию приписывался один балл. Если в высказывании упоминается несколько признаков, каждому приписывается соответствующая доля балла (0,5 в случае двух ответов

и 0,3 в случае трех). Таким образом, число баллов, распределившихся между разными вариантами ответа, становится равным числу опрошенных индивидов. Сегодня исследователи используют разные стратегии, но чаще всего подсчет ведется по числу признаков или суждений. При этом число кодов, приписанных суждениям, либо не ограничивается, и тогда процедура подсчета ответов сравнима со случаем неограниченного числа выборов в закрытом вопросе с вариантами ответа – меню, либо кодируется ограниченное число суждений – только первое или три первых.

Цифровой код, приписанный каждому суждению, расшифровывается так: первая цифра – код аналитической категории третьего (абстрактно-аналитического) уровня, вторая – код первичной смысловой группы и третья, если используются все три уровня, – кодировка высказываний как непосредственных номинаций респондентов. Обычно высказывания кодируют по личному коду данного респондента.

Дополнительный, третий код может использоваться в таких целях: а) исследователь хочет зафиксировать в коде все три уровня, чтобы при анализе и подготовке публикаций быстро найти иллюстрации; б) он намерен учесть модальность ответа, например, присутствие в ответе эмоционального отношения к объекту и знак этого отношения; в) исследователь планирует в основном качественный анализ текстов, но два предыдущих кода (аналитический и смысло-групповой) ему могут понадобиться при обобщении и интерпретации первичных смыслов высказываний и тем более для теоретического осмысления данных качественного анализа.

Квантифицированная форма, которую приобретают данные после кодирования, позволяет в дальнейшем искать типологические синдромы, характерные для восприятия образов социальной реальности той или иной группой опрошенных, сравнивать ответы респондентов из разных социально-ресурсных и социально-демографических групп, искать корреляции с ответами на другие вопросы. Процедуры типологического анализа социологических данных, полученных, в

частности, с помощью открытых вопросов, описаны Г.Г. Татаровой [16, с. 134–157].

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Рогозин Д.М.* Когнитивный анализ опросного инструмента. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.
2. *Чесноков С.В.* Социальные измерения вопросов и ответов // Социологический журнал. 2002. № 2. С. 147–168.
3. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности / Пер. с англ. Е. Руткевич. М., 1995.
4. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998.
5. *Шютц А.* Смысловая структура повседневного мира. М.: Фонд «Общественное мнение», 2003.
6. *Маслова О.М.* Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов // Социологические исследования. 1984. № 2.
7. *Саганенко Г.И.* Многообразие возможностей социологического изучения сферы образования: Обоснование и технологии социологических исследований, базированных на текстах. СПб., 2004. Ч. 1, 2.
8. *Паутова Л. А.* Повседневное представление о стабильности. Омск: Омский гос. университет, 2004.
9. *Соколова Е.Т.* Проективные методы исследования личности М.: Изд-во МГУ, 1980.
10. *Ольшанский В.Б.* Становление метода неоконченных предложений в Советском Союзе 70-х годов // Социология: методология, методы, математические модели. 1997. № 9. С. 82–97.
11. *Татарова Г.Г., Бурлов А.В.* Логическая организация данных, полученных методом неоконченных предложений // Социологические исследования. 1999. № 8. С. 123–133.
12. *Шестопал Е.Б.* Образы власти в постсоветской России. М.: Изд-во МГУ, 2004.
13. *Климова С.Г., Якушева Т.В.* Образы политиков в представлениях россиян // ПОЛИС. 2000. № 6. С. 66–81.
14. *Климова С.Г.* Возможности методики неоконченных предложений для изучения социальной идентификации // Социальная идентификация личности. М.: ИС РАН, 1993. С. 69–83.
15. Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «не своих» групп и сообществ (1999–2002 гг.): Мастер-класс профессора В.А. Ядова: Методологический практикум для студентов-социологов. М., 2004.
16. *Татарова Г.Г.* Основы типологического анализа в социологическом исследовании. М.: Новый учебник, 2004.