

УДК 316.1

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. М. ЕВЕЛЬКИН¹⁾

¹⁾Академия национальной безопасности Республики Беларусь,
ул. Зм. Бядули, 2, 220032, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Отмечается, что социологические исследования представляют собой эффективный способ познания реальности. Они дают возможность специалисту в любой сфере деятельности оценить социальные последствия своих действий и сократить вероятность ошибки. Рассматриваются вопросы подготовки и психологического наполнения процесса социологического исследования. Проводится анализ представлений о возможностях социологической науки в использовании психологических приемов для совершенствования процессов интервьюирования и анкетного опроса за счет предварительной психологической подготовки и инструктажа анкетеров. Акцентируется внимание на психологических механизмах поведения интервьюера в процессе взаимодействия с опрашиваемым лицом, а также на психологических основах реагирования респондента на контакт с социологом и его стремления получить информацию по конкретной проблеме.

Ключевые слова: личность; анкетер; интервьюер; респондент; опрос; коммуникация; психологические механизмы; поведение; профессиональная психологическая подготовка и готовность социолога к полевым исследованиям.

THE PSYCHOLOGICAL COMPONENT OF SOCIOLOGICAL RESEARCH

G. M. EVELKIN^{a)}

^{a)}National Security Academy of the Republic of Belarus,
2 Zm. Biaduli Street, Minsk 220032, Belarus

Abstract. It is noted that sociological research is an effective way of understanding reality. It provides an opportunity for a specialist in any field of activity to assess the social consequences of their actions and reduce the likelihood of error. The issues of preparation and psychological content of the process of sociological research are considered. The analysis of ideas about the possibilities of sociological science in the use of psychological techniques to improve the processes of interviewing and questionnaire survey through preliminary psychological training and briefing of questionnaires is carried out. Attention is focused on the psychological mechanisms of the interviewer's behaviour in the process of interaction with the interviewee, as well as on the psychological basis of the respondent's response to contact with the sociologist and his desire to obtain information on a specific problem.

Keywords: personality; questionnaire; interviewer; respondent; survey; communication; psychological mechanisms; behaviour; professional psychological training and readiness of a sociologist for field research.

Образец цитирования:

Евелькин ГМ. Психологический компонент социологического исследования. Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2024;3:22–28.
EDN: WLLRMS

For citation:

Evelkin GM. The psychological component of sociological research. Journal of the Belarusian State University. Sociology. 2024;3:22–28. Russian.
EDN: WLLRMS

Автор:

Георгий Михайлович Евелькин – доктор социологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник.

Author:

Georgiy M. Evelkin, doctor of science (sociology), full professor; leading researcher.

Введение

Социологический опрос выступает инструментом сбора информации о социальных процессах и явлениях. Существуют два вида опроса: анкетный опрос и интервью. Каждый из них имеет свои разновидности¹.

С помощью социологических исследований можно выявить причины тех или иных явлений и процессов и способствовать решению ряда проблем человеческой жизни. При этом самой распространенной техникой исследований является массовый опрос. В социологии до 90 % получаемой информации приходится именно на этот метод.

Как отмечает А. Б. Зиотдинова, в настоящее время метод опроса является наиболее популярным и приоритетным по сравнению с другими методами социологических исследований в силу того, что он позволяет получить объективную информацию в короткие сроки [1].

В социологической науке главной функцией опроса является проверка гипотез о характере связей между некоторыми переменными. Однако проблема состоит не в проведении опроса, а в получении качественных данных. Для этого необходимы наличие определенных условий и соблюдение ряда требований. В числе проблем метода можно назвать недобросовестность респондентов и их уход от ответов.

В рамках своего докторского диссертационного исследования А. Ю. Мягков акцентирует внимание на том, что в процессе социологических опросов специалисты часто сталкиваются с недостаточной искренностью со стороны респондентов. Искажения в ответах отдельных опрашиваемых могут достигать значений, которые способны повлечь серьезные нарушения достоверности итоговых результатов. Искренность респондентов необходимо контролировать не только по основным, но и по социально-демографическим аспектам исследования. При этом метод «запечатанного буклета», по мнению автора, обеспечивает более достоверные сведения о девиантном поведении респондентов, чем обычное персональное интервью. Наибольшую эффективность этот метод демонстрирует при изучении особо чувствительной проблематики, касающейся, например, сексуального опыта [2].

Интервью является одним из главных методов сбора данных, основанных на непосредственном или опосредованном социально-психологическом взаимодействии исследователя и респондента (респондентов). Достоинством интервью является непрерывный живой контакт интервьюера и опрашиваемого, что позволяет быстро получить большое количество информации и всесторонне, хотя и поверхностно, осветить объект экспертизы.

Среди недостатков интервью следует назвать возможность сильного влияния интервьюера на ответы респондентов, отсутствие времени для глубокого

продумывания ответов, высокие требования к интервьюеру, а также большую продолжительность времени, расходуемого на проведение полевых работ.

Интервьюер должен хорошо знать анализируемую проблему, уметь четко формулировать вопросы, создавать непринужденную обстановку, правильно интерпретировать паузы, уклонения и умолчания. В силу этих требований подготовка интервьюера к опросу заключается в основном в разработке цели интервью и подготовке главных вопросов, суть которых должна быть записана (их окончательное формулирование может быть произведено и в ходе интервью).

Рассматривая сравнительную эффективность анкетного опроса и интервью, обратим внимание на публикацию И. В. Чеховского, посвященную интервью как методу получения информации. Автор отмечает, что жестко формализованное интервью подразумевает четкую стандартизацию и структурированность процедуры интервьюирования, что достигается путем использования закрытых вопросов и доскональной разработки инструкции для интервьюера, четко регламентирующей его поведение (в части установления контакта с респондентом, последовательности вопросов и оглашения вариантов ответов к ним). Все эти нюансы отражены в опросном листе, с которым работает интервьюер. В рамках таких опросов особое внимание уделено роли интервьюера и его взаимодействию с респондентом. Подобный подход незаменим при проведении массовых опросов (классическая разновидность формализованного интервью), в которых принимает участие большое количество респондентов [3]. При этом любое интервью основано на обмене взглядами, сведениями и фактами между интервьюерами и респондентами.

Важен и уровень подготовки интервьюера. С. Квале отмечает, что «открытость и гибкость интервью, множество решений, принимаемых непосредственно на месте (например, следовать ли появившимся в процессе интервью новым возможностям или придерживаться намеченной схемы интервью), предъявляют очень строгие требования к подготовке и компетентности интервьюера» [4, с. 90].

По мнению А. Готлиб, интервью входит в тройку универсальных методов сбора социологической информации, к которым относятся также анализ и наблюдение. С этим утверждением нельзя не согласиться. Если взять любую методику, используемую социологами-практиками для получения эмпирических данных, то при подробном рассмотрении окажется, что в ее основе лежит один из трех указанных методов. Более того, их универсальность обусловлена еще и тем, что они применяются в разных модификациях и в классическом, и в качественном социологическом исследовании [5, с. 203].

¹Игебаева Ф. А. Социология : учеб. пособие. М. : Инфра-м, 2012. 236 с.

По словам Б. В. Мамонт, каждое интервью – это уникальный, не имеющий аналогов акт коммуникации, а каждый собеседник – это индивидуальность, влияющая на оригинальный контекст разговора и требующая особого подхода [6]. Особое внимание автор обращает на то, что вопросы, задаваемые интервьюером, имеют широкий круг дополнительных функций, обусловленных содержанием беседы, а также ситуационными и субъективно-личностными факторами.

Специфика метода интервью заключается в том, что исследование социальной реальности осуществляется личностью опрашиваемого не прямо, а опосредованно. С точки зрения интервьюера, респондент является включенным наблюдателем или первичным исследователем, изучившим и осмыслившим (нередко с удивительной глубиной и точностью) ту социальную действительность, с которой он находился в непосредственном контакте определенное время. Получение и фиксация добытого таким образом знания являются главными целями интервьюера [7]. Успех проведения интервью во многом зависит от спонтанности ответов опрашиваемого. По мнению Э. А. Чамоковой и В. Ф. Чесноковой, спонтанность выражается в том, что респондент, не побуждаемый вопросами интервьюера, дает длинные и связные тексты ответов, позволяющие восстановить логику его рассуждения и связи между элементами представлений. Показателями нарушения спонтанности являются короткие, не связанные друг с другом формулировки ответов, паузы, появляющиеся в беседе, ответы-междометия [8]. В силу этих обстоятельств

повышение достоверности информации может быть достигнуто путем строгого соблюдения методико-процедурных и коммуникативно-психологических требований к организации и проведению интервью.

Как отмечает И. Ф. Зайнетдинова, анализ социально-психологической и социологической литературы по обозначенной теме позволяет сделать вывод о том, что основное внимание исследователей сосредоточено на следующих задачах:

- установлении и поддержании доверительной атмосферы на протяжении всего собеседования;
- мотивировании опрашиваемых на ответы;
- предоставлении интервьюером обратной связи;
- минимизации влияния присутствия интервьюера на качество получаемой информации [9].

Следует понимать, что участниками коммуникации в ходе социологического интервью являются и респондент, и интервьюер. В силу этого обстоятельства проблемы метода могут быть связаны как с личностью респондента, так и с личностью интервьюера. Одна из основных трудностей, которая возникает у интервьюера, состоит в том, что респондент часто не осознает границ своей компетентности. На практике интервьюер постоянно сталкивается с тем фактом, что люди охотно рассуждают о тех вопросах, в которых они не являются компетентными. Интервьюер должен уметь различать в сознании респондента зону компетентности и зону некомпетентности. При этом необходимо помнить, что многое зависит от респондентов как от объектов процесса социологического познания.

Проблемы, связанные с личностью респондента

Важно иметь в виду, что для определенных категорий опрашиваемых лиц сам процесс опроса является стрессом, что, безусловно, накладывает определенный отпечаток на восприятие интервьюера и даваемые ответы.

В ходе исследований с применением устных опросов необходимо учитывать личностные, коммуникативные, креативные и иные возможности респондента. Нельзя забывать и об особенностях обыденного сознания людей изучаемого социального круга, а также о своеобразии самосознания респондентов. Также следует учитывать, что множество тем не будут обсуждаться в присутствии других представителей значимого для респондента социального круга. В иных же случаях, наоборот, только присутствие соговарищей может способствовать открытой позиции респондентов перед интервьюером. Как правило, проблемы, связанные как с личностью интервьюера, так и с личностью респондента, относятся к общей проблеме коммуникации между ними.

В современной социологии появилось мнение о том, что на оценку какого-либо явления конкрет-

ным индивидом влияют его прежний опыт, интересы и эмоциональные впечатления. В связи с этим И. А. Бутенко обращает внимание на важность изучения индивидуального стиля респондента, под которым подразумеваются индивидуально-психологические особенности личности, проявляющиеся в его ответах на вопросы и не имеющие непосредственного отношения к их содержанию². Однако, как отмечает И. В. Журавлёва, вербализация мыслей респондента происходит под воздействием множества факторов. К ним нужно отнести в первую очередь взаимопонимание общающихся сторон и психологические особенности вступающих в контакт людей. Редактирование респондентом своего ответа во многом зависит от характеристики того, кто проводит опрос [10].

На достоверность полученной в ходе опроса информации влияют следующие факторы:

- индивидуальные особенности анкетера (интервьюера);
- корректность задаваемых вопросов и специфика их предъявления;

²Бутенко И. А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами : учеб. пособие для вузов. М. : Высш. шк., 1989. 176 с.

- обстоятельства проведения опроса;
- искренность респондента и его доверие анкетеру (интервьюеру);
- наличие стереотипных, стандартных ответов на вопросы инструментария;
- эффект ожидаемых мнений и стремление респондента соответствовать социальным нормам;
- эпатажность и демонстративность поведения респондента.

В социологии сбором информации занимаются, как известно, анкетер (в анкетном опросе) и интервьюер (в социологическом интервью). Они должны уметь устанавливать определенный уровень отношений с респондентом. Решение этой задачи предполагает использование разных социальных ролей, имеющих соответствующее содержание и социальное звучание. Для того чтобы ролевая деятельность анкетеров (интервьюеров) была убедительной, их поведение должно быть эмоционально подкреплено. По этой причине от анкетеров (интервьюеров) высокого класса требуются определенные актерские способности. Такие роли и воплощаемые с их помощью линии поведения служат важнейшим средством решения исследовательских задач. И. В. Журавлёва отмечает большое влияние индивидуальных психологических особенностей интервьюеров на процесс формирования ответов респондентов, а также выявляет черты и характеристики, которые представляются наиболее целесообразными для отбора полевых работников при работе с помощью метода интервью [10].

На существование проблем, связанных с личностью интервьюера, указывал В. А. Ядов. Он обращал внимание на следующие возможности влияния интервьюеров на респондентов:

- эффект стереотипного восприятия респондента;
- согласование темпа и характера речи интервьюера и респондента;
- воздействие внешнего облика и манеры поведения интервьюера на восприятие и отношение к себе со стороны респондента [11, с. 281–282].

Кроме того, существуют и второстепенные возможности влияния интервьюера на ответы респондентов:

- личностные, возрастные и половые особенности интервьюера, влияющие на процесс установления контакта и общение с респондентом;
- особенности восприятия интервьюером респондента в контексте исследуемой социокультурной действительности под влиянием социальных стереотипов и собственного опыта;
- отражение субъективного восприятия действительности людьми, являющимися носителями и трансляторами определенного этноса или субкультуры.

Анкетер должен учитывать, что он выстраивает особое коммуникативное пространство во взаимо-

действии с конкретным респондентом или их группой. Вместе с тем влияние личностных особенностей интервьюера и его поведения на ответы респондентов не является однонаправленным. Способы воздействия интервьюера на вербальное поведение опрашиваемых могут различаться в зависимости от реакции респондентов на указанные факторы.

Как известно, интервью – это один из наиболее востребованных современных методов исследовательской деятельности. Интервьюеры должны обладать специальными знаниями и навыками. Им следует быть хорошо знакомыми с аудиторией опрашиваемых лиц: ее структурой, интересами, потребностями, установками и стереотипами. Интервьюеру важно представлять не только индивидуальную психологию будущего собеседника, но и психологию той группы, к которой принадлежит респондент.

Исходя из опыта российских исследований, В. А. Ядов утверждает, что индивидуальные характеристики интервьюеров (темп речи, уровень эмоциональности, импульсивность или уравновешенность) предопределяют характер и направление беседы [11, с. 282–284]. В свою очередь Э. Ноэль высказывает следующую идею: для того чтобы найти людей, обладающих нужными качествами, вместо предопросных тренингов для уже отобранных интервьюеров лучше проводить тестирование кандидатов на проведение опроса [12].

В научно-методических источниках обозначены следующие стили интервью: партнерский, элитарный и конфронтационный. Наиболее эффективным является партнерский стиль интервью, который подразумевает равноправное взаимодействие его участников.

Любое интервью подразумевает процесс восприятия и оценки собеседниками друг друга. Он начинается в момент контакта интервьюера и собеседника и происходит в течение всей беседы. При подготовке ко встрече у интервьюера складывается мнение о человеке, с которым ему предстоит беседовать (о социальной группе, к которой он принадлежит, и о возможном отношении к беседе), однако оно не должно мешать объективности восприятия опрашиваемого. Всякая предубежденность препятствует получению достоверных знаний. Чтобы предвзятость и наличие стереотипов не мешали восприятию, интервьюер должен настраивать себя на то, что реальность может не совпадать с представлением, создавшимся у него во время подготовки к беседе. Результат интервью в значительной степени зависит от взаимоотношений его участников. В связи с этим на этапе подготовки интервьюер должен обдумать, насколько охотно интервьюируемый будет сотрудничать с ним. Также интервьюеру следует проанализировать наличие в тексте интервью вопросов или тем, которые вызовут раздражение или смущение интервьюируемого.

Требования к личности интервьюера

Под руководством И. В. Журавлёвой было проведено специальное психологическое исследование, целью которого являлось установление влияния психологических характеристик интервьюера на ход и результаты интервью. Объем выборки исследования составил 300 человек. И. В. Журавлёва отмечает, что на результаты интервью влияют многие личностные характеристики интервьюеров, в том числе психологические. Особое место среди них занимают общительность и внимание к собеседнику [13]. В результате исследования установлено, что наибольшим смещающим эффектом обладают только две характеристики интервьюеров: навыки социального общения и негативный опыт общения. И. В. Журавлёва утверждает, что наиболее успешны в проведении интервью активные и уверенные в себе интервьюеры, обладающие высокими навыками социального общения, умеющие прогнозировать социальное поведение. Именно такие люди способны побудить потенциального респондента к участию в опросе.

Вместе с тем не любые роли могут быть использованы конкретным интервьюером, поскольку структуру модели общения составляют по меньшей мере два участника, а также определенные речевые и поведенческие средства коммуникации. В связи с этим выделяются два слоя психологических проблем, возникающих в ходе интервью: контактный и процедурный. При этом доказано, что дружеская атмосфера больше влияет на результат контакта, чем само содержание вопросов. Однако прогнозировать полную совместимость участников общения невозможно. Необходимо обращать внимание на ряд факторов, влияющих на эффективность интервью: половозрастные различия, личностные характеристики, совместимость темпераментов участников встречи.

Проблема коммуникации и предъявления информации

Любую информацию респондент предъявляет специально для интервьюера. Присутствие исследователя, особенно если его цели явны, формирует пространство диалога между интервьюером и респондентом. В связи с этим проблемой является достоверность предъявляемой информации. Существует перечень тем, которые являются запретными для постороннего человека. В основном это касается особенностей трансляции тех или иных знаний или социокультурных норм, регламентирующих возможности сообщить другому человеку сведения, которые касаются семейных взаимоотношений и личных переживаний. Кроме того, в сознании респондента могут присут-

ствовать нормативы, накладывающие ограничение на обнаружение собственной позиции по какому-либо вопросу.

Для интервьюера важны такие качества, как доброжелательность, аналитичность, хорошая память, внимание, наблюдательность, богатое воображение, контролируемая впечатлительность, собранность, настойчивость, общительность, находчивость. Из четырех классических типов темперамента для эффективной работы с персоналом предпочтительными являются сангвиники и холерики.

Идеального интервьюера, по мнению Э. Ноэль, можно охарактеризовать следующим образом: «Он должен выглядеть здоровым, спокойным, уверенным, внушать доверие, быть искренним, веселым, проявлять интерес к беседе, быть опрятно одетым, ухоженным» [12, с. 176].

На эффективность взаимодействия интервьюера и респондента влияют индивидуальные приемы общения. Эффективность процесса интервьюирования во многом зависит от мотивации респондента. Поэтому интервьюер должен изыскивать разнообразные стимулы для налаживания контакта с опрашиваемым лицом.

К факторам эффективности интервьюирования относятся место, время и продолжительность его проведения. Беседу лучше всего организовать в небольшом помещении, причем наедине, поскольку присутствие посторонних людей может нарушить доверительность общения. Использование профессиональных приемов (темпа речи, стиль беседы, психологические приемы стимулирования участия респондента и др.) также имеют большое значение для проведения эффективного интервью. Учет индивидуального темпа и стиля речи респондента позволяет интервьюеру снизить возможную напряженность в ходе беседы. Типичной ошибкой интервьюера является навязывание респонденту определенного темпа и стиля общения.

Психологическая подготовка интервьюера

Качество получаемой с помощью опроса информации во многом определяется эффективностью работы интервьюера, что обуславливает важность его

психологической подготовки. Чем меньше ошибок допускает интервьюер, чем большим багажом знаний и умений он обладает, тем выше достоверность

результатов опроса³. Психологическая подготовка респондента включает в себя не только инструктаж, но и проведение тренировочных интервью, просмотр и разбор соответствующих видеозаписей, организацию встреч по обмену опытом и т. д. К сожалению, при обучении интервьюеров социологи делают акцент в основном на проблемах реализации выборки, стиле общения с респондентом, общих рекомендациях по ведению интервью и т. д. Что же касается обучения интервьюеров невербальному взаимодействию с респондентами, то оно практически полностью отсутствует.

В последнее десятилетие невербальные аспекты общения индивидов активно освещаются в широком междисциплинарном контексте, о чем свидетельствует издание большого количества учебных и практических пособий, самоучителей по невербальному общению, словарей жестов для психотерапевтов, журналистов и маркетологов в целях повышения эффективности их деятельности. Социологи же, недооценивая потенциал невербальных средств общения и не акцентируя внимания интервьюеров на невербальном взаимодействии с респондентом, упускают существенные возможности повышения эффективности интервью. Во-первых, с помощью невербальных сигналов человек передает в несколько раз больше информации, чем с помощью вербальных средств, причем на язык тела (позы, мимика, жесты) приходится более половины всего информационного потока. Во-вторых, в невербальной коммуникации участвуют одновременно несколько органов чувств: зрение, слух, обоняние и осязание. При вербальном же общении используется только слух. В-третьих, невербальное поведение является связанным с подсознанием человека, имеет произвольный характер и плохо поддается контролю, вследствие чего оно является более правдивым, чем вербальный язык, и раскрывает истинные помыслы говорящего. В-четвертых, невербальный язык не только сопут-

ствует речевой коммуникации, но и в ряде случаев существенно корректирует ее смысл.

Установлено, что интервьюер, обладающий психологическими знаниями, лучше рефлексировывает невербальные аспекты взаимодействия в интервью, точнее описывает невербальные индикаторы психологического состояния респондента и использует более разнообразные невербальные приемы, чем интервьюер, не имеющий таких знаний. В силу этого традиционные методы подготовки интервьюеров необходимо дополнять специализированными методиками, позволяющими обучить интервьюеров приемам невербального взаимодействия с респондентами. Самостоятельное освоение интервьюерами соответствующих знаний и навыков связано с большим количеством проб и ошибок.

Предпочтительными формами подготовки интервьюеров следует считать проведение встреч интервьюеров по обмену опытом, а также организацию для них психологических игр и тренингов, в ходе которых устраняются психологические зажимы и доводятся до автоматизма навыки по использованию невербальных приемов и отслеживанию невербальных сигналов респондента.

Сегодня систематизация подготовки лиц, участвующих в проведении социологических исследований, обретает все большую актуальность. Необходимо разработать специальную программу по обучению интервьюеров, которая будет включать не только традиционный инструктаж, но и лекции, просмотр и разбор видеозаписей интервью, встречи по обмену опытом, а также другие мероприятия, позволяющие интервьюерам познакомиться с основами невербального взаимодействия. Для эффективного проведения интервью наличие у интервьюеров определенных знаний является недостаточным, поэтому пристальное внимание следует уделить проведению специальных психологических игр и тренингов⁴.

Заключение

Таким образом, сегодня все больше теоретиков и практиков – специалистов в системе социальных процессов – начинают осознавать, что всестороннее знание психологии способствует повышению эффективности управления, решению кадровых вопросов, позволяет улучшить понимание причин-

но-следственных связей во всех социальных процессах. В настоящее время наблюдается процесс дифференциации социологических, психологических и социально-психологических наук. При этом специалисты приходят к выводу о том, что эти науки имеют глубокую и всестороннюю взаимосвязь.

Библиографические ссылки

1. Зиотдинова АБ. Метод опроса в социологическом исследовании. *Экономика и социум*. 2016;2(21):357–360.
2. Мягков АЮ. «Запечатанный буклет»: альтернативный метод сбора данных по сенситивной проблематике. *Социологический журнал*. 2001;4:16–31.

³Матовская А. В. Особенности невербального взаимодействия интервьюера и респондента в социологическом интервью : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.01. М. : Ин-т социологии РАН, 2006. 24 с.

⁴Там же.

3. Чеховский ИВ. Интервью как способ получения информации в качественной стратегии исследовательского поиска. *Вестник РУДН. Серия: Социология*. 2009;4:20–25.
4. Квале С. *Исследовательское интервью*. Миронова МР, переводчик; Леонтьев ДА, редактор. Москва: Смысл; 2003. 301 с.
5. Готлиб АС. *Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты*. Самара: Универс-групп; 2004. 447 с.
6. Мамонт ВВ. Функционально психологический аспект вопросной составляющей в рамках ведения интервью. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2, Филология и искусствоведение*. 2008;3:88–90.
7. Белановский СА. Свободное интервью как метод социологического исследования. *Социология: методология, методы, математическое моделирование*. 1991;2:5–19.
8. Чамокова ЭА, Чеснокова ВФ. Фокусированное интервью в исследовании восприятия искусства. В: Кудрина ТА, редактор. *Экспертные оценки и восприятие искусства*. Москва: НИИ культуры Министерства культуры РСФСР; 1977. с. 64–66.
9. Зайнетдинова ИФ. Социально-психологические проблемы интервью найма. *Психологический вестник Уральского государственного университета*. 2003;4:109–117.
10. Журавлёва ИВ. Психологические характеристики интервьюеров и вербальное поведение респондентов. *Вестник ИГЭУ*. 2006;1:74–78.
11. Ядов ВА. *Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности*. Москва: Добросвет; 2000. 596 с.
12. Ноэль Э. *Массовые опросы: введение в методику демокопии*. Мансуров НС, редактор. Москва: Ава-эстра; 1993. 272 с.
13. Журавлёва ИВ. Особенности интервью как разновидности метода опроса. В: Андреенков ВГ, Маслова ОМ, редакторы. *Методы сбора информации в социологических исследованиях. Книга 1, Социологический опрос*. Москва: Наука; 1990. с. 125–149.

References

1. Ziotdinova AB. [Method of survey in sociological research]. *Ekonomika i sotsium*. 2016;2(21):357–360. Russian.
2. Myagkov AYU. «Sealed booklet»: the using of sensitive questions in survey research. *Sotsiologicheskii zhurnal*. 2001;4:16–31. Russian.
3. Chekhovskii IV. Interview as a tool to obtain information in qualitative research strategy. *RUDN Journal of Sociology*. 2009;4:20–25. Russian.
4. Kvale S. *Issledovatel'skoe interv'yū* [Research interview]. Mironova MR, translator; Leont'ev DA, editor. Moscow: Smysl; 2003. 301 p. Russian.
5. Gotlib AS. *Kachestvennoe sotsiologicheskoe issledovanie: poznavatel'nye i ekzistentsial'nye gorizonty* [Qualitative sociological research: cognitive and existential horizons]. Samara: Univers-grupp; 2004. 447 p. Russian.
6. Mamont BV. [Functional psychological aspect of the question component in the framework of conducting interviews]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2, Filologiya i iskusstvovedenie*. 2008;3:88–90. Russian.
7. Belanovskii SA. [Free interview as a method of sociological research]. *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling*. 1991;2:5–19. Russian.
8. Chamokova EA, Chesnokova VF. [Focused interview in the study of art perception]. In: Kudrina TA, editor. *Ekspertnye otsenki i vospriyatie iskusstva* [Expert assessments and perception of art]. Moscow: NII kul'tury Ministerstva kul'tury RSFSR; 1977. p. 64–66. Russian.
9. Zainetdinova IF. [Socio-psychological problems of interviewing hiring]. *Psikhologicheskii vestnik Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. 2003;4:109–117. Russian.
10. Zhuravlyova IV. Interviewers' psychological description and respondents' verbal behaviour. *Bulletin ISPEU*. 2006;1:74–78. Russian.
11. Yadov VA. *Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Opisaniye, ob'yasneniye, ponimaniye sotsial'noi real'nosti* [Strategy of sociological research. Description, explanation, understanding of social reality]. Moscow: Dobrosvet; 2000. 596 p. Russian.
12. Noel E. *Massovye oprosy: vvedeniye v metodiku demoskopii* [Mass surveys: introduction to the methodology of demoscropy]. Mansurov NS, editor. Moscow: Ava-estra; 1993. 272 p. Russian.
13. Zhuravlyova IV. [Features of interviews as varieties of the survey method]. In: Andreenkov VG, Maslova OM, editors. *Metody sbora informatsii v sotsiologicheskikh issledovaniyakh. Kniga 1, Sotsiologicheskii opros* [Methods of collecting information in sociological research. Book 1, Sociological survey]. Moscow: Nauka, 1990. p. 125–149. Russian.

Статья поступила в редколлегию 09.03.2024.
Received by editorial board 09.03.2024.