

## КОНЦЕПЦІЯ ЗАПИТАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗАПИТАЛЬНИКА

**Abstract.** The author considers the main aspects of questions in a sociological questionnaire, such as their basic syntactic, semantic, and pragmatic characteristics, and draws conclusion that the question's conception in a sociological questionnaire for sociologists must be based on the comprehension of its specific logic nature.

Сьогодні в дослідників, науковців не лишилось сумнівів з приводу того, що зміст і форма запитань (звісно, відмінності в ступені впливу цих факторів на респондентів неминучі) можуть призводити до змішень, що формулювання запитання відіграє виключно важливу роль у забезпеченні достовірності даних соціологічного дослідження. Більш того, часто навіть пересічна особа може засвідчити, що формулювання запитання може впливати на зміст і характер відповідей, а отже й на те, чи отримані результати дослідження будуть високоякісними.

Справді, більшість досліджень підтверджують, що найбільш значущим у методологічному відношенні в опитуванні є формулювання запитання. Завдяки йому респондент має зрозуміти, що мова йде саме про отримання інформації, а не про вияв емоцій чи інший тип комунікації. Навіть незначні зміни формулювання можуть кардинально змінити смисл запитання, однак, водночас, значні зміни формулювання можуть лише поверхово відбитися на ньому. Це проілюстрував Д. Рагг у своїх ранніх експериментах [1, с. 23]. Тому особливої уваги заслуговує розгляд проблем, пов'язаних з конструкцією запитання. Аби цей розгляд був обґрунтованим і продуктивним, необхідне концептуальне бачення запитання в соціології. Водночас, концепція запитання, чи то відповідь на запитання про запитання, не можуть бути реалізовані в соціології без залучення основних законів еротетичної логіки, що підтверджує розгляд проблем логічної структури запитання та її конкретизація в межах соціології.

У найбільш відомих у соціології концепціях запитання Я. Лютинського питання розглядається в залежності, так би мовити, від його статусної позиції [2]. Однак більш доцільним видається все ж розробка бачення запитання як самостійної структури, що водночас є елементом будови „запитання-відповідь” та включена до процесу опитування (анкетування, інтерв'ю). Перш за все, наскрізним має бути розуміння того, що запитання має логічну природу, що пояснюється та обґрунтовується вивченням історії виникнення та розвитку

досліджень запитання. Також, варто ще раз окреслити, що в соціології запитання фактично є оціночним судженням. Структура такого судження передбачає розкриття синтаксичних, семантичних та прагматичних аспектів запитання. Тут варто підкреслити, що синтаксис „відповідає” за форму запитання, семантика – за змістовну частину запитання, а за комунікативну ситуацію з урахуванням практично-конкретних особливостей структури „запитання-відповідь” відповідальною є прагматика.

Метою даної статті є запропонувати концептуальне бачення запитання соціологічного запитальника. Завдання, які необхідно розв’язати для досягнення мети: (1) розглянути основні аспекти запитань соціологічного запитальника; (2) окреслити основні особливості синтаксису, семантики та прагматики запитань соціологічного запитальника; (3) на основі концептуального бачення дати визначення запитання.

Вихідним пунктом побудови концептуального бачення запитання має бути розгляд його синтаксису. Синтаксична та граматична правильність побудови запитання є надзвичайно важливою. Оскільки, фактично, найменша граматична чи синтаксична помилка можуть призвести до викривлення смислу запитання. Спробою виробити еротетичний синтаксис є теорія „запитальних розширень” Т. Кубінського. У теорії „запитальних розширень” надзвичайно важливу роль відіграє вираз „*x* є стверджувальною (заперечною) відповіддю на запитання *a* на основі множини передумов *y*”, який дозволяє досліджувати різноманітні властивості мови запитань і відповідей. Зокрема, формалізується поняття прямої відповіді, досліджується зв’язок логіки запитань з вирахованням висловлювань, а також розглядається можливість вираховання запитальних функторів.

Одним з найважливіших моментів, що вимагає з’ясування, коли мова йде про синтаксис запитань, є з’ясування співвідношення між запитанням і мовними засобами його передачі, в першу чергу – з’ясування співвідношення між запитанням і запитальним реченням. Особливу увагу даному питанню приділяє, зокрема, В. Ф. Берков [3]. При розгляді співвідношення запитання і запитального речення наголос робиться на більш загальній проблемі взаємовідношення логічних і комунікативних функцій граматичних категорій. Історія мовознавства й логіки свідчить про те, що при розгляді даної проблеми допускався як розрив комунікативного та логічного знання, так і їх просте ототожнення. Справа в тому, що було б неправильним вважати, що оповідним реченням обов’язково виражається судження, а запитальним – питання. Розуміння цього є важливим для соціолога-дослідника, оскільки значна частина запитань соціологічних запитальників мають таку форму, як, наприклад:

**63. Головна проблема сьогодні полягає у тому, що люди багато говорять і мало працюють.<sup>1</sup>**

Згодні

Не згодні

Не знаю

---

<sup>1</sup> Приклад запитання взятий з [4].

Тобто, коли, фактично, запитання є звичайним реченням (судженням), а елементи що відповідають за запитальність, не використовуються. Так, наведене запитання могло б мати вигляд: „Чи згодні Ви з тим, що...?”. Також характерною для соціологічної анкети є сукупна структура запитання, що складається з двох частин: речення-судження та власне запитання. Наприклад:

**284. У 2005 році в Україні розпочнеться купівля-продаж землі сільськогосподарського призначення. Як Ви вважаєте, чи слід цю землю продавати/купувати?<sup>2</sup>**

Вважаю, що землю слід продавати/купувати

Вважаю, що землю не слід продавати/купувати

Важко сказати

Справа в тому, що в запитальних реченнях можуть міститися і перетинатися численні значення, які знаходяться в нескінченному ряду між запитанням і судженням. Існують запитальні речення, в яких виражається знання, максимально наближене до достовірності. Такі типи речень, як інфінітивні зворотно-запитальні, в українській мові виражають, швидше, твердження (заперечення), ніж запитання, а в риторичних запитальних реченнях запитання немає взагалі, запитальною лишається лише форма. Мовознавство зафіксувало основні лексичні, фонетичні, семантичні та граматичні ознаки запитальних речень. Дані цієї науки свідчать про те, що запитальні речення мають такі формальні ознаки, за якими їх можна вирізнити: самостійні та службові запитальні слова, характерна послідовність слів, особлива запитальна інтонація, особливий смисловий центр, за допомогою якого підкреслюється зазвичай те, що цікавить того, хто запитує. В українській мові запитальні речення відрізняються наявністю запитальних займенників і прислівників *хто? який? чий? котрий? як? куди? звідки? чому? коли? скільки?* і т. д., запитальних часток *чи? хіба? невже?*, зміненим порядком слів, специфічною висхідною, низхідною або висхідно-низхідною інтонацією. Остання ознака є необхідною для будь-якого запитального речення, тоді як інші ознаки можуть не бути наявними. Різноманітні типи інтонації, яка є більш загальним фактором, з яким пов'язана багатоманітність запитальних речень, виконують специфічні комунікативні функції. При цьому потрібно мати на увазі, що як не будь-яке запитальне речення містить в собі запитання, так і не будь-яка інтонація, що зустрічається в запитальних реченнях, є запитальною інформацією. Вона може бути інтонацією веління, наказу, прохання і т. д. Інтонація запитання відрізняється своєю специфічною структурою.

Багатофункціональність такої запитальної категорії, як запитальне речення, вимагає з'ясування, в якому випадку комунікативна функція діє максимально інтенсивно, тобто коли логічне і комунікативне значення збігаються – це і є той самий випадок, коли запитальне речення повідомляє саме питання, а не щось інше. Таке запитальне речення потрібно, певно, розуміти як чисте запитання, тобто вимогу вилучити невизначеність в думці. Зрозуміло, що таким вимогам не можуть відповідати риторичні запитальні речення. Вони не містять запити щодо

<sup>2</sup> Приклад запитання взятий з [4].

невідомого і не вимагають відповіді. Відповідь міститься у самому реченні, або ж вона зрозуміла з усього контексту. Не задовольняють вищезазначені вимоги також і запитальні речення з частками *хіба, невже*. Такі речення більшою мірою, ніж інші, несуть у собі модальний момент, одним із засобів вираження якого є ці запитальні частки. Серед запитальних речень без займенника такими, що найбільше відповідають значенню запитання, є речення, які вирізняє специфічна запитальна інтонація, а також речення з часткою *чи*.

Отже, можна зробити висновок, що запитання можна виразити різними мовними засобами і особливо актуальним це твердження є щодо соціологічного запитальника. „Чисте” запитання найбільш повно передається запитальними реченнями з висхідною інтонацією. Усі інші запитальні речення виконують додаткове логічне навантаження. Їх зміст більшою чи меншою мірою відрізняється від „чистих” запитань. У них віддається перевага якомусь іншому змісту думок.

Але, навіть за умови граматичної та синтаксичної правильності запитання, його семантичні та прагматичні особливості можуть суттєво вплинути на сприйняття даної опитувальної структури респондентами. У даному ракурсі значну увагу природі запитань приділяє Ф. Лімантов. Він зазначає, що запитання може бути охарактеризоване, перш за все, у його відношенні до означуваного предмета (сигматичний або денотативний аспект). У семантичному аспекті (сигніфікативному) він виявляє себе як певна мисленнева форма. У синтаксичному аспекті важливі відношення запитальних текстів до інших виразів даної знакової системи, а аспект прагматичний має стосуватись позамовних реакцій, які викликаються запитальними текстами, відношення запитань до їх відправників та адресатів. Мисленневий еквівалент запитання – це пропозиційна функція, вираз, що містить змінні величини [5, с. 62]. А Х. Каррі запитання називає визначеним, якщо на нього можна відповісти стверджувально або негативно й існує ефективний процес<sup>3</sup> для знаходження такої відповіді.

Для запитання соціологічної анкети надзвичайно вагомим є семантична однозначність. Оскільки, фактично, будь-яке слово являє собою відкриту метафору, про що вже йшлося вище, соціолог має розуміти усю складність змістовного навантаження, яке може мати будь-який термін, що використовується в конструкції запитання. Наприклад, запитання:

**d28. Чи вистачає Вам здоров'я?<sup>4</sup>**

Не вистачає

Важко сказати

Вистачає

Не цікавить

Дане запитання є прикладом як синтаксичної, так і семантичної некоректності. Зміст дієслова „вистачає” передбачає, що наявне щось чого

<sup>3</sup> Ефективний процес – поняття використовується в американській логічній літературі. Визначається приписом, що окреслює послідовність перетворень, які потрібно застосувати одне за одним до кожного елемента якоїсь даної операції.

<sup>4</sup> Приклад запитання взятий з [4; 616].

достатньо для чогось. Тобто, в принципі, дане запитання могло б мати таку конструкцію за умови наявності в ньому уточнення. Наприклад: „Чи вистачає Вам здоров'я для інтенсивних занять спортом?“. Хоча, навіть у такій конструкції, терміни „вистачає“ та „здоров'я“ є синтаксично та семантично несумісними. Альтернатива „Не цікавить“ взагалі є відповіддю на абсолютно інше запитання і до наведеного як приклад фактично не має жодного відношення.

Також приклади семантичної неграмотності часто пов'язані з тим, що в соціологічних запитальниках використовуються запозичення з буденної мови. Однак дослідники випускають з уваги, що розмовні форми використовуються в певному контексті під час буденного спілкування. Тобто такі вирази, як, наприклад, „зводити кінці з кінцями“<sup>5</sup>, мають настільки широкий змістовний діапазон, що їх застосування з науковими цілями є надто суперечливим. Більш того, можна, навіть, стверджувати, що використання подібних мовних виразів неможливе в таких наукових документах, як, зокрема, анкета. Зміст кожного поняття, що використовується в конструкції запитання, має бути зваженим, чітким, однозначним, зрозумілим широкому загалу. Інакше просто неможливо стверджувати про адекватність відповідей та в цілому про точність інформації, яку соціологи отримують від респондентів.

Саме маніпуляції зі змістом термінів та відповідним конструюванням запитань найчастіше дозволяють вести мову про сугестивні запитання<sup>6</sup>, наприклад. У західній традиції мова йде про запитання з доважком<sup>7</sup> та „двоствольні“ запитання<sup>8</sup> [7]. Проблема застосування подібних запитань піднімається у більшості випадків під час виборчих кампаній в різних країнах [8; 9]. Деякі партії, навіть, розробляють спеціалізовані методики опитування, анкети на період виборів [10]. Однак, для того, аби зробити коректні висновки щодо запитальників, до яких висуваються обвинувачення щодо використання в них подібних запитань, необхідно розрізнити поняття фальсифікації, спекуляції та маніпуляції соціологічними даними [11].

Загалом конструювання запитання для соціологічного запитальника має наскрізно спиратися на висновки логіки та еротетичної логіки, зокрема, які дають тлумачення та розуміння обсягу та змісту поняття. Перш за все, мають чітко встановлюватись обсяг та зміст того поняття, що представляє в конструкції запитання ту ознаку, яка є вихідною щодо формулювання даного запитання, тобто того, про що запитується. Адже запитання у будь-якому разі виступають як невизначеність, неповнота, незавершеність думки, як відображення руху

<sup>5</sup> Приклад запитання, що містить даний вираз, описано нижче.

<sup>6</sup> Сугестивне запитання – це запитання, асерторична частина якого передбачає зміст відповіді. Таким чином респондент спонукається до певної відповіді, яка, в силу цього, знецінюється в дослідницькому відношенні, містить мінімум можливої нової інформації. Процедура опитування на основі такого роду запитань втрачає сенс, що свідчить про ненадійність цих запитань [6, с. 79].

<sup>7</sup> Запитання з доважком – форма приєднаного запитання, що стосується одного об'єкта настанов. Респондента просять вказати міру своєї згоди чи незгоди з твердженням, яке міститься у запитанні. Відповідь розташовується на одномірній шкалі, але в процесі комунікації створюється новий об'єкт як частина основної відповіді.

<sup>8</sup> „Двоствольне“ запитання, тобто запитання, що містить два різні предмети обговорення. У такому випадку респондент змушений відповідати відразу на два запитання, навіть якщо його думки щодо них розходяться. Фактично мова йде про предикативну неоднозначність.

думки від незнання до знання, від знання менш повного до знання більш повного та точного. І наявність невідомого є обов'язковою умовою існування запитання в цілому. Потрібно підкреслити, що в еротетичній логіці розуміння вагомості чіткого окреслення змісту та обсягу понять посідає чільне місце в працях багатьох авторів. Наприклад, Р. Інгарден досліджував і розробляв вимоги, виконання яких необхідне для правильної постановки запитань. На його думку, такими вимогами є: а) поняття, які визначають відоме в запитанні, повинні бути об'єктивними; б) поняття, які визначають відоме в запитанні, повинні бути підібрані й складені так, щоб запитання передбачало виключно існуючий стан речей; в) слово, яке означає невідоме в запитанні, повинно бути підібране так, щоб невідоме відповідало системі понять, що визначають відоме; г) запитання має бути сформульоване однозначно [3, с. 22]. Тобто, фактично, мова йде про семантичну адекватність та коректність запитання.

Однак варто пам'ятати, що текст є соціальним об'єктом, який взаємодіє зі своєю аудиторією, і для його соціологічного аналізу виявляється недостатнім вивчення висловлювання чи повідомлення самого по собі, без врахування взаємних орієнтацій учасників комунікативного процесу і соціального контексту чи комунікативної ситуації [12]. Дослідження в межах символічного інтеракціонізму, показали, що сприйняттю індивідом смислу того чи іншого повідомлення передують розпізнавання соціального контексту, в рамках якого здійснюється комунікація. Поза соціальним контекстом (пресупозицій) окремі висловлювання чи навіть цілі тексти можуть мати неточне значення або сприйматись як нісенітниця [12]. Усе це стосується і запитань у процесі комунікації типу запитання-відповідь. Тобто буквального значення слова недостатньо, щоб відповісти на запитання. Адекватна відповідь вимагає розуміння прагматичного смислу запитання, тобто комунікативних інтенцій того, хто запитує: що саме він хоче дізнатись [13]. Фактично процес комунікації типу запитання-відповідь між дослідником-соціологом та респондентом відбувається за специфічних умов, однією з яких і є знання дослідником сфери ймовірної інформації, яка є поки що невідомою, але сам предикат або контекст предиката має бути чітко окресленим для соціолога. Розуміння того, що структура речення виражається структурою формули предиката, а смисл речення виражається функцією, яка реалізується предикатом, закладене на шляху використання аналогії між математичною і природною мовами (теорія інтелекту). При побудові семантичної нейронної сітки, зокрема, обробка тексту природної мови розділяється на операції розбору, аналізу та синтезу. Операція розбору поділяється на декілька рівнів розбору: морфологічний, синтаксичний і семантичний, що є „класичним” варіантом розбору тексту в межах декількох дисциплін. Включення цих типів аналізу до такого формалізованого процесу, як побудова лінійного дерева<sup>9</sup>, наприклад, дає змогу оцінити можливості застосування логічного аналізу різноманітних мовних структур.

Чільне місце посіли найрізноманітніші дослідження ефектів відповіді у вимірюванні феноменів свідомості, вимірюванні поведінки і т.п. в працях дослідників, які працюють в межах когнітивної теорії [1; 13]. Саме в межах

<sup>9</sup> *Лінійне дерево складається з підпрошарків нейронів. Кожний нейрон являє собою деяке елементарне поняття смислу, який обробляється. Елементарне поняття – це сукупність деяких понять і відношень між поняттями, яку можна звести до одного поняття.*

когнітивної теорії протягом багатьох десятиліть вивчався, досліджувався та описувався процес опитування, що дозволило зробити масу висновків щодо особливостей комунікації типу запитання-відповідь. Досліджуючи специфіку спілкування типу запитання-відповідь, науковці когнітивного напрямку значну увагу приділили і власне формулюванню запитання. Значна кількість висновків досліджень в межах когнітивного аналізу може бути використана для розуміння прагматики запитання: усіх внутрішніх елементів процесу комунікації типу запитання-відповідь, особливостей сприйняття різних видів та типів запитань, різноманітних впливів, які можуть здійснювати на респондента як інтерв'юер, так і опитувальний інструмент і т. ін.

Розуміння прагматики запитання передбачає усвідомлення запитання не просто як упорядкованого набору слів, а як тексту в широкому розумінні. Тобто такого, який включає в себе, по-перше, індекси соціального статусу, що характеризують як інтерв'юера, так і респондента як членів співтовариства, що належать до певного класу, етносу, статі, віку. По-друге, включає характеристики, що свідчать про його інституціональну приналежність. Тобто, наприклад, існують певні правила та особливості конструювання анкети та використання в ній відповідних термінів і т. ін. Такі правила та особливості притаманні різним видам текстів (наприклад, наукова доповідь, телевізійні новини, промова президента), і саме вони дозволяють їх ідентифікувати. Важливим є дотримання даних правил. По-третє, включає соціально обумовлені ознаки, які притаманні внаслідок приналежності тексту до конкретної ситуації спілкування (чи є це спілкування формальним чи неформальним, особистим чи безособистим, вербальним чи невербальним, чи присутні при ньому сторонні, зацікавлені свідки і т.д.).

Підводячи підсумок, необхідно зазначити, що концептуальне бачення запитання для соціолога має ґрунтуватись на розумінні специфічної логічної природи питання: структура „запитання-відповідь” як судження, що є інструментом отримання інформації, та, виходячи з цього розуміння, на чіткому уявленні про структуру конструкції „запитання-відповідь”, що включає врахування особливостей синтаксису, семантики та прагматики запитання. Також необхідно зауважити, що міркування, запропоновані вище, спираються на концептуальне бачення запитання в соціології з врахуванням усіх логічних аспектів, розроблене В.І. Воловичем [6, с. 68–91].

Саме на даному етапі логічного розвитку міркувань можна дати визначення запитання:

**Запитання** — це мовна структура висловлювання, що побудована за законами логіки, функціонує в комунікативній ситуації і в основі якої закладена ознака, що є спонукою запитальності. Дана ознака може бути безпосередньо відтворена у першій компоненті (ввідній частині) конструкції запитання, або представлена як альтернатива, або ж взагалі подана як невідоме.

Дане визначення дозволяє „узаконити”, зробити більш строгими логічні правила побудови запитання як предикатної структури, а також, що є особливо вагомим, — зробити фактично обов'язковою мініопераціоналізацію, що центрує увагу на змісті та обсязі поняття, яке є виразом невідомого, того, про що запитується, на етапі конструювання кожного окремого запитання.

1. *Садмен С., Бредбери Н., Шварц Н.* Как люди отвечают на вопросы: применение когнитивного анализа в массовых обследованиях / Пер. с англ. Д. М. Рогозина, М. В. Рассохиной; Под ред. Г. С. Батыгина. – М.: Ин-т Фонда „Общественное мнение”, 2003. – 304 с.
2. *Лютинский Я.* Вопрос как инструмент социологического исследования // Социологические исследования. – 1990. – № 1. – С. 89–98.
3. *Берков В. Ф.* Вопрос как форма мысли. – Минск, 1972. – 135 с.
4. *Українське суспільство 1994–2004. Моніторинг соціальних змін /* За ред. В. Ворони, М. Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2004. – 705 с.
5. *Лимантов Ф. С.* Лекции по логике вопросов. – Ленинград, 1975. – 112 с.
6. *Волович В. И.* Надежность информации в социологическом исследовании. – К.: Наук. думка, 1974. – 134 с.
7. *Садмен С., Бредбери Н.* Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований / Пер. с англ. А. А. Винницкой; Научн. ред. перевода Д. М. Рогозин. – М.: Ин-т Фонда „Общественное мнение”, 2002. – 382 с.
8. *Мичурин В. А., Ягодина О. А.* Социологические прогнозы и реальность // Социологические исследования. – 1992. – № 1. – С. 119–121.
9. *Растов Ю. В.* Выборы губернатора: точность социологических прогнозов // Социол. исследования. – 1997. – № 12. – С. 35–38.
10. Проведение предвыборных социологических опросов в регионах: Методы диагностики ситуации в избират. округе / Комис. ЦК КПРФ по проведению выбор. кампаний; [Сост.-разработчики: С. И. Васильцов, С. П. Обухов]. – М.: Изд-во ФГУП „Щербин.тип.”, 2003. – 43 с.
11. *Бутенко И. А.* Какого обращения заслуживают социологические данные? // Социол. исследования. – 2002. – № 1. – С. 122–130.
12. *Рябинская Н. С.* Текст и социальная структура // Социол. журнал. – 2000. – № 3–4. – <http://www.nir.ru/socio/old/scipubl/sj/sj3-4-00ryab.html> (23.03.2006)
13. *Шварц Н., Ойзерман Д.* Как задавать вопросы о поведении в оценочных исследованиях / Пер с англ. Д. М. Рогозина, О. А. Оберемко // Социол. журнал. – 2004. – № 1–2. – <http://knowledge.isras.ru/sj/sj/sj1-2-04oizer.html> (2.03.2006)