

*Л.Л. Юзва,
канд. соціол. наук*

*L.L. Yuzva,
Candidate of Sociol. Sci.*

ЗАПИТАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ АНКЕТИ: ЗАПИТАЛЬНІ ТЕХНІКИ VS.¹ СЕНСИТИВ

Зазвичай відповіді не надходять раніше від запитань. Але коли запитання поставлено вірно, зазвичай відповідь отримується негайно. Потрібна лише деяка вправність, щоб уміти прочитати.

*Людмила Улицька
„Даниель Штайн, перекладчик”, с. 368*

Abstract. The article presents the description and results of the study based on the experimentation with questioning procedures for sensitive questions. In particular, the technique of loading of a question by such an element as the important cause characterized as socially desirable.

При проведенні соціологічних досліджень в запитальниках використовуються запитання найрізноманітнішого змістовного спрямування. Формулювання кожного запитання соціологічної анкети має здійснюватися з дотриманням усіх вимог. Однак, на сьогодні незаперечним є те, що конструювання запитань, які викликають занепокоєння респондентів чи, іншими словами, – сенситивних, вимагає все ж таки додаткової особливої уваги. Подібні запитання часто доводиться формулювати при вивченні соціально бажаної поведінки респондентів, корупції, наркоманії, контрнормативної поведінки, вживання алкогольних напоїв і т.п. На жаль, дотепер не існує чітко визначених апробованих методик валідизації запитань, що стосуються подібних тем.

У західній соціології починаючи з 1940–1950-х рр. здійснювався пошук засобів стимулювання суб'єктивної анонімності задля підвищення рівня щирості у відповідях на сенситивні запитання за чотирма основними напрямками: 1) експериментування із запитальною технікою; 2) з'ясування

¹ vs. – скорочення від латинського versus, що в перекладі означає – проти.

ня ролі письмових та усних нагадувань; 3) пошук найбільш конфіденційного методу; 4) розробка спеціальних не запитальних технік [1, 112]. С. Садмен та Н. Бредберн, у свою чергу, запропонували ряд способів, які дозволяють підвищити достовірність результатів опитування за наявності в запитальнику сенситивних питань [2, 84–89]. Серед них, зокрема, такі:

- 1) використання довгих запитань;
- 2) використання знайомих слів;
- 3) залучення інформантів;
- 4) усвідомлене навантаження (ускладнення) запитання;
- 5) вибір часових рамок;
- 6) пошук відповідного контексту.

Усвідомлене навантаження запитання передбачає ряд шляхів реалізації:

- застосування прийому „Так чинить кожний”;
- початкове припущення про поведінку, запитання ставиться про частоту чи інші деталі;
- посилення на авторитет для обґрунтування поведінки;
- ненав’язлива форма запитання („Чи не доводилось Вам...”);
- поважні причини у формулюванні запитання.

Власне, експериментування із запитальною технікою (з преамбулою, формою та формулюванням запитання) тотожне навантаженню запитання. І хоча вищезазначеними авторами були запропоновані засоби підвищення достовірності результатів, однак вони не змогли зробити висновки щодо ефективності описаних способів, оскільки не було проведено відповідних експериментів [2, 87].

Метою даної статті є обґрунтувати ефективність/неефективність застосування свідомого навантаження запитання як одного із способів підвищення достовірності результатів опитування в разі наявності в запитальнику сенситивних питань. Завдання, які необхідно розв’язати для досягнення мети: 1) застосувати експериментування із запитальною технікою; 2) визначити, чи впливають використані запитальні техніки на відповіді респондентів; 3) проаналізувати, чи впливає свідоме навантаження запитання (а саме – поважні причини в запитанні) на відповіді респондентів; 4) обґрунтувати ефективність/неефективність застосування свідомого навантаження запитання на основі проведеного дослідження.

Одним із сенситивних питань можна вважати запитання щодо часу смерті людини, оскільки воно фактично є запитанням про сприйняття респондентом небезпеки. Дослідження показують, що на запитання щодо того, чи хотів би респондент знати, коли він помре, 96% дають негативну

відповідь. Тобто дане запитання є не лише сенситивним, а й складним у широкому розумінні цього поняття.

Для розв'язання сформульованих вище завдань необхідне проведення відповідного дослідження. Було сконструйовано чотири одноформатні анкети, які містили по три запитання кожна. Друге запитання в кожній з анкет було присвячене темі смерті респондента. Усі формулювання даних запитань різнилися між собою: були наявні чотири різні формулювання в чотирьох різних анкетах. Перше і останнє запитання кожної з анкет були нейтральними, їх тематика була не проблемною і ненавантаженою. Респондентами виступили студенти 1 та 3-го курсів (усього 60 осіб, кожна анкета – по 15 осіб). Використано метод анкетування.

Запитання були сформульовані та сконструйовані таким чином:

1. В анкеті А:

A2. Чи хотіли б Ви точно знати рік, місяць, день, годину власної смерті?

1 Так

2 Ні

3 Важко відповісти²

2. В анкеті В:

B2. Чи хотіли б Ви точно знати, коли помрете, аби заздалегідь здійснити заповітні бажання?

3. В анкеті С:

C2. Чи хотіли б Ви точно знати час власної смерті?

4. В анкеті D:

D2. Чи хотіли б Ви точно знати, коли помрете, аби прожити більш продумано?

Усі запитання починаються однаково „**Чи хотіли б Ви точно знати...**”. У формулюваннях **B2** та **D2** були свідомо введені поважні причини, які виправдовують і стимулюють бажання знати час власної смерті. До того ж сам факт смерті – процесуальний, виражений поняттям „помрете”. Формулювання **A2** є найбільш „жорстким” з позиції активізації у респондента когнітивних ресурсів. Однак, з іншого боку, і **A2**, і **C2** є ненавантаженими запитаннями – в них закладене одне семантичне завдання. На відміну від формулювань **B2** та **D2** у **A2** і **C2** факт смерті окреслений як фактологічний – використовуються такі мовні конструкції, як „час смерті”, „рік, місяць, день,

² Шкала ідентична для всіх чотирьох типів формулювань.

година власної смерті”, які мають викликати у респондентів активізацію когнітивних ресурсів та спричинити посилення занепокоєння.

Враховуючи особливості застосованих запитальних технік, було висунуто кілька гіпотез:

Гіпотеза 1. На запитання **B2** та **D2** буде отримано більшу кількість позитивних відповідей („Так”) та незначну – негативних („Ні”), що свідчатиме відповідно про вплив навантаження формулювання на результати анкетування.

Гіпотеза 2. Запитання **A2** і **C2** дадуть більшу кількість негативних відповідей („Ні”).

Гіпотеза 3. Найбільша кількість негативних відповідей буде отримана на запитання **A2**.

Узагальнені результати по всіх чотирьох анкетах відображено на круговій діаграмі та в таблиці (див. рис.1 і табл.1).



Рис.1. Узагальнені результати щодо запитання № 2 за чотирма анкетами

Власне, узагальнені результати відображають загальну ситуацію, яка характерна для розподілу відповідей на запитання, що стосується часу смерті особи. Тобто, максимальна кількість відповідей належить негативному варіанту списку альтернатив („Ні”) і становить 63%. Мінімальна кількість відповідей – 15% належить альтернативі „Так”. Значним є відсоток невідповіді: альтернатива „Важко відповісти” – 22%. Але в даному випадку не можна пояснювати такий високий відсоток „ВВ”³ некоректністю формулювання [3]. Швидше, це є ще одним наслідком сенситивності та семантичної складності запитання. До того ж, можливо навіть варто визнати пряму залежність сенситивності запитання та величини показника невідповіді.

³ "ВВ" – важко відповісти.

Таблиця 1

Розподіл відповідей для запитання № 2 анкет А, В, С, D

Запитання	Альтернатива		
	Так	Ні	Важко відповісти
A2	20%	73%	7%
B2	13%	54%	33%
C2	7%	73%	20%
D2	20%	53%	27%

Результати анкетування частково підтверджують гіпотезу № 1, якщо аналізувати розподіл відповідей відносно альтернативи „Ні”. На запитання **B2** та **D2** отримано значно менший відсоток негативних відповідей (≈53%), ніж позитивних (73%) (див. рис. 2 та рис. 3). Однак, аналізуючи розподіл відповідей за позитивною альтернативою („Так”), фактично, можна заперечити усі висунуті гіпотези.



Рис. 2. Запитання B2 анкети В

Найбільша кількість позитивних відповідей була дана на запитання **A2** та **D2** – по 20% (див. рис. 3 та рис. 4). Виходячи з такого розподілу, можна зробити кілька висновків. По-перше, в конструкції **D2** навантаження, а саме введення поважної причини, як і прогнозувалось, призвело до збільшення позитивних і зменшення негативних відповідей. Фактично, це свідчить про те, що експеримент з запитальною технікою спрацював. По-друге, конструкція **A2**, яка мала б викликати активізацію когнітивних ресурсів і

значне занепокоєння респондента внаслідок часової деталізації – навантаження формулювання такими елементами, як рік, місяць і т.д., навпаки, дала високий відсоток позитивних відповідей. Такий стан справ можна трактувати як вплив часової деталізації, а більш узагальнено – вплив значного навантаження конструкції запитання в цілому.



Рис. 3. Запитання D2 анкети D



Рис. 4. Запитання A2 анкети A

Найменшу кількість позитивних відповідей та, відповідно, велику – негативних, значну – „ВВ” респонденти дали, відповідаючи на запитання **C2** (див. рис. 5). Фактично, це є прогнозованим результатом, оскільки конструкція максимально нейтральна, ненавантажена, містить у собі одне дуже чітко сформульоване семантичне завдання.



Рис. 5. Запитання С2 анкети С

Усі вищенаведені висновки можна назвати лише частковими, оскільки додаткового аналізу потребує розподіл відповідей за альтернативою „ВВ”. Конструкції **B2** та **D2**, на які було отримано значно менший відсоток негативних відповідей, водночас мають дуже високий рівень невідповіді – 33% та 27% відповідно. Щодо конструкції **B2**, то – це взагалі найвищий відсоток „ВВ” серед усіх конструкцій. Такий феномен можна пояснити тим, що якщо в конструкцію **D2** введено як навантаження поважну причину, яку семантично можна охарактеризувати як соціально схвальну („прожити більш продумано”), то навантаження „аби заздалегідь здійснити заповітні бажання” хоча і визначається як поважна причина, але стосується індивідуального рівня особистості та характеризується більшим ступенем спонукання, ніж поважності. Тобто семантичні завдання, закладені у ці дві конструкції, все ж змістовно різняться, що і відобразилось у розподілі відповідей респондентів.

Також варто зазначити, що найменший відсоток „ВВ” отримала конструкція **A2**, що свідчить про те, що жорстка часова деталізація призвела до чіткого розподілу конкретних змістовних відповідей („Так” і „Ні”).

Варто звернути особливу увагу на те, що запитання, використані в дослідженні, хоча і можна віднести до сенситивних, але в межах цього виду додатково слід підкреслити їх певну специфічність, оскільки це щонайменше: 1) питання особистісного рівня, 2) питання, що стосуються безпеки (загроза життю), 3) питання, що вимагають значної мобілізації когнітивних ресурсів (даючи відповідь на них, респондент змушений попередньо обмірковувати низку найрізноманітніших аспектів). Тому і висновки, зроблені в результаті дослідження, варто екстраполювати на запитальні техніки, використані щодо подібних запитань. Враховуючи вищезазначене, загальні висновки, які можна зробити, спираючись на отримані результати, такі:

– якщо поважна причина, використана як запитальна техніка (свідоме навантаження конструкції), носить соціально бажаний характер, то в розподілі відповідей відтворюється загальний феномен характерний для запитань щодо соціально бажаної поведінки респондентів: високий відсоток позитивних і низький – негативних відповідей;

– сенситивні запитання дають значний відсоток невідповіді – в середньому 22%⁴, що вказує на те, що, по-перше, даний вид запитань є складним для сприйняття респондентами та, по-друге, сенситивність запитання викликає значний відсоток відповідей типу „ВВ”;

– не можна однозначно стверджувати, що застосування свідомого навантаження запитання як одного зі способів підвищення достовірності результатів опитування в разі наявності в запитальнику сенситивних питань, є ефективним.

1. *Мягков А.Ю.* Статистические стратегии сенситивных измерений / А.Ю. Мягков // Социологические исследования. – 2002. – № 1. – С. 111–121.

2. *Садмен С.* Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований / С. Садмен, Н. Бредбери ; пер. с англ. А.А. Винницкой ; науч. ред. пер. Д.М. Рогозин. – М. : Ин-т Фонда „Общественное мнение”, 2002. – С. 65–96.

3. *Юзва Л.Л.* Ефективність застосування аналізу величини невідповіді як показника валідності запитання: на прикладі запитань запитальника ЄСД / Л.Л. Юзва // Вісник Харк. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. „Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи”. – Харків, 2006. – № 723. – С. 270–276.

⁴Розрахунок за формулою середнього статистичного: $X_{\text{СЕР}} \approx (7\% + 33\% + 20\% + 27\%) / 4 \approx 22\%$.