

К.Е. НОВИКОВ

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРРОГАТИВНОЙ ЛОГИКИ ПРИ ТЕСТИРОВАНИИ ОПРОСНОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ

В статье рассматриваются возможности применения методов интеррогативной логики при анализе вординга инструментария массовых опросов. Предлагается классификация вопросов, вызывающих смещение данных. Проводятся параллели между социологическими опросами и методом выяснения позиции собеседника, представленным в платоновских диалогах. Осуществляется попытка применить опыт логического анализа к вопросам, используемым современными российскими социологами в ведущих исследовательских центрах.

Ключевые слова: вопросно-ответные процедуры, интеррогативная логика, опросы, вординг, майевтика.

I

Социологическое интервью иногда описывается как диалог «двух незнакомцев», один из которых готов слушать, а другой — раскрывать душу, или делиться сокровенными мыслями. В идеальных условиях так оно и есть, и все же диалог этот заведомо неравноправен. Дело в том, что беседой управляет тот, кто спрашивает, причем у вопрошающего обычно есть время, чтобы обдумать каждый из своих вопросов, а отвечающему приходится импровизировать. В ситуации, когда перед человеком вместо интервьюера находится анкета, зависимость отвечающего от кем-то продуманной и структурированной системы вопросов оказывается еще сильнее, поскольку он не может даже

Новиков Кирилл Евгеньевич — кандидат философских наук, старший научный сотрудник сектора социологии науки Института социологии РАН. Адрес: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5. Телефон: 8 (499) 120-82-57. Электронная почта: KENovikov@yandex.ru

переспросить. В результате возникает положение, когда вопрошающий может диктовать не только вопрос, но и ответ.

Проблема возможного искажения получаемых данных в результате ошибок, допущенных при составлении вопросов, была осознана достаточно давно, и к настоящему времени в литературе описано множество ситуаций, в которых неудачный вординг приводил к нарушению чистоты исследования. Эти ситуации, как представляется, могут быть разделены на три основные группы.

К первой группе будут относиться «неудобные вопросы», вызывающие у респондента чувство неловкости или провоцирующие его давать заведомо ложные ответы. Так, в практике Института Гэллага были случаи, когда даже такой невинный вопрос, как «Бегаете ли вы трусцой?» заставлял респондентов исказить истину, поскольку бегать в ту пору считалось признаком хорошего тона, а не бегать было стыдно [6, с. 36]. В российских условиях подобные затруднения могут вызывать, например, такие вопросы: «Будете ли вы голосовать за Жириновского?», «Повысился ли ваш социальный статус за последние 5 лет?», «Испытывали ли вы физическое воздействие со стороны сотрудников правоохранительных органов?» и т. п.

Ко второй группе можно отнести вопросы, усиливающие то, что Г. Батыгин называл вслед за Т. Дридзе «эффектом смысловых ножниц» и «семиотическим вакуумом» [1]. Это ситуация, когда между интервьюером и респондентом возникает взаимное непонимание. И. Девятко приводит примеры вопросов, которые оказываются непонятными для респондентов, поскольку их составители использовали слишком сложную или жаргонную лексику: «Является ли ваша семья нуклеарной?», «Доводилось ли тебе баловаться “травкой”?» (Цит. по: [4, с. 372]. В литературе зафиксированы случаи, когда респондент неверно понимал даже самые распространенные слова, такие как «долг», «прибыль» или «суверенитет». К этой же категории будут относиться вопросы, на которые бывает трудно ответить из-за ограниченных возможностей человеческой памяти: «Сколько раз в день вы обычно выглядываете в окно?», «Какое решение правительства за последний год вызвало ваше наибольшее одобрение?». В этом случае человек понимает сам вопрос, но его представление о реальности обычно бывает искажено из-за особенностей устройства памяти. В результате респондент думает, что дал правдивый ответ, а интервьюер думает, что получил его.

Наконец, к третьей группе будут относиться вопросы, сама формулировка которых подталкивает респондента к определенным рассуждениям, вынуждая его давать заранее запрограммированный ответ. Классический пример — это вопрос, изобретенный софистами: «Ты уже перестал бить свою жену?». Если «неудобные вопросы» и

«непонятные вопросы» довольно легко отсеять на ранних стадиях составления опросных листов, благо на этот счет существует немало методических рекомендаций и сам этот процесс можно считать формализованным, то с вопросами последней группы возникают серьезные трудности, поскольку самому составителю их бывает тяжело распознать. О вопросах этого типа и пойдет речь.

II

Представляется, что вопросы, корректирующие ответ, могут также быть подвергнуты классификации. К *первой категории* отнесем вопросы, ответы на которые меняются при изменении степени их открытости. В социологии, как известно, принято делить вопросы на закрытые, полужакрытые и открытые. О. Маслова установила, что респонденты, отвечая на закрытый вопрос, выбирают варианты ответов, которые им просто не приходят в голову, если тот же вопрос формулируется как открытый [3]. В этом, разумеется, нет ничего удивительного, поскольку у составителя опросного листа гораздо больше времени для продумывания вариантов ответа, чем у респондента. Из этого можно заключить, что почти любой закрытый вопрос, если он достаточно сложен, может подсказать респонденту мысли, которых у него изначально не было.

Ко *второй категории* будут относиться случаи, когда на распределение ответов влияет некая дополнительная информация, содержащаяся в формулировке вопроса, или же, напротив, опущенная в этой формулировке. В частности, на ответ респондента влияет информация о позиции, которую по данному вопросу занимают авторитетные лица или учреждения. С. Садмен и Н. Брэдберн приводят пример, когда опрашиваемых просили выразить свое отношение к закону, разрешающему аборт. Когда респондентов просто спросили, поддержали ли бы они такой закон, 50% ответили отрицательно. При ответе на тот же вопрос, сопровождавшийся информацией, что Верховный суд США одобрил этот закон, оказались «за» 47% и только 44% — «против» [6, с. 140–141]. В другом примере американцы назвали решение ввести войска в Корею «ошибкой», но одобрили то же решение, когда в вопросе появилось упоминание о том, что это нужно для борьбы с коммунизмом. С. Садмен и Н. Брэдберн назвали такие вопросы «вопросами с довеском». В них респондент сталкивается с новой информацией или новым для себя поворотом мысли, который убеждает его принять ту или иную точку зрения. Заметим, что к этой категории может относиться едва ли не любой вопрос, поскольку в каждом из них что-то сообщается или что-то умалчивается.

Наконец, стоит выделить *третью категорию* вопросов, в которых на ответ респондента влияет лишь сама риторическая форма, при том что ничего принципиально нового для респондента не сообщается.

Этот эффект был известен еще с 1940 года, когда у американцев спрашивали, следует ли оказывать помощь воюющим Англии и Франции. Когда в формулировку добавлялись слова «в их борьбе против Гитлера», процент сторонников оказания помощи становился выше. В отличие от случая с Верховным судом и абортами, здесь играла роль вовсе не ссылка на авторитет, точнее «анти-авторитет» Гитлера, поскольку респонденты прекрасно знали, с кем воюют англичане и французы. Здесь имя Гитлера играло роль «риторической фигуры», подталкивающей к определенным выводам.

Сама возможность такого воздействия вординга на респондентов может наводить на мысль о том, что у лиц, чьим мнением интересуется социолог, вообще нет никакого мнения. Если представить ситуацию, что массовый респондент реагирует не на смысл вопроса, а на его форму, то у социолога исчезает объект исследования. К тому же нередко бывает, что респондент одновременно придерживается двух противоположных мнений, не отдавая себе в этом отчет. Пример такого раздвоения сознания — высказывание, которое цитирует Г. Батыгин: «Я за демократию, но все-таки такого беспорядка терпеть больше нельзя. Нужна сильная рука, а то распустились тут эти демократы...» [1, с. 77]. Понятно, что человек выберет тот вариант, который будет подсказан ему самим вопросом, его формой, и даже не заметит, что его подтолкнули к определенному умозаключению.

Проблема могла бы быть решена, если бы существовал формализованный способ составления вопросов, которые были бы изначально очищены от любых «довесков», смысловых оттенков и риторических примесей, однако, такой способ, кажется, до сих пор не открыт. Вместо этого социологи нередко предпочитают повторять максиму С. Пейна о том, что задавать вопросы — это «искусство», а искусство, как известно, поддается описанию, но с трудом поддается рационализации. На передний план выходят вопросы этики исследования и изначальных установок исследователя на поддержание «равенства между двумя случайно встретившимися незнакомцами» [10, р. xv]. Тем самым предполагается, что составители вопросников проявят максимальную чуткость и постараются избежать любых сомнительных вопросов. Ставится задача формализации процедур анализа самих опросников, что в ряде работ предлагается делать с помощью контент-анализа вопросов [11]. Между тем методы, позволяющие проводить такой анализ, достаточно подробно разработаны в рамках *интеррогативной логики* и с успехом применяются, в частности, при анализе исторических текстов.

III

Представляется, что возможность навязывания респонденту собственных ответов вытекает из самой логической структуры интервью.

Любое интервью с точки зрения логики представляет собой чередование вопросов и ответов. Интеррогативная (эротетическая) логика рассматривает различные аспекты построения вопросительных предложений и вопросно-ответные процедуры.

Я. Хинтиikka определял вопрос как императив особого рода: «Вопрос является требованием информации. Спрашивающий просит обеспечить его некоторой информацией для того, чтобы иметь знание о некотором предмете» [9, с. 304]. Г. Сорина уточняет определение Я. Хинтиikka, указав на то, что этот императив включает требование признать позицию вопрошающего по ряду положений: «Вопрос — это требование информации, формирующееся на основе исходного, базового знания, представленного в явной предпосылке вопроса, при котором спрашивающий верит, надеется расширить имеющуюся у него информацию либо понять, что расширение информации на данном этапе невозможно» [7, с. 197].

Определить вопрос как требование предоставить информацию в соответствии с некоторыми предзаданными формальными правилами стало возможным после фундаментальных работ Н. Белнапа и Т. Стила. Отдавая себе отчет в том, что в жизни люди часто отвечают на вопрос невпопад, исследователи строили свою модель, исходя из идеальной ситуации, когда на вопрос дается прямой ответ. Под таким ответом они понимали высказывание, симметричное структуре самого вопроса: «Прямой ответ — это фрагмент языка, отвечающий на заданный вопрос и удовлетворяющий требованию полноты, и только полноты. Прямой ответ может быть истинным или ложным» [2, с. 14].

По Белнапу и Стилу, интеррогатив, то есть логическая модель вопроса, записывается формулой $?RS$, где S (*subject*) — это субъект вопроса, а R — это запрос (*request*) на получение информации, указывающий на характер ожидаемого ответа. Субъект представляет собой множество высказываний, которые могут играть роль ответа. Так, в вопросе о том, сколько яблок лежит в корзине — восемь, три или двенадцать — субъектом будут три названных числа, а запрос будет вводиться вопросительным словом «сколько», которое указывает на то, что вопрошающего интересует именно число яблок, а не их цвет, или запах. Субъект вопроса может содержать от двух высказываний до бесконечности, и количество этих высказываний будет целиком зависеть от формы запроса. В так называемых *ли-вопросах* возможны только два ответа — «да» и «нет». Так, субъектом вопроса «идет ли Джон домой?» будут высказывания «Джон идет домой» и «Джон не идет домой». В *альтернативном вопросе* перечисляются все возможные ответы, например, вопрошающий может интересоваться, идет ли Джон домой, на работу, или на прогулку. В то же время в *почему-вопросе* число возможных ответов не ограничено. Задавший вопрос о

том, что заставляет Джона ходить на работу, может услышать, что Джону надо кормить семью, что Джон — трудоголик, что Джон копит деньги на машину, и так далее.

Таким образом, в современной логике под вопросом понимают высказывание, в котором заключены некое *утверждение (предпосылка)* и *императив*. С помощью утверждения говорящий описывает некую ситуацию, с которой, как предполагается, вопрошаемый должен быть согласен. Императив представляет собой запрос недостающей информации, которой, в идеальном случае, владеет отвечающий, но не владеет вопрошающий. (Исключением является риторический вопрос, когда вопрошающий знает ответ, но хочет, чтобы отвечающий присоединился к его мнению.) Принятие императива означает согласие человека ответить на вопрос в той форме, какая предусмотрена самой структурой вопроса. В противном случае следует либо отказ от ответа, либо критика вопроса как некорректного. Помимо утверждения и императива сама *структура вопроса* задает область альтернатив возможных ответов.

Классификация, принятая в интеррогативной логике, подразделяющая вопросы на *ли-*, *альтернативные* и *почему-вопросы*, отчасти пересекается с социологической традицией, делящей вопросы на открытые и закрытые. Вместе с тем первая классификация не тождественна второй, поскольку заостряет внимание на грамматической структуре высказывания. Так, вопрос, указанный в опросном листе, может быть почему-вопросом с точки зрения логики, но при этом оставаться закрытым, поскольку в той же анкете перечислены все возможные варианты ответа.

О том, что предпосылки вопросов могут влиять на характер получаемых ответов, в социологии известно достаточно давно. В частности, Р. Туранжо указывает, что «предпосылки вопросов (*question's presuppositions*) ограничивают пространство неопределенности, задаваемое вопросом» [12, р. 41], то есть фактически задают направление поиска ответа. В качестве примера исследователь приводит совершенно невинный вопрос: «В какое время Кельвин обычно выходил из дома, чтобы пойти на работу, на прошлой неделе?». Здесь очевидно присутствует предпосылка, утверждающая, что у Кельвина на прошлой неделе была работа, и он на нее ходил, причем ходил из дома, а не, скажем, из гостиницы. Существование Кельвина, как и его трудоспособность, также признаются в качестве данности.

Легко заметить, что манипуляции с предпосылками вопросов могут направить отвечающего по ложному пути, особенно если он заранее обязался давать ответы в определенной форме. О том, что вопрошающий может манипулировать отвечающим, формулируя вопросы с использованием ложных предпосылок, знали еще древние софисты, о

чем свидетельствует изобретенный ими вопрос об избииении жены. Однако манипуляции могут быть гораздо более тонкими, причем вопрошающий может даже не замечать, что применяет их. Н. Белнап и Т. Стил указывали на существование «прагматических» пресуппозиций, которые в известном смысле выходят за рамки самого вопроса. Так, в вопросе «Сколько костей у льва?» наряду с обычными предпосылками (существуют львы, у львов есть кости), можно выделить прагматическую предпосылку, описывающую взаимоотношения вопрошающего и отвечающего. Предполагается, что первый не знает правильного ответа, а второй его знает или может узнать. Наличие такой прагматической предпосылки позволяет вольно или невольно исказить саму ситуацию, в которой задается вопрос, если вопрошающий на самом деле знает ответ или ждет от отвечающего определенного ответа, а тот этого не осознает, или же тот, кому задается вопрос, не знает ответа, но все равно пытается ответить

Многие из упомянутых выше случаев неудачного вординга могут быть описаны как случаи *неосознанного манипулирования с прагматическими предпосылками*. Так, вопрос о помощи странам Европы в их борьбе против Гитлера определенно вписывался в некое информационное поле, выходявшее за рамки вопроса и описывавшее отношения между спрашивающим и отвечающим. Общий контекст неприязненного отношения к диктаторам в американской культуре навязывал респонденту вполне предсказуемый ответ. Фактически вопрос из требования информации превращался в вопрос о лояльности общим ценностям, и отвечающий оказывался в ловушке.

IV

Систематическое злоупотребление вопросами, содержащими манипулятивные прагматические предпосылки, началось задолго до становления современной социологии. Как отмечалось, завлекать собеседников в подобные ловушки научились еще софисты. Г. Сорина предположила, что даже ярый противник софистов Сократ, если судить о его манере вести дискуссии по диалогам Платона, намеренно использовал те же приемы, чтобы запутать собеседника. Между тем, Сократа можно с полным правом считать изобретателем социологического интервью, а современных поллстеров — продолжателями его традиций. Как известно, первые опросы начали проводиться задолго до становления социологии и имели мало общего с изучением общественного мнения. Это были переписи населения и его имущества, которые проводились с целью установить налоговую базу государства. Такие переписи проводились еще в Древнем мире — Риме, Китае — и даже в раннем Средневековье. В ходе подобных переписей опрашиваемым приходилось давать конкретные ответы на конкретные вопросы

и, в целом, никаких затруднений не возникало. Опросы иного рода зародились в древних Афинах, а изобретателем их был Сократ. Диалоги Платона донесли до нас представление о «майевтике», то есть «искусстве повивальной бабки», с помощью которого Сократ помогал своим собеседникам «разродиться истиной», извлекая скрытое в человеке «правильное знание» с помощью искусно задаваемых наводящих вопросов.

Диалоги протекали в форме беседы с установленными правилами. Сократ задавал вопросы, а его собеседники отвечали, причем, по возможности кратко. В итоге Сократ сначала слышал от своих респондентов все варианты суждений, происходящих из общего мнения современников, а затем подводил их к нужным ему умозаключениям. Тем не менее вряд ли будет большим преувеличением сказать, что Сократ первым начал проводить интервью, направленные на изучение мнений своих современников. По крайней мере, об этом позволяют судить дошедшие до нас тексты. Проблемы, которые он ставил перед респондентами, были весьма фундаментальными — «что есть благо», «что есть справедливость», «что есть власть» и т. п. Добиться такого ответа было гораздо труднее, чем узнать о количестве инвентаря в домохозяйстве. Однако Сократ точно знал, что ему хотелось в итоге услышать, а потому направлял беседу с помощью искусно подобранных наводящих вопросов.

Г. Сорина предложила исследовать метод «майевтики» с использованием инструментария интеррогативной логики, и такое исследование было осуществлено автором этой статьи. Как представляется, на примере сократовского протосоциологического интервью можно наглядно увидеть многие подводные камни современного интервьюирования.

Метод «майевтики» можно наглядно исследовать на примере диалога Платона «Горгий» [8], в котором Сократ обосновывает моральное превосходство ищущей истину философии над циничной риторикой, ищущей лишь сиюминутной выгоды. В начале диалога Сократ договаривается со своими собеседниками о правилах, по которым будет протекать дискуссия:

Сократ — Не согласился бы ты, Горгий, продолжать беседу так же, как мы вели ее теперь, чередуя вопросы с ответами, а эти долгие речи, какие начал было Пол, оставить для другого раза? Только будь верен своему обещанию и, пожалуйста, отвечай кратко (449, b) [8, с. 479].

С тех пор роль вопрошающего почти все время принадлежит Сократу. Он формулирует вопросы таким образом, чтобы максимально сузить свободу маневра для своих оппонентов. Достаточно сказать, что в тексте диалога содержится всего 36 почему-вопросов

и 26 альтернативных, в то время как число ли-вопросов достигает 269 [5]. Поскольку ли-вопрос предусматривает лишь два варианта ответа — «да» и «нет» — совместный поиск истины, декларируемый Сократом, протекает в форме принятия или отвержения суждений, заложенных в предпосылку этих вопросов самим вопрошающим. Важно обратить внимание на то, каковы утверждения, содержащиеся в сократовских предпосылках:

Сократ — А лечиться приятно, лечение приносит удовольствие? (478, b) [8, с. 517].

Сократ — Так, а большинство по природе сильнее одного? (488, d) [8, с. 528].

Сократ — Теперь смотри, согласен ли ты с тем, о чем я сейчас говорил, в целом: всегда, когда какое действие совершается, такое же в точности и испытывается? (476, d) [8, с. 514].

Очевидно, что ответы на подобные вопросы были заранее известны и вопрошающему и отвечающему. В такой ситуации вопрошающий стремится к актуализации некой информации, которая существует в качестве пассивного знания у всех участников диалога. Речь идет фактически о риторических вопросах, то есть о суждениях, которым сознательно придана вопросительная форма, что создает иллюзию незнания ответа. Иными словами, прагматическая предпосылка вопросов, задающих весь ход интервью, оказывалась искаженной. Риторические вопросы играют в диалоге вспомогательную роль, но благодаря ответам на них, «пространство неопределенности» постепенно сужается, а набор взаимно приемлемых суждений расширяется. В результате, когда речь заходит о каком-либо принципиальном вопросе, пространство маневра отвечающего настолько сужено, что ему остается давать лишь тот ответ, который от него и требовался.

Можно заметить, что метод Сократа представляет собой манипуляцию с предпосылкой вопроса, хотя формирование этой предпосылки, то есть того утверждения, с которым должны быть согласны вопрошающий и отвечающий, происходит с помощью нескольких наводящих риторических вопросов. Фактически речь идет о формировании вопроса «с довеском», хотя сам довесок и не входит в структуру вопроса.

В собственном анализе майевтики Г. Сорина пришла к выводу, что в платоновских диалогах «предлагаются механизмы того, как можно управлять мыслительной деятельностью, своей или другого / других, через систему ВОП (вопросно-ответных процедур)» [7, с. 204].

Майевтика давала Сократу много инструментов управления беседой. Можно, например, отметить, что Сократу не чужды софистические уловки и прямые подмены понятий [5], однако к обсуждаемой

теме это не относится. Существенно другое: интервью, состоящие из вопросов и ответов, образуют в платоновских диалогах единый текст, обладающий собственной понятийной структурой, задающей единую смысловую систему, общую для вопрошающего и отвечающих. Так, в диалоге «Горгий» понятийная структура выглядит как система оппозиций: благо – зло, справедливость – несправедливость, счастье – несчастье и т. п., а также оппозиция «искусство – угодничество». Видно, что одно из понятий всегда положительно нагружено, а другое — отрицательно, причем Сократ ассоциировал любимую им философию со всеми позитивными понятиями, а нелюбимую риторику — с негативными. Сама эта система оппозиций представляла собой изоцированную ловушку для оппонентов, поскольку в задачу Сократа входило доказать, что красноречие, которому обучали софисты, являлось низменным «угодничеством», а не возвышенным «искусством». Используя систему противопоставлений, зафиксированных в языке (благо – зло, счастье – несчастье), Сократ вводил противопоставление, которого в языке не было, и в конечном итоге добивался того, что понятие «красноречие» становилось противоположным понятию «благо» и подчинялось понятию «зло».

Можно предположить, что некоторые механизмы майевтики, разработанные изобретателем интервью Сократом, до сих пор действуют в структуре любого интервью. Журналисты знают, что в ходе беседы с интервьюируемым пространство маневра последнего постепенно сужается, что позволяет ловить его на слове. Это сужение как раз и объясняется тем, что объем принятых предпосылок в ходе беседы постепенно нарастает. В случае если респондент заполняет анкету, накопление принятых предпосылок может идти нелинейно, поскольку респондент не обязан отвечать на все вопросы по порядку. Однако общий набор вопросов и предложенных ответов (если таковые имеются) все же формируют некую область взаимного консенсуса вопрошающего и отвечающего, что также сужает «пространство неопределенности».

Из сказанного следует, что *если социолог хочет проанализировать собственные вопросы и максимально снизить их потенциал воздействия на формирование ответов, ему следует анализировать совокупность этих вопросов, как если бы их предпосылки составляли связный текст. Основная работа должна быть сосредоточена на выявлении понятийного каркаса этого текста, что позволит нейтрализовать все возможные «довески».* Продемонстрируем, как это может работать, на примере опросов, проводившихся российскими социологами.

V

Начиная с 2003 года ведущие российские социологические центры проводили замеры общественного мнения в отношении войны в

Ираке. В частности, Левада-Центр провел серию опросов, посвященных этой проблеме¹. Задавался вопрос: «Для Вас США сейчас — это...». Вариантов ответа было всего три: «Защитник мира, демократии, порядка во всем мире», «Агрессор, который стремится взять под контроль все страны мира», «Затрудняюсь ответить». Первый ответ выбрали 9% респондентов, второй — 75%, третий — 16%.

Это закрытый (альтернативный) вопрос, предусматривающий только два варианта ответа (помимо «затрудняюсь ответить»), которые заведомо не перекрывают всего поля возможных ответов. В частности, мог бы присутствовать вариант: «США сейчас — это страна, защищающая свои интересы в Персидском заливе»; или хотя бы «другое». Возможно, с точки зрения составителей опроса, вариант «затрудняюсь ответить» замещает вариант «другое», но это, очевидно, не так, поскольку человек, имеющий собственный вариант ответа, испытывает лишь одно затруднение — ему не дает высказаться жесткая альтернатива, закрепленная в вопросе.

За предложенными вариантами ответа скрывается бинарная оппозиция понятий с ярко выраженной эмоциональной нагрузкой: защитник – агрессор. Понятие «защитник» имеет позитивную коннотацию, а «агрессор» — негативную. Поскольку основной смысл вопроса разветвляется в двух вариантах ответа, можно смело говорить о том, что это не столько один альтернативный вопрос, сколько два ли-вопроса, на каждый из которых возможны лишь ответы «да» или «нет». Каковы же предпосылки этих вопросов, позволяющие охарактеризовать США как «защитника» или как «агрессора»?

Из предпосылки первого варианта следует, что США защищают мир, демократию и порядок во всем мире. Эта предпосылка ощущается как ложная вне зависимости от идеологических симпатий респондента. Дело в том, что защитник, как известно, оберегает то, что существует. Но в 2003 году вовсе не торжествовали «мир и демократия во всем мире», а значит, защищать их было невозможно. К тому же невозможно начинать войну ради установления мира. Но если США не могут быть «защитником», значит они — «агрессор». На первый взгляд кажется, что в первом варианте предлагается ответ, соответствующий официальной идеологии тогдашней администрации Белого Дома. Однако американский идеологический дискурс предполагал совсем иное объяснение. С американской точки зрения, США не защищают демократию, а продвигают ее, то есть агрессивно

¹ См. на сайте Левада-Центра: Пресс-выпуск от 13 марта 2003 г., в котором представлены результаты репрезентативного экспресс-опроса 1600 россиян, проведенного с 26 февраля по 3 марта 2003 года [электронный ресурс]. Дата обращения 25.10.2013.
URL: <<http://www.levada.ru/14-03-2003/14-marta-2003-goda>>.

навязывают некое благо, преследуя при этом интересы собственной безопасности. Таким образом, социологи Левада-Центра предлагали россиянам выбор между точкой зрения, которую никто в мире не отстаивал, и официальной позицией Москвы. Более того, предпосылка, описывающая США как «агрессора», доводит агрессивность американцев до абсурда. США, оказывается, не просто напали на Ирак, а стремятся тем самым «взять под контроль все страны мира». Таким образом, респондентам предлагалось выбирать между двумя сомнительными суждениями либо признать свою неспособность дать адекватный ответ.

Вопрос, как представляется, был бы поставлен более корректно, если бы эмоционально нагруженные понятия были заменены более нейтральными, одна из двух предложенных альтернатив не выглядела бы заведомо абсурдной, а рядом с графой «Затрудняюсь ответить» появилась бы графа «Другое». Тогда вопрос мог бы принять следующий вид:

Для Вас США сейчас — это... а) страна, ведущая войну в целях свержения недемократичного иракского режима; б) страна, ведущая войну в целях установления своего контроля над Ираком; в) другое; г) затрудняюсь ответить.

Навязывание респондентам эмоционально нагруженных понятий в качестве альтернатив вообще достаточно распространено в опросах Левада-Центра. В рамках того же исследования перед россиянами был поставлен вопрос: «Ваши симпатии сейчас на стороне... американцев; иракских «партизан»; затрудняюсь ответить». Первый вариант выбрали 15%, второй — 44%, а 41% затруднились дать ответ. Здесь бросается в глаза необыкновенно высокий процент затруднившихся с ответом. Вероятно, такое замешательство было вызвано использованием слова «партизаны», которое в российской культуре имеет устойчивую позитивную нагрузку. Партизаны — это герои, патриоты, борцы с оккупантами. В случае с Ираком оккупантам противостояли не только патриоты, но и исламисты, включая фанатиков, совершавших самоподрывы в толпе мирных граждан, но это обстоятельство никак не было отражено в формулировке вопроса.

Избежать эмоционально окрашенных эпитетов в данном случае было бы довольно сложно, поскольку такие понятия, как «повстанцы» и «восставшие» также носят позитивный оттенок, а понятия «боевики» и «исламисты» — негативный. Вероятно, следовало бы вовсе уйти от оценочных суждений, сосредоточившись на организационном описании противостоящих сторон. Тогда, с одной стороны, появились бы «американские войска», а с другой — «иракские отряды». Слово «отряд» звучит гораздо более нейтрально, чем, скажем, «формирование», и потому, как представляется, можно было бы сделать выбор в его пользу.

Вопросы с бóльшим количеством вариантов ответов открывают бóльшие возможности для анализа понятийных структур. Исследователями Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) перед респондентами была поставлена задача: «Выберите, пожалуйста, из этого списка три или четыре слова, которые, на Ваш взгляд, более всего подходят для описания Соединенных Штатов Америки»². Итоги опроса были представлены в таблице, в левой части которой помещались сами предложенные слова, а в правой указывалось процентная доля респондентов, выбравших этот вариант:

	2005	2008
Самоуверенность	33	43
Бесцеремонность	35	43
Насилие	17	36
Богатство	44	23
Сила	30	20
Падение нравов	13	20
Империализм	12	18
Расизм	7	18
Неравенство	8	10
Прогресс	23	10
Свобода	27	9
Демократия	19	8
Наивность	3	5
Великодушные	2	3
Молодость	4	2
Ничего из перечисленного	1	2
Другое	1	3
Затрудняюсь ответить	5	7

Предложенные определения есть ни что иное, как все та же система оппозиций, формирующая понятийный каркас дискурса, предложенного респондентам для описания реальности. Из этих понятий моральной оценке не подлежат только «богатство» и «сила». Остальные

² См. на сайте ВЦИОМ: Пресс-выпуск № 1077 «Барак Обама во главе США и перспективы российско-американских отношений». 24.10.2008 [электронный ресурс]. Дата обращения 1.12.2013.
URL: <<http://wciom.ru/index.php?id=515&uid=10862>>.

понятия вполне можно разделить по принципу «хорошо – плохо». Так, «самоуверенность» может считаться теневой стороной технических достижений, то есть «прогресса». «Бесцеремонность» — негативная сторона «демократии» с ее неприятием иерархий и связанных с ней условностей. «Насилие» и «свобода» также представляются двумя сторонами одной медали, являясь вариантами прочтения понятия «воля», то есть делания того, что хочется.

Вместе с тем система, собранная из бинарных оппозиций, оказывается неравновесной. Можно заметить, что понятия «неравенство», «империализм» и «расизм» относятся к одному смысловому полю, поскольку империализм — это неравенство между народами на мировой арене, а расизм — такое же неравенство внутри страны. Всем этим понятиям должно быть противопоставлено «равенство» или его эквиваленты, но вместо них мы встречаем «молодость», «наивность» и «великодушные», которые явно не уравнивают идею неравенства. Более того, «молодость» и «наивность» выглядят не самыми лестными характеристиками, если речь идет о великой державе.

Таким образом, за вопросом о характеристике США скрывается уже сложившаяся мировоззренческая картина, в которой Соединенные Штаты ассоциируются с чем угодно, кроме равенства. Позитивные характеристики этой страны связаны с областью технических и политических достижений (демократия, прогресс, свобода), а негативные — со сферой межчеловеческих отношений и моральных качеств (насилие, бесцеремонность, самоуверенность). Если бы авторы анкеты провели анализ понятийных структур, скрытых в ее тексте, то, вероятно, добавили бы понятия «равенство», «справедливость» и, скажем, «законность», дабы придать устойчивость собственной понятийной системе.

Другие анкеты ВЦИОМа, содержавшие вопросы на те же темы, были составлены гораздо более корректно³. В частности, вопрос о том, какие цели преследовали США, вторгаясь в Ирак, предусматривал девять возможных вариантов ответа, включая борьбу с терроризмом, установление контроля над Персидским заливом, поиски оружия массового поражения и др. Респонденты могли выбрать несколько ответов и даже вариант «другое». И все же вопросники ВЦИОМа также содержали некоторое количество сомнительных формулировок.

Тема одного из опросов формулировалась так: «Прошел год с начала военной операции США в Ираке. Как бы вы ее охарактеризовали?». Далее предлагался список возможных ответов:

³ См. на сайте ВЦИОМ: Пресс-выпуск № 67 «Год с начала операции США в Ираке». 17.03.2004 [электронный ресурс]. Дата обращения 29.10.2013. URL: <<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=628>>.

1. Это преступление против иракского народа.
2. Операция имела правильную цель — свержение диктаторского режима Саддама Хусейна, но методы ее проведения заслуживают осуждения.
3. США действовали правильно.
4. Затрудняюсь ответить.

Очевидно, что данный список также основан на системе оппозиций, в данном случае — «правильно – неправильно», «цель – средства». В первом варианте США имели неправильную цель и действовали неправильными средствами. Во втором — цель правильная, а средства неправильные. В третьем случае правильны и цель, и средства. Однако слово «преступление» действует как типичный «довесок», перегружая первый вариант ответа моральными коннотациями, в то время как два других варианта остаются эмоционально нейтральными. В результате 60% опрошенных проголосовали за первый вариант.

Пример иного подхода к формулированию вопросов можно найти на сайте Фонда «Общественное мнение» (ФОМ). Так в недавнем опросе по поводу ситуации в Сирии⁴ вопрос был сформулирован следующим образом: «На чьей стороне находятся ваши симпатии — на стороне официальных властей Сирии или на стороне повстанцев?». На стороне официальных властей Сирии оказались всего 15% опрошенных, хотя российские власти и СМИ не скрывали симпатии к правительству Асада. Повстанцев поддержали и того меньше — 4%. Больше всех собрал вариант «ни на чьей стороне» — 38%, что выглядит вполне правдоподобно, учитывая, что этот конфликт очень слабо затрагивает интересы массы россиян. Затруднились ответить 12%.

В данном случае можно наблюдать крайне взвешенный подбор слов. Хотя слово «повстанцы» имеет в целом позитивную нагрузку, этот эффект уравновешен тем, что их противники ассоциированы с самим государством, поскольку названы «официальными властями Сирии». Добавление варианта «ни на чьей стороне» оказывается решающим в деле адекватного отображения мнения россиян. Если бы этого варианта не было, респонденты оказались бы загнанными в ловушку ложной предпосылки, подразумевающей, что каждый россиянин должен быть за тех или за других, как это было в случае с аналогичным вопросом Левада-Центра в отношении Ирака.

Также позитивную роль играет то, что ФОМ смело использует открытые вопросы. Так, респондентам вначале был задан вопрос о том, поддерживают ли они решение России и Китая заблокировать

⁴ См. на сайте ФОМ: Военные действия в Сирии. Об отношении россиян к конфликту между сирийскими властями и повстанцами // Проект «Доминанты», опрос «ФОМнибус», 12 февраля 2012 [электронный ресурс]. Дата обращения 29.10.2013. URL: <<http://fom.ru/globe/10325>>.

резолюцию ООН по Сирии, а потом тем, кто его поддержал (таких оказалось 36%) был задан открытый вопрос о причинах такой поддержки. Затем был проведен анализ полученных ответов, и мнения были объединены в несколько групп: «Россия пытается предотвратить войну и кровопролитие в Сирии», «Нельзя вмешиваться во внутренние дела Сирии» и т. д. Тем самым в рамках данного исследования ФОМ вместо того, чтобы, подобно Сократу, загонять респондентов в ловушку собственных понятийных структур, позволяет людям рассуждать самостоятельно.

Представляется, что подход ФОМа помогает решить важнейшую проблему, стоящую перед социологией. Как отмечалось, исследователи пытаются выяснить мнение людей, у которых нередко нет никакого мнения, или же оно носит крайне противоречивый характер. Когда вопросы сформулированы максимально нейтрально и корректно, резко возрастает число людей, которые затрудняются дать на них ответ. Также растет число тех, кто сознается в том, что обсуждаемая проблема им глубоко безразлична. Зато исследователь получает более реальную картину общественного мнения, чем в тех случаях, когда он получает почти зеркальное отображение собственного взгляда на мир.

Представляется также, что анализ понятийного каркаса, заложенного в том или ином опросе, может помочь тем, кто хочет добиться большей объективности своего исследования.

V

Частое сравнение социолога с антропологом, изучающим поведение дикарей, работает не слишком хорошо, если учесть, что социолог изначально погружен в ту же культурную среду, что и изучаемые им люди. Социолог подвергается той же идеологической обработке, что и его респонденты, часто разделяет расхожие мнения и предрассудки.

Нет ничего удивительного в том, что мировоззрение самого ученого оказывается воплощенным в вопросах, которые он задает, и нет ничего удивительного в том, что респонденты с готовностью встают на его точку зрения. Парадокс заключается в том, что исследование при этом не теряет своей научной ценности. Так, если в стране долгие годы ведется антиамериканская пропаганда, и социолог спрашивает, являются ли США агрессором, то респонденты ответят на этот вопрос утвердительно. Результаты окажутся вполне адекватными, поскольку покажут, что и социологи, и респонденты смотрели одни и те же телепрограммы.

Тем не менее перед социологией встает вопрос: является ли общественное мнение, сформированное под влиянием управляемых информационных потоков, тем самым мнением, которое следует измерять? Насколько глубоки убеждения, заложенные пропагандой, и что будет, если тем же людям предложить вопросы, сформированные вне

привычной понятийной системы координат? Но для того чтобы создать такую независимую систему, нужно сначала проанализировать ту, которая уже есть. Для такой работы, как представляется, может пригодиться предлагаемый метод контент-анализа корпуса вопросов и ответов, предназначенных для социологических исследований, разработанный в рамках интеррогативной логики. Важной предпосылкой такого анализа будет понимание того, что набор вопросов может быть представлен как единый связный текст, имеющий собственную понятийную структуру и собственную логику построения. Пресуппозиции вопросов формулируют некий взгляд на мир, с которым респонденту зачастую приходится соглашаться, поскольку в рамках предложенной ему роли отвечающего он лишен возможности корректировать формулировки вопросов.

Поэтому среди важнейших составляющих этого метода необходимо назвать *последовательный анализ предпосылок каждого вопроса*. Следует отличать обычные предпосылки, в которых зафиксирован некий объем информации, изначально представленный в вопросе, от прагматических предпосылок, устанавливающих некоторые отношения между участниками диалога. Важно отметить, что если ложные предпосылки можно достаточно легко заметить и отсеять, то прагматические предпосылки с трудом поддаются формальному различению, и потому при их обнаружении возникают известные трудности. Методы анализа текста, содержащего большое количество вопросов, также предполагают *последовательное вычленение центральных понятий и понятийной системы координат, организованной в ряды бинарных оппозиций*. О том, насколько свободным оказывается поиск ответов, также позволяет судить *количественный анализ видов используемых вопросов*, ведь ли-вопросы жестко ограничивают число возможных ответов, а альтернативные вопросы предлагают немногим большую свободу выбора. В целом, как представляется, инструменты интеррогативной логики позволяют исследователю посмотреть на себя со стороны и оценить качество собственной исследовательской оптики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. 2-е изд. М.: Российский ун-т дружбы народов, 2008.
2. Белнап Н., Стил Т. Логика вопросов и ответов / Пер. с англ. Г.Е. Крейдлина. М.: Прогресс, 1981.
3. Маслова О. Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов // Социологические исследования. 1982. № 2. С. 129–138.
4. Методология и методика социологических исследований: Хрестоматия / Сост. А.Ю. Мягков, И.В. Журавлева, Е.Н. Прокофьев; Ивановский

- государственный энергетический университет. Иваново: Ивановский гос. энергетич. ун-т, 2010.
5. *Новиков К.* Сократическая беседа в диалоге Платона «Горгий»: опыт логического анализа // Гуманитарные исследования: Альманах. Уссурийск: Изд-во УГПИ, 1997. Вып. 1.
 6. *Садмен С., Брэдберн Н.* Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований / Пер. с англ. А.А. Виноцкой; Науч. ред. перевода Д.М. Рогозин. М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2005.
 7. *Сорина Г.* Принятие решений как интеллектуальная деятельность. М.: Гардарики, 2005.
 8. Платон. Горгий // Собрание сочинений в четырех томах / Пер. с древнегреч. Вл.С. Соловьева, М.С. Соловьева, С.Я. Шейнман-Топштейн и др. Т. 1. М.: Мысль, 1990. С. 477–574.
 9. *Хинтикка Я.* Вопрос о вопросах // Философия в современном мире: философия и логика. М.: Наука, 1974. С. 303–362.
 10. *Balmer M.* Editor's introduction // Questionnaires. Sage benchmarks in social research methods. London: Sage Publications, 2004.
 11. *Shamir J., Ziskind N., Blum-Kulka S.* What's in a question? A content analysis of survey questions // Questionnaires. Sage benchmarks in social research methods. London: Sage Publications, 2004.
 12. *Tourangeau R.* The psychology of survey response. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.