

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЛЕКТОРИЙ

«СУБЪЕКТИВНАЯ» И «ОБЪЕКТИВНАЯ» НЕИСКРЕННОСТЬ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ОПРОСАХ: ДИАГНОСТИКА ПО НЕВЕРБАЛЬНЫМ ПРОЯВЛЕНИЯМ*

Ж.В. Пузанова, Т.И. Ларина**

Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

Неискренность респондентов в социологических исследованиях — обширная проблематика, затрагивающая и качество социологического инструментария, и качество получаемых социологических данных, и особенности психологического взаимодействия. Под неискренностью понимается та информация, которую респондент искажает намеренно. Однако, с точки зрения авторов, существуют два типа такой неискренности — «объективная», когда включаются защитные механизмы респондента и он осознанно стремится скрыть какую-либо информацию, либо «субъективная» неискренность, когда респондент вынужден сообщить нерелевантную информацию в виду непонимания вопроса либо некомпетентности. Невербальные характеристики дают информацию об эмоциональных проявлениях, сопровождающих размышления респондента, а иногда и о мотивах того или иного ответа. В приведенном нами примере «объективная» неискренность превалирует в виду сензитивности темы, в реальности в других типах опросов будет наблюдаться и «субъективная неискренность». Неискренность не является эмоцией по своей сути, это комплекс когнитивных установок и процессов, возникающих при взаимодействии со стимулом, но неискренность сопровождается переживанием эмоций, которые и являются основным дифференцирующим признаком типов неискренности. Используя технологию анализа невербальных реакций респондентов в социологических исследованиях, возможно диагностировать конкретный вид неискренности. Авторами приводится ряд примеров диагностирования проявления определенных эмоций как реакций на конкретные провокативные вопросы, которые были сформулированы ими в ходе эксперимента. Делается вывод о возможности определения не только вопросов, сформулированных некорректно или «угрожающе» для респондента, но и возможном типе неискренности при ответе на такие вопросы.

Ключевые слова: «субъективная» неискренность; «объективная» неискренность; невербальные проявления; социологические опросы; сомнение; нерешительность; раздражение; стресс

Основным источником информации в социологических опросах является респондент, ответы респондента — это факты, с которыми работает социолог. От того насколько релевантны эти данные, насколько они соответствуют не только реаль-

* Статья подготовлена при поддержке Российского Гуманитарного Научного Фонда (проект «Технология анализа невербальных реакций респондентов в социологических исследованиях», № 16-33-00053).

** © Пузанова Ж.В., Ларина Т.И.

ности, но и осознаваемой самим респондентом действительности, насколько респондент готов делиться своим мнением (т.е. искренен), зависит качество получаемой социологической информации.

В социологических опросах довольно часто исследователь сталкивается с «ситуативной ложью», вызванной разными факторами, но никак не отражающей общую тенденцию человека говорить неправду. Опрос — довольно-таки искусственная, в некоторых случаях стрессовая ситуация, связанная с некоторой неопределенностью и риском для респондентов, а потому вызывающая у них состояние психологического дискомфорта [2]. Ситуативная ложь оказывается связанной с попытками переведения негативной для респондента ситуации в позитивную, с попытками снизить опасность получения отрицательных результатов, ослабить неопределенность и непредсказуемость возможных последствий.

Обратимся к классификации причин лжи О. Фрая (преподаватель Университета Портсмута, США), которым опубликовано большое количество работ, посвященных теме обмана, и в особенности взаимосвязи между невербальным поведением и обманом [12. С. 21—22]: во-первых, люди лгут для того, чтобы произвести на других положительное впечатление или защитить себя от чувства неловкости и неодобрения окружающих; во-вторых, для того, чтобы получить преимущество; в-третьих, люди лгут, чтобы избежать наказания; в-четвертых, люди лгут, чтобы представить других в более выгодном свете, или сообщают ложь, стремясь помочь другим; в-пятых, люди прибегают к тому, что можно назвать «социальной ложью», — лгут ради сохранения социальных отношений.

В то же время есть и другие точки зрения на данный вопрос. Так Л.Я. Аверьянов считает, что нет неискренних ответов, есть высказанное респондентом мнение [1. С. 43]. Он отмечает, что в ложном ответе также отражаются установки респондента, они всегда ограничены пониманием и оценкой данного события. Выражаясь его же словами, «даже при неискренних ответах респондентов можно получить достоверную информацию» [1. С. 224]. Эта точка зрения, согласно которой респонденту незачем врать, и он говорит не ложь или правду, а то, что переживает в момент говорения, поддерживается и Х. Пилкингтоном, Е. Омельченко [9. С. 192].

Пожалуй, наиболее известный отечественный социолог, занимающийся вопросами искренности и неискренности, А.Ю. Мягков пишет, что искренность — это выражение человеком его подлинных мнений, мыслей, чувств, намерений и так далее, а также сообщение фактов или сведений, соответствующих действительному положению вещей. Неискренность же преднамеренное искажение индивидом известных ему фактов действительности, сознательное сокрытие своих мыслей, действий, чувств, намерений и так далее от других, окружающих его/ее и взаимодействующим с ним/ней людей, и/или подмену их иными, не выражающими его действительных взглядов, установок, потребностей, интересов [8. С. 22—29].

Ввиду вышесказанного напрашивается вывод о том, что недостоверной и неискренней информацией можно считать лишь ту информацию, которую респон-

дент намеренно пытается исказить или скрыть. Но в данном случае, по нашему мнению, следует различать два вида неискренности — «субъективная неискренность» и «объективная неискренность».

«Объективная неискренность» связана с намеренным нежеланием говорить правду, когда у респондента включаются защитные реакции, связанные с «Я-концепцией» (например, респондент специально занижает уровень своих доходов, потому что боится общественного порицания, в случае если не верит в анонимность опроса). «Субъективная неискренность» связана с искажениями ответов, вызванными непониманием респондентом вопроса, его некомпетентностью. То есть в первом случае можно сказать, что респондент знает, что отвечать, но не хочет, а во втором — не знает, поэтому вынужден «выдумывать». Конечно, часть респондентов пропустит вопрос, на который не может дать ответ, либо отметит «не знаю», но нас интересуют именно те респонденты, которые выбирают путь искажения, а такие существуют.

В случае «объективной неискренности», опираясь на теории социальной психологии, можно сказать, что социологический опрос — частный случай социального взаимодействия, когда респондент пытается сохранить в целостности свою «Я-концепцию», редактируя ответы в соответствии с определенной поведенческой стратегией — социальной желательности (стремления индивида представлять себя в выгодном свете), конформности (тенденции изменять свое поведение под влиянием мнения других людей), негативизма (тенденции строить свое поведение на противоречии и противостоянии другим) и регрессии поведения (уход от трудностей реальной жизни). Все вышеперечисленные процессы сопровождаются еще одним важным процессом — психологическим дискомфортом респондента [5]. Угроза «Я-концепции» вызывает у человека страх, вынуждает его защищаться, тогда как подтверждение и одобрение «Я-концепции» вызывает у человека радость и заинтересованность [4. С. 50]. Сохранение и повышение ценности своего «Я» оказывается одной из основных жизненных потребностей. Хотя есть и люди, которые относятся к себе пренебрежительно, но эти случаи больше интересуют психологов [13. С. 199]. Редактированные, неискренние ответы можно считать тем фактом, из-за которого социолог не может получить объективную картину изучаемого явления.

Когда респондент пытается защищаться и представить измененную точку зрения вместо того, что думает на самом деле? Такая ситуация может сформироваться и в следствие личностных особенностей респондента, его неприязни к интервьюеру, например, когда его окружают знакомые, или же наоборот абсолютно незнакомые люди. Но если говорить о массовом опросе, то велика вероятность получения неискренних ответов на сензитивные вопросы в анкете. «Сензитивными» могут считаться любые вопросы, направленные на получение сведений, которые люди обычно предпочитают утаивать [3. С. 280].

Даже при ответах на вопросы, содержащие нейтральную тематику, исследователи не получают 100% объективной информации, не говоря уже про вопросы

на деликатную тематику, где число объективных ответов, по данным, полученным социологами Давыдовыми, составляет всего 15—45% [2. С. 5].

Примером сензитивной тематики могут явиться вопросы об употреблении наркотиков, сексуальном поведении, употреблении алкоголя, курении, электоральном поведении, доходах и даже возрасте. Факторами, влияющими на уровень искренности ответов респондентов, в основном являются: тема опроса, уверенность в анонимности опроса, отсутствие необходимости сообщать свои имя и фамилию, конкретные данные о себе, метод сбора данных, место проведения опроса и другое [7. С. 248].

Находясь среди равно как незнакомых людей, так и среди знакомых, будучи вынужденным отвечать на вопросы сензитивного толка, респондент волей-неволей испытывает психологический дискомфорт в той или иной степени. Следует отметить, что помимо общераспространенной сензитивной тематики, такой как употребление алкоголя и вредных веществ, уровня доходов, вопросов сексуального поведения и ориентации, для конкретного индивида сензитивным может стать практически любой вопрос. Такие случаи очень сложно предсказать, степень деликатности будет зависеть от личного жизненного опыта респондента, который социологу сложно учитывать, потому что в массовом опросе в отличие от индивидуального интервьюирования просто не возможно акцентировать внимание на каждом респонденте индивидуально.

В случаях же «субъективной неискренности» ложь респондента может трактоваться не как намеренное желание скрыть информацию, а как страх показать свою некомпетентность, растерянность, недоумение, раздражение и т.д. Ведь даже заполняя обыкновенную анкету, респондент может быть окружен знакомыми людьми (пример — рабочее место) и переживать, работая с анкетой, что кто-нибудь случайно к нему заглянет и узнает, что он на самом деле думает. Хотя, конечно, процедурно это запрещено. Но человек, сталкивающийся с опросом и впервые встречающий там вопросы, которые лично для него сензитивны, оказывается в ситуации дискомфорта.

Проиллюстрировать диагностику типа неискренности можно на примере использования технологии анализа невербальных реакций респондентов, разработанной авторами. В таблице 1 представлены наиболее вероятные (установленные на основе экспериментов) реакции, которые встречаются при работе с инструментарием для массовых социологических опросов и на основании которых можно сделать вывод о качестве конкретного вопроса инструментария. Как видно, это веселье/радость, удивление, раздражение, презрение, отвращение, страх, печаль, «задумчивость», дискомфорт/стресс, нерешительность/сомнение. Для кодировки мимики используется схема кодировки, представляющая собой адаптированный вариант Facial action coding system (FACS, Схема кодирования лицевых движений), она достаточно объемна и не будет представлена в рамках данной статьи.

Таблица 1

Невербальные характеристики вероятных эмоциональных реакций при работе респондента с экспериментальной анкетой
(в скобках указаны номера вопросов)

Эмоции	Мимика	Жесты	Позы
Веселье/радость	6, 12, 13, 4 2, 15, 25, 26		
Удивление	1, 2, 5, 26, 28, 11	5	
Раздражение	4, 5, 7, 10, 15, 16, 7, 10, 49, 12, 13, 17, 22, 23, 25, 26, 38, 39	6	3
Презрение	9, 10+14		
Отвращение	9, 15, 16, 17		
Страх	1, 2, 4, 5, 7, 16, 20, 21, 28		
Печаль	1, 4, 6, 7, 11, 14, 15, 16, 17		
«Задумчивость»	61–64, АА1	3	1, 2, 4–6
Дискомфорт, стресс	19, 21, 28, 32, 35, 36, 37	2, 7–17	
Нерешительность/ сомнение	15+2, 18	1, 2, 3, 5, 18, 4	

Удивление — сиюминутная реакция на контакт с чем-то новым, незнакомым. В контексте социологического опроса в чистом виде редко угрожает качеству социологических данных. Отвращение может быть физическим и психологическим. Функция отвращения — мотивация отвержения неприятных на вкус или потенциально опасных веществ. Отвращение часто сравнивают с презрением, однако отвращение можно испытывать и к человеку с его поступками, и ко вкусам, запахам, а презрение — только к человеку. Социологические вопросы не должны вызывать отвращения. Чаще всего эмоция страха выступает в паре с печалью или стыдом. Человек, предмет или ситуация могут стать источником страха, если человек, во-первых, воображает источник опасности (гипотеза), во-вторых, ожидает вред или, в-третьих, сталкивается с сконструированным объектом страха. В социологическом контексте встречается нечасто и связана с действительно пугающими тематиками — терроризм, катастрофы и т.д.

Радость различается по типам (облегчение-радость, удовольствие — радость, возбуждение — радость, радость, затрагивающая Я-концепцию) и по интенсивности (умеренная, веселье, восторг). Для социологических данных вреда не представляет.

В повседневной жизни мы чаще всего сталкиваемся со сдерживаемым гневом. Мимическое выражение гнева включает в себя характерные сокращения лобных мышц и движения бровей в первую очередь. Гнев может возникнуть в разных случаях. Вот некоторые распространенные: а) фрустрация; б) физической угроза; в) в результате чьих-то действий или заявлений, заставляющих человека почувствовать, что ему наносится моральный вред; г) наблюдение за человеком, делающим что-то такое, что идет вразрез с вашими главными моральными ценностями; д) неспособность человека соответствовать чьим-то ожиданиям; е) чей-то гнев, направленный на него. В социологическом опросе чистый гнев встретить сложно,

чаще встречается раздражение с похожими невербальными проявлениями. Печаль — это вариация горя, которое является наиболее общей негативной эмоцией. Горе чаще всего вызывается физической болью. Печаль различается по интенсивности: от легкого уныния до предельной степени проявления — скорби. В социологическом контексте чаще встречаются легкие вариации этой эмоции, не всегда представляющие угрозу данным.

«Задумчивость» (мышление/размышления) — преимущественно выражается в повышенной двигательной активности глаз, свидетельствует о воспоминаниях, глубоком обдумывании информации. Сомнения/нерешительность — часто встречаются во время анкетного вопроса, что связано с обдумыванием ответа, с попытками его исказить либо просто с непониманием формулировки, поэтому вопросы, на которые демонстрируется такая реакция, должны быть пересмотрены. Как будет показано дальше, является индикатором потенциальной «субъективной» неискренности».

При работе с экспериментальной анкетой, предложенной респондентам, вопросы в которой были сформулированы для того, чтобы вызвать определенные эмоции, такая реакция, как презрение, например, довольно часто встречалось в группе респондентов с негативной установкой по отношению к кавказским народам как раз из-за их отношения к этим национальным группам. Соответственно, если респондентам неприятна какая-то тема в анкете, они будут помимо дискомфорта демонстрировать презрение и отвращение.

Опасная реакция при работе с анкетой — раздражение, она угрожает качеству предоставляемой информации. Раздражение — эмоция относится к более широкому классу «гнев», но ярко не выражается, а во время работы с анкетой преимущественно подавляется. Чаще говорит о легком недовольстве темой, формулировкой, ситуацией опроса, по сути, неважно чем, все это угрожает качеству предоставляемой информации. Является индикатором потенциальной «объективной» неискренности. Дискомфорт/стресс — такая же по степени опасности смещения ответов реакция как раздражение, спектр вызывающих ее стимулов гораздо шире. Если респондент, отвечая на вопрос, демонстрирует эту реакцию, вопрос также следует пересмотреть. Является индикатором потенциальной «объективной» неискренности.

Таким образом, в ходе пилотажа инструментария можно, используя эту технологию, не только сделать вывод об корректности/некорректности формулировки конкретного вопроса, но и диагностировать тип потенциальной неискренности. Потенциальной потому, что для полноценной диагностики необходимо проведение дополнительного пост-интервью с респондентом после пилотажа. Но для того, чтобы определить «слабые» места анкеты, повысить ее качество как инструмента сбора социологической информации, достаточно провести полноценный пилотаж.

Далее по результатам экспериментов мы исходим из того что, когда респонденты не понимают вопрос, они всегда демонстрируют проявления «нерешительности/сомнения», соответственно только эта реакция будет связана с «субъективной неискренностью». А когда респондент хочет скрыть какую-то информацию,

чаще наблюдаются в основном «раздражение», «стресс/дискомфорт», именно они связаны с «объективной неискренностью».

Рассмотрим, как это выглядит на примере исследования, проведенного нами в социологической лаборатории факультета гуманитарных и социальных наук РУДН с целью разработки технологии анализа невербальных реакций респондентов в социологических исследованиях в 2015 г. Центральной темой анкеты выбрана сензитивная тема — отношение к представителям кавказских национальностей. Эта тема является актуальной по результатам многолетних исследований в РУДН [6]. Респонденты были поделены на две номинальные группы — с позитивной установкой к представителям кавказских национальностей и с негативной (установлено на основе методика Богардуса). Вопросы в анкете также были специально разработаны 2 видов — нейтральные и провокативные.

После того как эксперимент был проведен, полученные данные видеозаписей и ответов респондентов были проанализированы тремя независимыми исследователями с помощью специально разработанной технологической карты анализа невербальных реакций респондентов и получен следующий обобщенный вывод — см. таблицу 2.

Таблица 2

Анализ реакций респондентов на вопросы анкеты

Вопросы (П — провокативный, Н — нейтральный)	Эмоциональные реакции респондентов с позитивными установками	Эмоциональные реакции респондентов с негативными установками	Выводы о типе потенциальной неискренности
1. Считаете ли Вы себя патриотом? (Н)	73% — нейтрально; 6% — стресс/дискомфорт; 10% — веселье (улыбка)	75% — нейтрально; 9% — раздражение; 6% — удивление	Искренне
2. «Россия для русских», а Вы согласны с этим утверждением? (П)	39% — сомнение/нерешительность; По 9% — удивление, веселье, раздражение. По 20% — стресс/дискомфорт, нейтрально	30% — сомнение/нерешительность; 23% — стресс/дискомфорт; 16% — нейтрально, веселье, раздражение	Потенциальная «субъективная» неискренность
3. Влияет ли обучение в РУДН студентов некоторых национальностей на общий уровень агрессии и количество агрессивных актов в университете? (П)	29% — нейтрально; 15% — стресс/дискомфорт; 10% — сомнение/нерешительность; 8% — раздражение, презрение, удивление, размышления	35% — нейтрально; 21% — раздражение; 16% — стресс/дискомфорт	Искренне
4. Если Вы ответили «да» на предыдущий вопрос, укажите какие это национальности, по Вашему мнению? (Н)	35% — нейтрально; 11% — удивление, стресс/дискомфорт; 8% — размышления, раздражение (подавляемое)	27% — нейтрально; 25% — раздражение; 15% — стресс/дискомфорт; 10% — презрение	Искренне для первой группы. Потенциальная «объективная» неискренность для второй группы
5. Для меня лично возможно принять представителя кавказских народов в качестве: (Н)	32% — нейтрально; 18% — раздражение; 14% — стресс/дискомфорт; 11% — сомнение/нерешительность, презрение	26% — раздражение и стресс/дискомфорт; 13% — удивление и презрение; 18% — нейтрально	Искренне для первой группы. Потенциальная «объективная» неискренность для второй группы

Продолжение таблицы 2

Вопросы (П — провокативный, Н — нейтральный)	Эмоциональные реакции респондентов с позитивными установками	Эмоциональные реакции респондентов с негативными установками	Выводы о типе потенциальной неискренности
6. Какое отношение к представителям кавказских народов преобладает среди окружающих вас людей? (Н)	18% — стресс/дискомфорт; 17% — нейтрально; 13% — сомнение/нерешительность, размышления	25% — нейтрально; 29% — раздражение; 13% — стресс/дискомфорт	Потенциальная «объективная» неискренность
7. Вам нравится учиться в РУДН? (Н)	68% — нейтрально; 16% — стресс/дискомфорт	58% — нейтрально; 16% — стресс/дискомфорт; 11% — сомнение/нерешительность	Искренне
8. Если Вы ответили «нет» на предыдущий вопрос, поясните, пожалуйста, почему именно не нравится (П)	96% — нейтрально, так как практически нет тех, кому не нравится	74% — нейтрально; 8% — стресс/дискомфорт	Искренне
9. Если бы у Вас был выбор, предпочли бы Вы обучаться в группе с представителями других национальностей? (Н)	60% — нейтрально; 10% — удивление, стресс/дискомфорт; 7% — веселье	38% — нейтрально; 17% — стресс/дискомфорт; 20% — раздражение	Искренне
10. Как Вы относитесь к существующей в некоторых кругах общества позиции, пропагандирующей ярко выраженное негативное отношение к представителям других национальностей? (Н)	41% — нейтрально; 25% — раздражение	31% — раздражение; 16% — стресс/дискомфорт; 8% — презрение	Искренне для первой группы. Потенциальная «объективная» неискренность для второй группы
11. Обучаясь в РУДН, как часто Вы сталкиваетесь с неподобающими, с Вашей точки зрения, действиями представителей кавказских народов в следующих местах: (Н)	39% — нейтрально; 27% — раздражение; 8% — стресс, дискомфорт	39% — раздражение; 20% — стресс/дискомфорт; 13% — нейтрально	Искренне для первой группы. Потенциальная «объективная» неискренность для второй группы
12. Какие именно действия представителей кавказских народов неподобающего характера Вы наблюдали в следующих местах: (Н)	28% — стресс/дискомфорт; 22% — размышления; 13% — нейтрально; 8% — раздражение	31% — раздражение; 24% — стресс/дискомфорт; 12% — нейтрально; 6% — презрение	Для первой группы — возможны оба типа неискренности. Потенциальная «объективная» неискренность для второй группы
13. Какими чертами с Вашей точки зрения наделен типичный представитель кавказской национальности, обучающийся в РУДН: (Н)	20% — стресс/дискомфорт; 14% — размышления; 12% — раздражение; 9% — сомнение/нерешительность; 7% — веселье; 6% — удивление	36% — раздражение; 18% — стресс/дискомфорт; 21% — презрение; 15% — мышление	Потенциальная «объективная» неискренность
14. В Вашей семье, когда Вы наедине, распространены названия наций типа «чурки», «хач» и т.д.? (П)	40% — нейтрально; 25% — веселье; 10% — раздражение, удивление	41% — нейтрально; 16% — стресс/дискомфорт, сомнение/нерешительность, раздражение; 3% — веселье	Искренне

Вопросы (П — провокативный, Н — нейтральный)	Эмоциональные реакции респондентов с позитивными установками	Эмоциональные реакции респондентов с негативными установками	Выводы о типе потенциальной неискренности
15. Повлияло ли Ваше обучение в РУДН на Ваше отношение к представителям кавказских народов? (Н)	90% — нейтрально	67% — нейтрально; 7% — сомнение/нерешительность, стресс/дискомфорт 4% — презрение, раздражение	Искренне
16. Били ли Вы когда-нибудь кавказца? (П)	44% — веселье; 10% — удивление 8% — стресс/дискомфорт	41% — нейтрально; 20% — веселье; 9% — презрение, веселье; 6% — раздражение, размышление	Искренне
17. А хотели бы? (П)	53% — веселье 10% — удивление	29% — веселье 16% — раздражение, размышления 12% — стресс/дискомфорт	Искренне

*Объяснения реакций базируется на невербальных проявлениях и вербальных объяснениях ответов респондентами.

Таким образом, при помощи технологии анализа невербальных реакций можно продиагностировать качество любой анкеты как в ходе пилотажа для массовых опросов, так и в ходе индивидуального интервьюирования, и сделать вывод о потенциальном типе неискренности. В приведенном нами примере «объективная» неискренность превалирует в виду сензитивности темы, в реальности в других типах опросов будет наблюдаться и «субъективная неискренность». Неискренность не является эмоцией по своей сути, это комплекс когнитивных установок и процессов, возникающих при взаимодействии со стимулом, но неискренность сопровождается переживанием эмоций, которые и являются основным дифференцирующим признаком типов неискренности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Аверьянов Л.Я.* Искусство задавать вопросы: Заметки социолога. М.: Московский рабочий, 1987.
- [2] *Давыдов А.А., Давыдова Е.В.* Измерение искренности респондента. М.: ИС РАН, 1992.
- [3] *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 1998.
- [4] *Изард К.Э.* Психология эмоций. СПб.: Питер, 2011.
- [5] *Майерс Д.* Социальная психология. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.
- [6] Межкультурное взаимодействие в полиэтничной молодежной среде: социологический подход / Под ред. Н.П. Нарбута, Д.Г. Подвойского. М.: Экон-информ, 2012.
- [7] *Мягков А.Ю.* Искренность респондентов в массовых опросах: Дис. д.с.н. Иваново, 2003.
- [8] *Мягков А.Ю.* Искренность респондентов: концептуальный анализ // Вестник Тамбовского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2004. № 3.
- [9] *Пилкингтон Х., Омельченко Е.* «Зачем мне врать?» Опыт применения интервью к изучению русскоязычной миграции // Рубеж. 1997. № 10—11.
- [10] Пособие по применению ММРІ / Сост. А.А. Рукавишников, Н.Г. Рукавишникова, М.Б. Соколова. Ярославль: НПЦ «Психодиагностика», 1993.

- [11] Пузанова Ж.В., Ларина Т.И. Использование системы кодирования аффектов (SPAFF) в фокус-групповых исследованиях // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. Т. XIX. № 4.
- [12] Фрай О. Ложь. Три способа выявления. Как читать мысли лжеца, как обмануть детектор лжи. СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006.
- [13] Шибутани Т. Социальная психология / Пер. с англ. В.Б. Ольшанского. Ростов н/Д: «Феникс», 2002.

“SUBJECTIVE” AND “OBJECTIVE” INSINCERITY IN SOCIOLOGICAL SURVEYS: NONVERBAL MANIFESTATIONS

Zh.V. Puzanova, T.I. Larina

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Insincerity of respondents in sociological research is a challenge affecting both quality of the sociological tool and the quality of the data obtained, especially features of the psychological interaction. Insincerity is information which respondents distort intentionally. However, there are two types of such insincerity — ‘objective’, i.e. a protective strategy used to deliberately hide some information, and ‘subjective’, when a respondent is forced to provide irrelevant information due to misunderstanding the question or incompetence. Nonverbal manifestations inform of thoughts and sometimes motives of respondents’ answers. In the example given in the article the ‘objective’ insincerity prevails due to the sensitive topic, while in other types of similar surveys the ‘subjective’ insincerity usually takes place too. Insincerity is not an emotion, rather a complex of cognitive attitudes and processes in a form of respond to a stimuli, but insincerity is accompanied by emotions which are the main differentiating signs of types of insincerity. Using the technology for the analysis of respondents’ nonverbal reactions in sociological research, we can identify the type of insincerity. The authors provide examples of certain emotions as reactions to specific provocative questions under the experiment and make a conclusion about the possibilities to identify not only incorrect or ‘threatening’ questions, but also the types of insincerity when answering such questions.

Key words: ‘subjective’ insincerity; ‘objective’ insincerity; nonverbal manifestations; sociological survey; doubts; hesitation; irritation; stress

REFERENCES

- [1] *Aver'yanov L.Ya. Iskusstvo zadavat' voprosy: Zametki sociologa* [The Art of Asking Questions: Notes of the Sociologist]. M.: Moskovskij rabochij, 1987.
- [2] *Davydov A.A., Davydova E.V. Izmerenie iskrennosti respondent* [How to Measure Respondents' Sincerity]. M.: IS RAN, 1992.
- [3] *Devyatko I.F. Metody sociologicheskogo issledovaniya* [Methods of Sociological Research]. Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo universiteta, 1998.
- [4] *Izard K.E. Psihologiya emocij* [Psychology of Emotions]. SPb.: Piter, 2011.
- [5] *Myers D. Social'naya psihologiya* [Social Psychology]. SPb.: Prajm-Evroznak, 2002.
- [6] *Mezhkul'turnoe vzaimodejstvie v poliehtnichnoj molodezhnoj srede: sociologicheskij podhod* [Intercultural Interaction Among the Multiethnic Youth: Sociological Approach]. Pod red. N.P. Narbuta, D.G. Podvojskogo. M.: Ekon-inform, 2012.

- [7] *Myagkov A.Yu.* Iskrennost' respondentov v massovyh oprosah [Sincerity of Respondents in Mass Surveys]: Dis. d.s.n. Ivanovo, 2003.
- [8] *Myagkov A.Yu.* Iskrennost' respondentov: konceptual'nyj analiz [Sincerity of Respondents: Conceptual Analysis]. Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya "Gumanitarnye nauki". 2004. No. 3. Pp. 22—29.
- [9] *Pilkington H., Omel'chenko E.* «Zachem mne vrat'?» Opyt primeneniya interv'yuu k izucheniyu russkoyazychnoj migracii ["Why would I lie?" The use of interview to study the Russian-speaking migration]. Rubezh. 1997. No. 10—11.
- [10] Posobie po primeneniyu MMPI [Manual for MMPI Application]. Sost. A.A. Rukavishnikov, N.G. Rukavishnikova, M.B. Sokolova. Yaroslavl': NPC «Psihodiagnostika», 1993.
- [11] *Puzanova Zh.V., Larina T.I.* Ispolzovanie sistemyi kodirovaniya affektov (SPAFF) v fokus-gruppovyih issledovaniyah [Using the Specific Affect Coding System (SPAFF) in focus group research]. Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii. 2016. Vol. XIX. No. 4.
- [12] *Fraj O.* Lozh'. Tri sposoba vyyavleniya. Kak chitat' mysli lzheca, kak obmanut' detektor lzhi [False: Three Methods of Detection. How to Read the Mind of a Liar, How to Cheat the Lie Detector]. SPb.: Prajm-EVROZNAK, 2006.
- [13] *Shibutani T.* Social'naya psihologiya [Social Psychology]. Per. s angl. V.B. Ol'shanskogo. Rostov n/D: "Feniks", 2002.