

СЕРГЕЙ ДЕМБИЦКИЙ,

кандидат социологических наук, старший научный сотрудник отдела методологии и методов социологии Института социологии НАН Украины

Применение L-шкалы (ММРІ) среди общей популяции в Украине: результаты и гипотезы

Аннотация

В статье рассматриваются результаты использования L-шкалы Миннесотского многофазного личностного перечня (ММРІ) в рамках ряда социологических опросов. Представлены результаты проверки внутренней надежности шкалы. Описывается демографическая специфика ответов по отдельным пунктам методики (на основании групп по полу и возрасту). Оценивается использование весовых коэффициентов для полной и сокращенной версий L-шкалы. Проанализированы уровни, указывающие на неискренние ответы респондентов.

По результатам анализа сделано предположение о том, что данную методику следует считать интегральным индексом. Последнее снимает проблему низкой внутренней согласованности методики, а также открывает дополнительные возможности для ее анализа и использования.

Ключевые слова: *L-шкала, искренность в массовых опросах, взвешивание*

Вступление

Согласно современной терминологии, ошибки в опросных исследованиях делятся на ошибки выборки (sampling error) и ошибки, не связанные с выборочными процедурами (nonsampling error). Ко второй группе, например, относятся измерительные ошибки, ошибки вследствие неотчетов и действий интервьюеров. Все они вносят те или иные смещения, ухудшающие финальные результаты, призванные отображать генеральную совокупность [McNabb, 2014: p. 42–46].

Одним из важных источников возникновения ошибок в опросных исследованиях являются вопросы анкеты, вызывающие опасения респондентов. Для оценки соответствующих смещений используются специальные

методики. В самом общем виде их можно разделить на тесты, оценивающие искренность респондентов (см., напр.: [Crowne et al., 1960; Groth-Marnat, 2003: р. 244–245]), а также более общие измерительные инструменты для оценки респондента в качестве надежного источника социальной информации [Головаха и др., 2008].

Данная статья ставит своей целью рассмотрение результатов использования *L*-шкалы (шкалы лжи) Миннесотского многофазного личностного перечня (*MMPI*), относящейся к первой категории указанных инструментов. Ценность анализа заключается в том, что соответствующие результаты получены в рамках репрезентативного опроса в Украине (Институт социологии НАН Украины, 2006).

Особенности опросника исследования, а также наличие результатов трех дополнительных методических опросов с применением *L*-шкалы позволили рассмотреть следующие аспекты:

- показатели надежности;
- демографическая специфика ответов на индикаторы шкалы;
- применение весовых коэффициентов;
- уровни (не)искренности респондентов.

К упомянутым опросам относятся следующие: 1) Омнибус “Украинское общество” (Институт социологии НАН Украины, 2006 год, $N = 1800$, средний возраст — 45 лет, соотношение мужчин и женщин в выборке — 45% и 55%). 2) Онлайн опрос среди пользователей социальных сетей (2016 год, $N = 380$, средний возраст — 25 лет, соотношение мужчин и женщин в выборке — 28% и 72%)¹. 3) Опрос среди пациентов Черниговской областной психоневрологической больницы (2016 год, $N = 181$, средний возраст — 44 года, соотношение мужчин и женщин в выборке — 50% и 50%). 4) Методический опрос А.Мягкова [Мягков, 2002] (2002 год, $N = 387$, данные о демографических параметрах отсутствуют).

Показатели надежности *L*-шкалы

Прежде всего рассмотрим распределение ответов по всем показателям шкалы с целью выявления тех из них, которые чаще срабатывают как индикаторы социальной желательности (см. табл. 1). Как видно, пункты шкалы существенно различаются с точки зрения выявления установки на социально одобряемые ответы. Конечно же, если мы исходим из того, что все они работают именно на решение этой задачи. Так, поскольку *MMPI* был разработан более 70 лет назад, можно предположить, что отдельные показатели из *L*-шкалы изменили свое смысловое содержание. Еще одной возможной причиной, влияющей на распределение ответов, может быть особенность формулировок различных индикаторов.

Вместе с тем на данном этапе примем рабочую гипотезу, согласно которой все утверждения направлены на выявление установки на социально одобряемые ответы в ходе опроса, то есть имеют своей основой общую латентную переменную. Только в этом случае есть смысл проверки надежности *L*-шкалы в части ее внутренней согласованности.

¹ Данное исследование было проведено совместно с кафедрой методологии и методов социологических исследований КНУ им. Тараса Шевченко.

Таблица 1

Количество ответов “Согласен” по индикаторам *L*-шкалы, %¹

№	Индикатор	ИС НАНУ	Онлайн	ЧОПНБ
1	Временами мне в голову приходят такие нехорошие мысли, что о них лучше не рассказывать	57,5	66,0	61,9
2	Иногда мне хочется выругаться	78,3	80,1	61,1
3	Я не всегда говорю правду	61,5	81,5	59,1
4	Я не каждый день читаю передовицы в газетах	81,6	78,2	84,7
5	Иногда я бываю сердитым(-ой)	89,1	92,5	77,5
6	Иногда я откладываю на завтра то, что можно сделать сегодня	77,6	95,0	70,2
7	Иногда, когда я плохо себя чувствую, я бываю раздражительным(-ой)	83,6	93,6	76,0
8	Мои манеры за столом у себя дома не так хороши, как в гостях	46,8	52,8	42,0
9	Я перехожу улицу в неполюженном месте, когда уверен(-а), что меня не заметит милиционер	50,5	38,7	43,8
10	В игре мне приятнее выигрывать, чем проигрывать	80,4	81,2	83,8
11	Мне нравится иметь значимых людей среди моих знакомых, так как это повышает мой престиж	55,9	44,5	64,4
12	Не все, кого я знаю, мне нравятся	85,7	93,6	82,1
13	Иногда я могу немного посплетничать	66,8	80,4	57,1
14	Иногда я даю хорошую оценку людям, о которых знаю очень мало	55,1	77,3	66,7
15	Бывает, что я смеюсь по поводу неприличной шутки	65,4	89,5	54,4
Среднее значение суммарного индекса		4,64	3,55	5,02

Используя подход, предложенный в статье А.Мягкова [Мягков, 2002: с. 121–123], проанализируем взаимосвязь пунктов шкалы друг с другом с помощью коэффициента контингенции, взаимосвязь каждого пункта с суммарным индексом *L*-шкалы с помощью η -коэффициента, внутреннюю согласованность с помощью α Кронбаха и согласованность двух частей шкалы с помощью коэффициента Спирмена–Брауна.

Взаимосвязь пунктов *L*-шкалы друг с другом. В своей работе А.Мягков привел всю корреляционную матрицу, а также подсчитал среднюю силу связи с другими пунктами для каждого индикатора и указал по каждому из них количество статистически значимых взаимосвязей. Здесь я ограничусь лишь средней силой связи и количеством статистически значимых отношений (см. табл. 2).

¹ Здесь и далее в таблицах используются следующие сокращения: ИС НАНУ – Омнибус “Украинское общество”, Онлайн – Онлайн опрос среди пользователей социальных сетей, ЧОПНБ – Опрос среди пациентов Черниговской областной психоневрологической больницы, Мягков – методический опрос А.Мягкова.

При этом, чтобы обеспечить корректность сравнения числа значимых связей, размер выборки социологического мониторинга “Украинское общество” был согласован с соответствующей характеристикой исследования А.Мягкова ($N = 387$). Для этого из массива мониторингового исследования была извлечена выборка требуемого размера, на основании которой и проводился расчет коэффициентов контингенции.

Таблица 2

Взаимосвязь между пунктами *L*-шкалы

№ индикатора	Среднее значение коэффициента контингенции				Число значимых связей			
	ИС НАНУ	Онлайн	ЧОПНБ	Мягков	ИС НАНУ	Онлайн	ЧОПНБ	Мягков
1	0,154	0,093	0,151	0,131	12	7	10	7
2	0,207	0,113	0,173	0,110	14	9	9	7
3	0,214	0,132	0,114	0,122	14	10	6	8
4	0,193	0,046	0,089	0,055	14	3	3	4
5	0,184	0,120	0,121	0,094	11	9	4	4
6	0,186	0,042	0,130	0,131	14	3	5	8
7	0,201	0,112	0,157	0,075	14	7	8	4
8	0,188	0,098	0,115	0,090	13	7	5	5
9	0,179	0,100	0,169	0,102	12	8	10	7
10	0,170	0,096	0,118	0,054	13	9	6	2
11	0,182	0,077	0,071	0,063	14	7	3	3
12	0,162	0,068	0,121	0,053	12	4	8	1
13	0,175	0,110	0,175	0,132	14	9	9	3
14	0,160	0,069	0,115	0,101	12	4	5	7
15	0,212	0,097	0,176	0,097	14	5	12	4
Среднее	0,185	0,092	0,133	0,094				

Таким образом, результаты социологического мониторинга в целом показывают более тесную взаимосвязь между пунктами шкалы, и в подавляющем большинстве случаев они являются статистически значимыми. Далее, если говорить только о силе связи, идет опрос среди пациентов психоневрологической больницы. Сравнить здесь количество статистически значимых отношений сложно по причине меньшей выборки этого опроса. Но даже несмотря на это, как минимум три пункта (№ 1, 9, 15) показывают достаточно большое количество статистически значимых взаимосвязей. Оставшиеся два опроса демонстрируют достаточно посредственные результаты взаимосвязанности различных пунктов шкалы.

*Взаимосвязь пунктов *L*-шкалы с суммарным индексом.* С учетом предыдущих результатов ожидаемым результатом расчета η -коэффициентов были их более высокие значения для мониторингового массива (см. табл. 3). Поскольку в исследовании А.Мягкова все связи были статистически значимыми, для расчетов по мониторинговым данным я использовал все наблюдения.

Взаимосвязь пунктов *L*-шкалы с суммарным индексом

№ индикатора	ИС НАНУ	Онлайн	ЧОПНБ	Мягков
1	0,479	0,454	0,478	0,482
2	0,529	0,420	0,533	0,226
3	0,553	0,485	0,389	0,380
4	0,422	0,217	0,297	0,214
5	0,456	0,383	0,356	0,155
6	0,507	0,185	0,445	0,401
7	0,471	0,377	0,469	0,282
8	0,521	0,465	0,407	0,417
9	0,488	0,474	0,531	0,401
10	0,434	0,420	0,370	0,180
11	0,432	0,367	0,277	0,300
12	0,388	0,269	0,374	0,224
13	0,486	0,449	0,554	0,433
14	0,454	0,357	0,412	0,487
15	0,558	0,340	0,546	0,374
Среднее значение	0,479	0,377	0,429	0,330

Данные мониторингового опроса, а также опроса среди пациентов психоневрологической больницы показывают достаточно хорошие результаты. Результаты онлайн опроса можно назвать приемлемыми, в то время как опрос А.Мягкова дает достаточно слабый итог.

Внутренняя согласованность (α Кронбаха). Если в опросе А.Мягкова α Кронбаха была установлена на уровне всего лишь 0,44, то в онлайн опросе она составила 0,57, в опросе пациентов психоневрологической больницы — 0,70, а в мониторинговом исследовании “Украинское общество” — 0,76. Результаты весьма неоднозначные.

Согласованность двух частей шкалы (коэффициент Спирмена–Брауна). Схожая с внутренней согласованностью картина наблюдается и при вычислении показателей надежности в рамках модели *split-half*. Наивысшие результаты зафиксированы для мониторингового опроса (0,79), несколько ниже — для опроса пациентов психоневрологической больницы (0,74), посредственные — для результатов онлайн опроса (0,56), самые низкие — для опроса А.Мягкова (0,33).

Выводы и предположения. Как показывают результаты анализа, надежность *L*-шкалы существенно варьирует от одного исследования к другому. Это, в свою очередь, не позволяет сделать однозначных выводов о ее качестве по данной характеристике.

Вместе с тем следует задаться вопросом о необходимости проверки внутренней надежности *L*-шкалы. Согласно принципам социологического тестирования, которые я предложил в своей недавней публикации [Дембицкий, 2016b: с. 148], такой анализ имеет смысл только в том случае, когда

речь идет об измерительной шкале. Если же используется интегральный индекс, то оценивать внутреннюю надежность нет смысла. Лично я склоняюсь к тому, что *L*-шкала является интегральным индексом. Моя аргументация следующая.

Результаты ответов по индикаторам методики определяются не некоторой латентной переменной, а набором установок относительно социальной самопрезентации в современном обществе. Источником таких установок является целый комплекс факторов, меняющийся как от одной социальной группы к другой, так и для конкретного индивида в процессе его статусных изменений и приобретения нового социального опыта. Следовательно, говорить о некоей латентной переменной здесь проблематично. Если это допущение является верным, то распределение ответов по различным индикаторам *L*-шкалы должно показать вариативность с учетом различных демографических групп.

Демографическая специфика ответов по индикаторам L-шкалы

В соответствии с инструкцией *MMPI*, согласие с утверждениями *L*-шкалы следует рассматривать в качестве искренних ответов. Исходя из этого можно оценить степень искренности по индикаторам шкалы лжи в основных демографических группах (см. табл. 4). В целом результаты достаточно вариативные. Наименьшая искренность фиксируется для пожилых женщин по индикатору “Я перехожу улицу в неполюженном месте, когда уверен(а), что меня не заметит милиционер” (39,3%), наибольшая — для женщин среднего возраста по индикатору “Иногда я бываю сердитым(-ой)” (91,4%). Средний уровень согласия составляет 69,3% при стандартном отклонении в 14,8%.

Таблица 4

Количество ответов “согласен” на утверждения *L*-шкалы, %

Возрастная группа	Пол	
	Мужской	Женский
1	2	3
<i>1. Временами мне в голову приходят такие нехорошие мысли, что о них лучше не рассказывать</i>		
Молодежь (до 29)	53,5	56,1
Средняя (от 30 до 54)	61,8	57,7
Пожилая (от 55 и старше)	54,5	57,4
<i>2. Иногда мне хочется выругаться</i>		
Молодежь (до 29)	80,3	80,1
Средняя (от 30 до 54)	85,4	77,6
Пожилая (от 55 и старше)	80,9	67,6
<i>3. Я не всегда говорю правду</i>		
Молодежь (до 29)	71,7	69,4
Средняя (от 30 до 54)	66,8	59,3
Пожилая (от 55 и старше)	60,0	49,3

1	2	3
<i>4. Я не каждый день читаю передовицы в газетах</i>		
Молодежь (до 29)	81,8	83,2
Средняя (от 30 до 54)	81,7	82,8
Пожилая (от 55 и старше)	81,4	79,1
<i>5. Иногда я бываю сердитым(-ой)</i>		
Молодежь (до 29)	86,9	90,3
Средняя (от 30 до 54)	90,8	91,4
Пожилая (от 55 и старше)	88,2	85,7
<i>6. Иногда я откладываю на завтра то, что можно сделать сегодня</i>		
Молодежь (до 29)	80,8	82,7
Средняя (от 30 до 54)	81,0	75,8
Пожилая (от 55 и старше)	78,2	70,9
<i>7. Иногда, когда я плохо себя чувствую, я бываю раздражительным(-ой)</i>		
Молодежь (до 29)	81,2	86,8
Средняя (от 30 до 54)	82,3	86,5
Пожилая (от 55 и старше)	82,7	81,6
<i>8. Мои манеры за столом у себя дома не так хороши, как в гостях</i>		
Молодежь (до 29)	47,2	42,3
Средняя (от 30 до 54)	50,4	45,2
Пожилая (от 55 и старше)	48,2	45,9
<i>9. Я перехожу улицу в неположенном месте, когда уверен(-а), что меня не заметит милиционер</i>		
Молодежь (до 29)	56,6	52,6
Средняя (от 30 до 54)	57,1	51,5
Пожилая (от 55 и старше)	48,2	39,3
<i>10. В игре мне приятнее выигрывать, чем проигрывать</i>		
Молодежь (до 29)	81,3	81,6
Средняя (от 30 до 54)	86,2	76,7
Пожилая (от 55 и старше)	84,5	74,8
<i>11. Мне нравится иметь значимых людей среди моих знакомых, так как это повышает мой престиж</i>		
Молодежь (до 29)	66,7	54,6
Средняя (от 30 до 54)	61,3	55,7
Пожилая (от 55 и старше)	47,3	50,4
<i>12. Не все, кого я знаю, мне нравятся</i>		
Молодежь (до 29)	86,4	86,3
Средняя (от 30 до 54)	86,2	87,4
Пожилая (от 55 и старше)	85,0	83,0
<i>13. Иногда я могу немного посплетничать</i>		
Молодежь (до 29)	53,5	82,7
Средняя (от 30 до 54)	55,5	80,2
Пожилая (от 55 и старше)	49,8	72,0

Окончание табл. 4

1	2	3
14. Иногда я даю хорошую оценку людям, о которых знаю очень мало		
Молодежь (до 29)	57,6	65,5
Средняя (от 30 до 54)	50,8	56,1
Пожилая (от 55 и старше)	53,2	52,5
15. Бывает, что я смеюсь по поводу неприличной шутки		
Молодежь (до 29)	79,3	70,6
Средняя (от 30 до 54)	75,1	61,5
Пожилая (от 55 и старше)	63,6	50,0

На основании приведенных данных индикаторы *L*-шкалы можно сгруппировать по схожести. Для решения этой задачи применяется иерархический кластерный анализ. В качестве входящих данных использованы шесть переменных — степень согласия с утверждениями методики для каждой из шести демографических групп. По результатам кластерного анализа было выделено 6 групп со следующими центроидами (см. табл. 5).

Таблица 5

Центроиды для групп на основании утверждений *L*-шкалы, %

Группа	Демографическая группа						Утверждения
	М., до 29	М., 30-54	М., от 55	Ж., до 29	Ж., 30-54	Ж., от 55	
1	58,6	57,8	50,8	57,2	55,3	49,9	1, 9, 11, 14
2	80,8	84,2	81,2	81,5	76,7	71,1	2, 6, 10
3	75,5	71,0	61,8	70,0	60,4	49,7	3, 15
4	84,1	85,3	84,3	86,7	87,0	82,4	4, 5, 7, 12
5	47,2	50,4	48,2	42,3	45,2	45,9	8
6	53,5	55,5	49,8	82,7	80,2	72,0	13

Прежде чем интерпретировать полученные результаты, следует оговорить важный аспект использования методики. Фактически, высокая степень согласия по тому или иному индикатору в общей популяции указывает на то, что не соглашаться с ним будут респонденты с высоким уровнем психологической защиты или сильным желанием презентовать себя с лучшей стороны. Обратное будет справедливо для утверждений с более низкой степенью согласия — они выявляют более слабые и широко распространенные механизмы психологической защиты.

Возвращаясь к характеристикам полученных групп, следует сказать, что в самом общем виде их можно разделить на два подмножества. Первое состоит из групп, показывающих одинаковые паттерны согласия с утверждениями среди мужчин и женщин (группы № 1, 4, 5). Второе подмножество включает группы, в которых мужчины и женщины по-разному реагируют на индикаторы методики (группы № 2, 3, 6).

Рассмотрим каждую группу более подробно. Прежде всего обратим внимание на группу № 5. Соответствующее утверждение получает наименьшую степень согласия респондентов, а значит выявляет наиболее распространен-

ные механизмы психологической защиты. Уровень согласия с ним среди мужчин различных возрастных групп приблизительно одинаковый, то же самое справедливо и относительно женской части ответов. При этом уровень согласия для женщин несколько ниже по сравнению с мужчинами. В целом достаточно высокая гомогенность уровней согласия в различных демографических группах говорит об универсальности 8-го утверждения в качестве индикатора склонности презентовать себя с лучшей стороны.

Группа № 1 также показывает весьма низкий уровень согласия как среди мужчин, так и среди женщин. Спецификой этой группы является то, что степень согласия несколько падает для пожилых респондентов (и мужчин, и женщин). Схожесть ответов мужчин и женщин также позволяет говорить об универсальности утверждений этой группы.

В противоположность группам № 1 и 5 утверждения группы № 4 показывают высокую степень согласия, что говорит о их пригодности для выявления наиболее сильных механизмов психологической защиты. В пользу универсальности соответствующих утверждений говорят минимальные расхождения в различных демографических группах.

Оставшиеся группы специфичны с точки зрения уровня согласия с индикаторами *L*-шкалы в различных группах. Группа № 2 показывает высокое согласие для всех групп мужчин. Для женщин этот показатель также достаточно выражен, но падает с увеличением возраста. Группа № 3 показывает в целом несколько более высокое согласие среди мужчин, а также уменьшение уровня согласия с увеличением возраста. Группа № 6 и вовсе показывает низкое согласие среди мужчин и высокое среди женщин. Как видим, образ “сплетника” значительно неприятнее, чем “сплетницы”.

Если согласиться с разделением утверждений методики на универсальные и специфичные, то наряду с использованием полного варианта шкалы лжи вырисовывается ее сокращённая версия на основании менее чувствительных к особенностям различных демографических групп индикаторов, включающих утверждения № 1, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 14.

Кроме того, используя логику разделения механизмов психологической защиты на сильные и слабые, а также опираясь на демографические различия, можно рассчитать для каждого индикатора дифференцированные весовые коэффициенты. Это, в свою очередь, позволит построить альтернативную версию шкалы лжи с учетом ответов по всем индикаторам методики.

Весовые коэффициенты индикаторов L-шкалы

Весовые коэффициенты следует присваивать таким образом, чтобы сильные механизмы психологической защиты вносили больший по сравнению со слабыми вклад в итоговый индекс. Для решения этой задачи можно использовать результаты, приведенные в таблице 4. В этом случае каждый индикатор имеет шесть возможных весовых коэффициентов, используемых в соответствии с демографической категорией того или иного респондента (на основании пола и возрастной группы). В качестве величин весовых коэффициентов я предлагаю использовать долю ответов “согласен” в той демографической группе, к которой относится респондент.

Следовательно, если в оригинальной методике за каждое несогласие респондент получает один балл по *L*-шкале, то при использовании весовых

коэффициентов он получает количество баллов, равное единице, умноженной на весовой коэффициент (что, по сути, равно самому весовому коэффициенту).

Конечно же, использование взвешенного индекса *L*-шкалы имеет смысл только в том случае, когда он позволяет оценивать искренность респондентов эффективнее, чем оригинальный. Поэтому далее предпринята попытка сравнения четырех индексов: оригинального без взвешивания, сокращенного без взвешивания, оригинального после взвешивания, сокращенного после взвешивания. Расчет взвешенных коэффициентов осуществлен с помощью языка программирования *R* (см. Приложение 1).

Поскольку я был ограничен переменными используемого массива, мне не удалось продемонстрировать сильные взаимосвязи между ответами на вопросы, которые могут вызывать опасения респондентов, и индексами на основании индикаторов *L*-шкалы. В качестве соответствующих переменных использованы: оценка важности базовых ценностей (материальное благосостояние, крепкое здоровье и крепкая семья), покупка спиртных напитков к праздникам и другим знаменательным датам, а также враждебность (измеренная с помощью подшкалы враждебности из психологического теста *SCL-90-R*¹) (см. Приложение 2). Но прежде, чем перейти к анализу соответствующих результатов, рассмотрим, как различные варианты индексов взаимосвязаны между собой.

Ожидаемо взаимосвязь между различными индексами очень высокая (см. табл. 6). Особенно это справедливо в отношении силы связи между сокращенными и полными версиями.

Таблица 6

Взаимосвязь между значениями различных вариантов *L*-шкалы, *r*

Вариант индекса	СИ	ВОИ	ВСИ
Оригинальный индекс (ОИ)	0,93	0,99	0,91
Сокращенный индекс (СИ)		0,91	0,98
Взвешенный оригинальный индекс (ВОИ)	0,91		0,92
Взвешенный сокращенный индекс (ВСИ)	0,98	0,92	

Учитывая такую тесную взаимосвязь, важно понимать, оправданно ли сокращение и/или взвешивание с точки зрения задач, которые должна решать *L*-шкала.

L-шкала и базовые ценности². Отрицание важности материального благосостояния, крепкого здоровья и крепкой семьи навряд ли может указывать на желание представить себя с лучшей стороны. Скорее всего, главной причиной являются скрытые проблемы и нежелание говорить правду само-

1 Речь идет о тесте для измерения психологического дистресса, автором которого является Л.Дерогатис [Derogatis, 2004].

2 Для фиксации ответов о важности различных ценностей использовалась шкала со следующими вариантами ответов: “совсем не важно”, “скорее не важно”, “сложно ответить, важно или нет”, “скорее важно”, “очень важно”.

му себе, что в свою очередь должно накладывать отпечаток на восприятие окружающей действительности и на то, как на нее реагируют (см. табл. 7).

Таблица 7

**Взаимосвязь значений различных вариантов *L*-шкалы
с оценкой важности базовых ценностей, *r***

Ценность	ОИ	СИ	ВОИ	ВСИ
Материальное благосостояние	-0,130	-0,129	-0,150	-0,153
Крепкое здоровье	-0,148	-0,140	-0,173	-0,174
Крепкая семья	-0,131	-0,132	-0,148	-0,156

Интересным результатом здесь является то, что взвешенные индексы показывают более тесную взаимосвязь, чем невзвешенные. Объяснить это можно тем, что больший вес получают утверждения, связанные с более сильными механизмами психологической защиты. Именно последние должны срабатывать, когда респондент низко оценивает важность базовых ценностей.

L-шкала и покупка спиртных напитков¹. В отличие от предыдущего случая, покупка спиртных напитков является типичным примером поведения, которое может вызвать опасения во время ответов на анкетные вопросы (см. табл. 8).

Таблица 8

**Взаимосвязь значений различных вариантов *L*-шкалы
с наличием факта покупки спиртных напитков, *r***

Переменная	ОИ	СИ	ВОИ	ВСИ
Покупка спиртных напитков за последние 12 месяцев	-0,189	-0,136	-0,184	-0,133

Здесь больший вес для отдельных индикаторов не срабатывает, так как разговор о спиртных напитках задействует не сильные, а обычные или широко распространенные механизмы психологической защиты. Поэтому вопрос воспринимается самыми разными группами респондентов в качестве в одинаковой степени неудобного. Логичным следствием является то, что большое количество индикаторов ведет к большей эффективности индекса.

L-шкала и враждебность. Говорить о своей враждебности не принято. Поэтому здесь должны срабатывать распространенные механизмы психологической защиты. Еще одним важным моментом, который следует учесть в данном случае, является специфика формулировок, используемых в SCL-90-R. Как я показал в одном из своих исследований [Дембицкий, 2016а], они мало пригодны для социологических опросов, так как способствуют смещению ответов к меньшим градациям шкалы, снижая тем самым итоговое значение по методике в целом и ее подшкалам в частности. В этом смысле подшкала враждебности не является исключением (см. рис.).

¹ Для фиксации ответов про покупку спиртных напитков использовалась дихотомическая шкала со следующими вариантами ответов: “да”, “нет”.

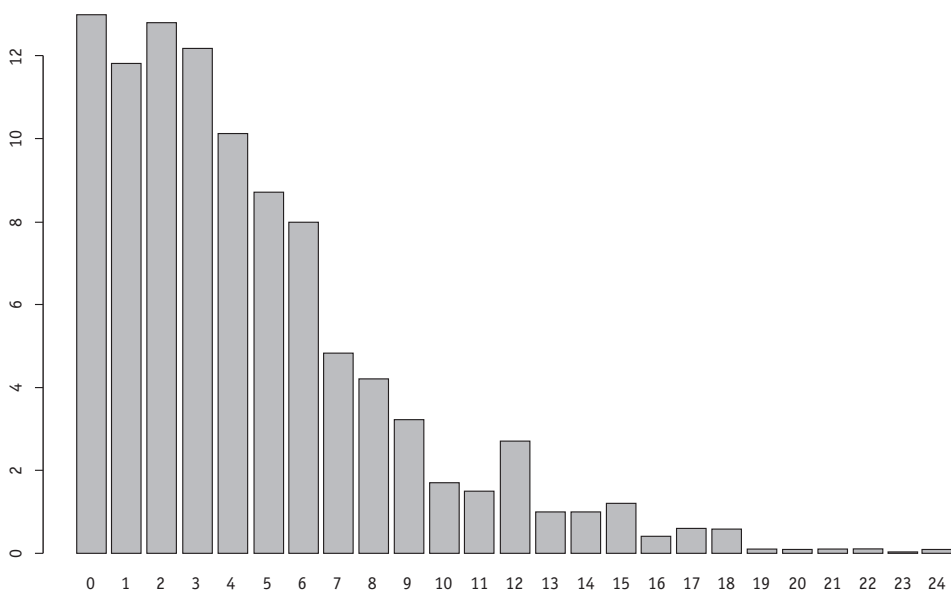


Рис. Распределение суммарных значений для подшкалы враждебности (SCL-90-R), %

Поэтому наряду с использованием всех наблюдений рассмотрим также результаты корреляционного анализа для подвыборки, из которой исключены респонденты с “нулевой” враждебностью (см. табл. 9). Как видно, в данном случае весовые коэффициенты “играют” не в пользу качества индекса. Не спасает ситуацию даже количество индикаторов. Если же говорить о результатах анализа подвыборки, из которой исключены респонденты с “нулевой” враждебностью, то сила связи ощутимо ослабевает. При этом взвешенные индексы теряют в силе взаимосвязи больше, чем простые.

Таблица 9

Взаимосвязь значений различных вариантов *L*-шкалы с подшкалой враждебности SCL-90-R, *r*

Переменная	ОИ	СИ	ВОИ	ВСИ
Враждебность (вся выборка)	-0,168	-0,170	-0,152	-0,147
Враждебность (подвыборка без респондентов с “нулевой” враждебностью)	-0,081	-0,102	-0,056	-0,068

Какие выводы можно здесь сделать? Во-первых, респонденты с “нулевой” враждебностью многое о себе скрывают. По крайней мере, когда речь заходит об использовании SCL-90-R. Во-вторых, исходя из характера уменьшения силы взаимосвязей, в группе респондентов с “нулевой” враждебностью преобладают сильные механизмы психологической защиты.

Следующим логическим шагом в анализе ответов на утверждения *L*-шкалы является определение уровня, отделяющего достаточно искренних респондентов от тех, которые таковыми не являются.

Уровень (не)искренности респондентов

Согласно общим рекомендациям, высокие значения по *L*-шкале соответствуют границе в 66 баллов, рассчитанных на основании *T*-показателя¹. Следует учитывать и то, что для различных социальных групп граница неискренности варьирует. Так, для низко квалифицированных групп граница будет более высокой, чем для высоко квалифицированных. То же самое справедливо для более высокого статуса занятости в сравнении с более низким. В целом высокие значения по *L*-шкале говорят о том, что респондент описывает себя в очень позитивном свете. Это может быть результатом как сознательного обмана, так и нереалистичной самооценки [Groth-Marnat, 2003: р. 244–245].

В используемом массиве среднее значение для шкалы лжи равно 4,65, стандартное отклонение — 3,16. Следовательно, *T*-показатель на уровне 66 баллов приблизительно равен 10 “сырым” баллам. Количество респондентов, находящихся на этом уровне или превышающих его, равно 7,2%. В случае со взвешенной шкалой (среднее — 2,88; стандартное отклонение — 2,10) уровень высокой неискренности начинается с 6,24 “сырых” баллов, а соответствующая доля респондентов — 7,3%. Общая величина несовпадения в результатах двух классификаций респондентов с использованием указанного *T*-показателя составляет 1,6%.

Таблица 10

Среднее значение индекса для полных вариантов *L*-шкалы в зависимости от вида занятости респондента

Основной род деятельности	ОИ	ВОИ	<i>n</i>
Учеба в дневном отделении техникума, ПТУ, колледжа	3,27	2,11 (1)	15
Домашнее хозяйство или отпуск по присмотру за ребенком	4,16	2,57 (2)	92
Временное отсутствие работы	4,22	2,71 (4)	149
Работа по найму на постоянной основе	4,29	2,70 (3)	776
Учеба в вузе	4,46	2,89 (5)	72
Периодическая работа по контракту, трудовому соглашению, неполный рабочий день	4,86	3,15 (7)	59
Индивидуальная трудовая деятельность (мелкое предпринимательство, “челночество” и т.д.)	4,90	3,18 (8)	38
Частное предпринимательство, бизнес (включая фермерское)	5,19	3,38 (9)	31
Пенсия по возрасту или инвалидности	5,27	3,10 (6)	486
Сложно сказать	6,22	4,11 (10)	32
Силловые структуры (армия, милиция, СБУ)	7,71	5,24 (11)	7

Чтобы проанализировать квалификационно-статусные различия, можно обратиться к данным об основном виде занятий респондента (см. табл. 10). В соответствующих результатах не прослеживается зависимость уровня ис-

¹ *T*-показатель (*T-score*) — стандартизованный балл, имеющий распределение со средним 50 и стандартным отклонением 10.

кренности респондентов от их статусной принадлежности. Например, временно безработные и индивиды, работающие по найму, показывают практически одинаковые средние значения по *L*-шкале, а студенты техникумов, ПТУ и колледжей более искренни, чем студенты вузов¹.

Кроме того, результаты взвешенного и оригинального индекса трудно назвать достаточно согласованными. В первую очередь это касается искренности респондентов, получающих пенсию по возрасту или инвалидности. При использовании оригинального индекса они попадают в число наименее искренних групп, в случае же применения весовых коэффициентов располагаются в середине ранжированного списка.

Эти данные не столько опровергают зависимость результатов использования шкалы лжи от квалификационно-статусных характеристик индивидов, сколько показывают неприемлемость ее упрощенного использования, а также необходимость более детального изучения.

Учитывая достаточную наполненность ($n > 50$) шести из приведенных выше групп (см. табл. 10), можно рассчитать для них границу высоких показателей *L*-шкалы с использованием описанного выше подхода² (см. табл. 11).

Таблица 11

**Граница высоких значений по *L*-шкале
для некоторых социальных групп**

Основной род деятельности	ОИ	ВОИ
Домашнее хозяйство или отпуск по присмотру за ребенком	9	5,60
Временное отсутствие работы	9	5,94
Работа по найму на постоянной основе	9	5,89
Учеба в вузе	10	6,66
Периодическая работа по контракту, трудовому соглашению, неполный рабочий день	10	6,35
Пенсия по возрасту или инвалидности	11	6,61

Используя оригинальную шкалу, оценим влияние этих дифференцированных границ на показатель количества неискренних респондентов (в случае групп, для которых их собственные границы не рассчитаны, использована общая граница в 10 баллов). Для этого используем переменные относительно покупки алкоголя (см. табл. 12) и враждебности (см. табл. 13). В первом случае принято во внимание количество респондентов, указавших покупку алкоголя, во втором — артикулирующих отсутствие какой-либо враждебности.

Как видим, использование дифференцированных границ делает достаточно и недостаточно искренние группы более похожими друг на друга³. Но как бы там ни было, вопрос об уровне неискренности может быть решен однозначно только с помощью специальных методических исследований.

1 Здесь стоит отметить, что вероятность ошибочности такого вывода составляет 10% для двустороннего критерия и 5% — для одностороннего ($t = -1,7, df = 28,4$).

2 *T*-значение ≥ 66 .

3 Все различия статистически значимы на уровне $p < 0,001$.

Таблица 12

**Влияние способа установления высоких значений по L-шкале
на распределение ответов о покупке алкоголя, %**

Граница высоких значений по L-шкале	Покупали алкоголь	
	Приемлемый уровень по L-шкале	Высокий уровень по L-шкале
Общая (≥ 10)	47,2	25,5
Дифференцированная ($\geq 9 / 10 / 11$)	47,1	32,4

Таблица 13

**Влияние способа установления высоких значений по L-шкале
на распределение ответов о враждебности, %**

Граница высоких значений по L-шкале	Отрицание какой-либо враждебности	
	Приемлемый уровень по L-шкале	Высокий уровень по L-шкале
Общая (≥ 10)	10,6	44,1
Дифференцированная ($\geq 9 / 10 / 11$)	10,5	36,6

Выводы

Оценка использования L-шкалы в различных опросах существенно варьирует в зависимости от того, к какому типу измерительных инструментов мы ее относим — измерительным шкалам или интегральным индексам. Лично я склоняюсь ко второму варианту. Во-первых, это снимает проблему внутренней надежности инструмента. Во-вторых, главное внимание с инструмента в целом переносится на его отдельные индикаторы и то, как они воспринимаются различными группами респондентов. Это, в свою очередь, открывает возможность построения взвешенного варианта индекса.

Применительно к L-шкале взвешивание предполагает различные градации неискренности респондентов — начиная с “общепринятой неискренности”, когда респондент следует минимальным стандартам позитивной самопрезентации, и заканчивая ее патологическими формами, когда индивид хочет выглядеть правильно даже там, где это кажется неестественным. В целом проблема выявления сильных и слабых механизмов психологической защиты в массовых опросах требует дальнейшего исследования и осмысления. При этом наиболее актуальным направлением здесь я вижу разделение индикаторов искренности на те, которые выявляют склонность хорошо представлять себя перед другими, и те, которые выявляют склонность хорошо выглядеть перед самим собой. Вероятно, именно вторая группа будет работать эффективно, независимо от метода сбора данных.

Еще одним нетривиальным вопросом относительно использования L-шкалы является определение норм или критериев, позволяющих успешно классифицировать респондентов, склонных давать неискренние ответы. Общие рекомендации относительно использования T-значения на уровне 66 баллов выглядят достаточно формальными, а также оторванными от ис-

следовательского и социального контекста. Здесь, опять же, необходимы специальные методические исследования¹.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Синтаксис расчета взвешенного индекса для L-шкалы на основании пола и возрастной группы респондента

```
for (a in LN) {  
  for (i in 1:3) {  
    test<- prop.table(table(lieplus[[a]][lieplus$voзраст == i],  
                           lieplus$V266[lieplus$voзраст == i]),2)[1,]  
    ind<- lieplus$V266 == "Чоловіча" & lieplus$voзраст == i &  
          lieplus[[a]] == "Не згоден"  
    ind[is.na(ind)] <- F  
    lieplus$newlie[ind] <- lieplus$newlie[ind] + test[[1]]  
    ind<- lieplus$V266 == "Жіноча" & lieplus$voзраст == i &  
          lieplus[[a]] == "Не згоден"  
    ind[is.na(ind)] <- F  
    lieplus$newlie[ind] <- lieplus$newlie[ind] + test[[2]]  
  }  
}
```

, где LN — вектор с именами индикаторов шкалы лжи в массиве,
V266 — переменная с информацией о поле респондента,
voзраст — переменная с информацией о возрастной группе респондента,
newlie — взвешенные значения индекса для шкалы лжи.

Приложение 2

Индикаторы подшкалы враждебности (SCL-90-R)

Легко возникающая досада или раздражение.

Вспышки гнева, которые Вы не могли сдержать.

Импульсы причинять телесные повреждения или вред кому-либо.

Импульсы ломать или крушить что-нибудь.

То, что Вы часто вступаете в спор.

То, что Вы кричите или швыряетесь вещами.

¹ Следует отметить, что методическое исследование, проведенное Мягковым [Мягков, 2002: с. 123–126] и кроме прочего затронувшее вопрос эффективности классификации респондентов с помощью *L*-шкалы, показало неутешительные результаты.

Источники

Головаха Е. Субъективная надежность: теория и метод измерения (ИСН) / Е. Головаха, А. Горбачик, Т. Любивая, Н. Панина, В. Серeda, К. Урсyленко // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2008. — № 1. — С. 166–188.

Дембицкий С. Социологические тесты: сущность и валидизация / С. Дембицкий // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2016 б. — № 3. — С. 140–155.

Дембицкий С. Экспресс-тест SCL-9-NR: методика оценки выраженности психологического дистресса для массовых опросов / С. Дембицкий // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2016 а. — № 1. — С. 52–64.

Мяжков А. Шкала лжи из опросника MMPI: опыт экспериментальной валидизации / А. Мяжков // Социологические исследования. — 2002. — № 7. — С. 117–130.

Crowne D. A New Scale of Social Desirability Independent of Psychopathology / D. Crowne, D. Marlowe // Journal of Consulting Psychology. — 1960. — № 4. — P. 349–354.

Derogatis L. The SCL-90-R, the Brief Symptom Inventory (BSI), and the BSI-18 / L. Derogatis, M. Fitzpatrick // The use of Psychological Testing for Treatment Planning and Outcomes Assessment / ed. by Mark E. Maruish. — N.J. ; L. : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2004. — Vol. 3 : Instruments for Adults. — P. 1–42.

Groth-Marnat G. Handbook of Psychological Assessment / G. Groth-Marnat. — N.J. : Wiley, 2003. — 824 p.

McNabb D. Nonsampling error in social surveys / D. McNabb. — Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC : SAGE, 2014. — 272 p.