

Дисциплина «Качественные и количественные
методы исследования в психологии».

Лекции № 5, 6.

Наблюдение. Беседа и опрос.

Лектор: доктор биологических наук, профессор
кафедры общей и социальной психологии

Григорьев Павел Евгеньевич

vk.com/int.research

grigorievpe@cfuv.ru

Общее представление о методе наблюдения

Как метод общепсихологического значения наблюдение, в отличие от других методов этой категории (беседы, опроса, эксперимента, тестирования), неизбежно применяется в любых исследованиях и обстоятельствах. Даже если в качестве основного способа изучения объекта применяется какой-либо другой эмпирический метод, наблюдение обязательно его сопровождает, входит неотъемлемой частью в его процедуру. Так, при постановке любого опыта экспериментатор наблюдает за реакциями и поведением испытуемого, следит за соблюдением правил и условий проведения эксперимента, контролирует работу применяемых устройств и т. д. То же самое происходит при тестировании и опросе, психофизиологических измерениях и психотерапевтических воздействиях, сборе биографической информации и социально-психологических исследованиях. Пожалуй, только изучение документов может обходиться без непосредственного наблюдения за объектом исследования. Хотя косвенно исследователь использует и здесь данные наблюдения, но наблюдения других людей, в том числе за самими собой (в дневниках, переписке, автобиографиях и т. п.). Таким образом, в основе «всеобщности» наблюдения лежит неотъемлемость восприятия при использовании любых исследовательских приемов.

Общее представление о методе наблюдения

Наблюдение – это целенаправленное, организованное и фиксируемое восприятие психических явлений с целью их изучения в определенных условиях.

Из определения следуют требования, предъявляемые наблюдению: 1) наличие цели, 2) организованность (план) процесса наблюдения, 3) регистрация (фиксация) получаемых данных, 4) полнота и адекватность фиксируемого материала изучаемым явлениям при определенной избирательности (то есть наблюдать следует не всё вообще, а лишь те существенные стороны, которые релевантны цели и плану).

В процедуре наблюдения предусмотрен порядок, последовательность действий. Но этот порядок может изменяться в зависимости от складывающихся обстоятельств. Организация наблюдения сводит к минимуму вероятность пропуска существенного (особенно при неожиданных поворотах событий) и повышает вероятность обнаружения малозаметных фактов. Степень организованности может быть различной -- от минимума при случайных наблюдениях, когда имеется только психологическая установка на восприятие неожиданного, до предельно алгоритмизированных наблюдений в хорошо спланированном эксперименте.

Общее представление о методе наблюдения

Фиксации подлежат не только факты наблюдаемой психической деятельности объекта изучения, но и объективные и субъективные условия, сопутствующие обстоятельства и феномены и даже возникающие по ходу наблюдения соображения и гипотезы исследователя.

Часто несущественные и даже посторонние, на первый взгляд, события, факты, замечания впоследствии приобретают важное значение для исследователя. Поэтому пренебрегать ими не следует и желательно соответствующие сведения заносить в регистрационные документы. В качестве последних чаще всего выступает дневник наблюдения, в котором ведутся соответствующие записи, собираются протоколы разовых наблюдений, выполненные рисунки, фотографии и прочий иллюстративный материал.

Во избежание пропусков при фиксировании результатов наблюдения, а также в целях унификации данных для последующего облегчения их количественной обработки рекомендуется использовать *специальные бланки*, где приводятся определяемые задачами исследования параметры объекта, подлежащие изучению. Обычно эти параметры представлены в лаконично сформулированном виде, и задача психолога состоит в нанесении на бланк в соответствующих местах условных пометок, отражающих наличие, отсутствие или степень выраженности данной характеристики.

Пример из «Бланка для регистрации беседы» (по Ш.Гьюричевой, П. Гусниковой)

Это простое пособие для наблюдения и беседы, используемое в консультационной и клинической практике детскими психологами.

Бланк состоит из трех частей: 1) прямое наблюдение, 2) производные характеристики, 3) темы для беседы.

Для нас в данном случае наибольший интерес представляет первая часть бланка. Она содержит следующие признаки, подлежащие регистрации: 1) соматотип, походка, лицо, мимика и пантомимика, кожа, зубы, гигиена, косметика, одежда; 2) характеристики речи – голос, темп, разговорчивость, произношение, словарь, вербальные реакции; 3) общая подвижность – быстрота, точность, целенаправленность, напряженность, нарушение подвижности; 4) социальное поведение – установление контакта, изменение поведения по ходу обследования, общественные навыки, вежливость, качественные показатели социального поведения (доминантность, агрессия, аффилиация); 5) настроение – эйфория, беззаботность, счастье, ровное настроение, серьезность, изменчивость; 6) поведение в ситуациях решения задач (тестов) – отношение к заданиям, рабочие навыки, внимательность; 7) признаки невротической напряженности – движения рук, гримасы, грызение ногтей, потливость, дрожание рук и т. д.

Классификация условий (ситуаций) наблюдения

Определение наблюдения как исследовательского метода включает и фактор «определенных условий».

В самом общем виде под условиями понимается определенная ситуация, т. е. обстоятельства, в которых разворачиваются наблюдаемые события и развивается психическая деятельность объектов наблюдения.

Ситуации наблюдения могут быть расклассифицированы по различным основаниям на следующие виды: 1) естественные или искусственные; 2) управляемые или неуправляемые наблюдателем; 3) спонтанные или организованные; 4) стандартные или необычные; 5) нормальные или экстремальные; 6) игровые – учебные – производственные (трудовые) – военные – противоправные. Кроме того, по виду контактов различают ситуации: 7) непосредственные – опосредованные; 8) вербальные – неречевые; 9) кратковременные – длительные. В последнем случае речь может идти как о контактах между наблюдаемыми объектами, так и между ними и наблюдателем. Иногда различают ситуации, связанные с тем или иным видом психической деятельности, исполняемой наблюдаемым объектом, – перцептивной, мнемической, интеллектуальной, творческой, аффективной, волевой.

Целенаправленное научное наблюдение применяется в следующих основных случаях:

- 1) ориентировка в проблеме (получение материала, способствующего прояснению проблемы, уточнению вопросов, формулировке гипотез);
- 2) основной сбор данных об объекте и предмете исследования, когда другие методы неприемлемы или их применение затруднено;
- 3) дополнение, уточнение или контроль результатов, полученных другими методами;
- 4) иллюстрация предложенных теорий, гипотез, догадок.

Достоинства и недостатки метода наблюдения

Главное **достоинство** наблюдения как исследовательского метода состоит в том, что сбор информации, как правило, не влияет на ход событий и не препятствует естественности психических проявлений наблюдаемых. Обычно люди, за которыми ведется наблюдение, не знают об этом. В связи с такой неосведомленностью могут возникать этические проблемы, требующие своего квалифицированного и деликатного разрешения со стороны психолога.

К **недостаткам** метода можно отнести:

- 1) пассивную роль наблюдателя, ожидающего интересующие его события, хотя вероятность их появления не всегда высока;
- 2) трудность формализации данных, что усложняет их количественный анализ;
- 3) трудность точного установления причин наблюдаемых явлений из-за невозможности учета всех воздействующих факторов;
- 4) произвольную пристрастность наблюдателя, обусловленную некоторыми закономерностями социальной перцепции типа «эффекта ореола», «каузальной атрибуции», «контрастных представлений», эффектов «первичности» и «новизны», явлений идентификации, эмпатии, референтности и проч.

Виды наблюдения

1. Объективное – самонаблюдение.

Объективное – наблюдение со стороны, т. е. наблюдение внешних по отношению к наблюдателю объектов. Как самостоятельный способ исследований применяется во всех разделах психологии, особенно широко – в социальной психологии, в психологии развития (зоо-, сравнительная, возрастная), в педагогической психологии и большинстве отраслевых психологических дисциплин (медицинская, спортивная, политическая и т. п. психологии). Как неотъемлемый элемент входит во все эмпирические методы психологии.

Самонаблюдение (интроспекция) – наблюдение субъекта за самим собой, за актами собственного сознания и поведения. В настоящее время как самостоятельный метод применяется не часто. В качестве главного элемента входит в состав аутогенной тренировки, аутогипноза, психологического тренинга, где по инструкции требуется следить за своими переживаниями и поведением. В основном же самонаблюдение выступает как компонент различных современных методов, в которых необходим словесный отчет о своих впечатлениях, реакциях, поступках, т. е. во всех «субъективных» и во многих «проективных» методах. В опосредованном виде самонаблюдение проявляется в документальных источниках, подлежащих психологическому анализу: в письмах, дневниках, автобиографиях.

Виды наблюдения

2. Полевое (естественное) – лабораторное (искусственное).

Полевое – наблюдение за объектами в естественных условиях их повседневной жизни и деятельности. В полной мере может быть реализовано в форме объективного наблюдения. Наблюдение за самим собой в любом случае вносит элемент искусственности. Естественное наблюдение предстает обычно как самостоятельный способ сбора данных. Его совмещение с другими эмпирическими методами возможно, когда наблюдение выступает ведущим, основным приемом, а другие методы – вспомогательными, сопутствующими и разнесенными с ним во времени. Одновременное их применение неизбежно влияет на естественный ход жизнедеятельности изучаемых объектов, и тогда говорить об этом виде наблюдения уже не приходится.

Лабораторное – наблюдение в искусственно создаваемых условиях. Степень этой искусственности может быть различной: от минимума в непринужденной беседе в привычной обстановке до максимума в эксперименте с использованием специальных помещений, технических средств и принудительных инструкций. В противоположность полевому этот вид наблюдения почти всегда связан с применением других эмпирических методов: или как сопутствующий им, или как их неотъемлемый компонент. В медицинской практике эта разновидность наблюдения часто именуется клиническим наблюдением, т. е. наблюдением за пациентом в процессе его лечения.

Виды наблюдения

3. Индивидуальное – коллективное.

Индивидуальное – наблюдение, осуществляемое одним наблюдателем. Этот наблюдатель может выступать как единственным исследователем в рамках данного конкретного изучения, так и одним из группы исследователей. В последнем случае он все равно выполняет функции единственного исследователя, но уже в рамках какого-либо этапа или раздела общего исследования.

Коллективное – наблюдение, осуществляемое совместно несколькими наблюдателями. При этом совместность определяется, в первую очередь, общностью исследования (единый план, цель, методика), а не единством места и времени наблюдателей, хотя обычно предполагается одновременность наблюдения за одним и тем же объектом несколькими участниками его изучения.

Виды наблюдения

4. Случайное – преднамеренное.

Случайное – не запланированное заранее наблюдение, совершаемое в силу неожиданно сложившихся обстоятельств. Особую ценность этот вид наблюдения имеет в сфере редких явлений, предугадать которые невозможно. Например, поведение людей при внезапных стихийных бедствиях, при авариях и др. Поэтому важно, чтобы исследователь был бы заранее готов к таким ситуациям, чтобы у него была установка на неожиданное. Если он знает, что и как наблюдать в подобных условиях, то может добиться значительных успехов. Различают две разновидности случайного наблюдения: *житейское*, совершаемое любым человеком, в том числе специалистом-психологом, за самим собой и окружающими его людьми: или животными в повседневной жизни, и *профессиональное*, осуществляемое случайно в ходе профессиональной деятельности. Вторым вариантом особенно интересен, так как именно в этом случае исследователь внутренне готов к неожиданным явлениям. Таким образом в науке совершено немало открытий. Например, условный рефлекс был открыт И. П. Павловым в ходе изучения физиологии пищеварения, т.е. в исследованиях с совершенно иными целями.

Преднамеренное – заранее запланированное наблюдение, входящее в замысел исследователя и преследующее определенные цели. Понятно, что преднамеренные, а не случайные наблюдения поставляют основную массу научных сведений.

Виды наблюдения

5. Систематическое – несистематическое.

Систематическое – это преднамеренное наблюдение, совершаемое по заранее обдуманному плану и составленному графику. Систематичность здесь можно рассматривать в двух аспектах: процедурном и временном. Процедурный аспект подразумевает ясное представление целей и задач наблюдения, четкое формулирование рабочей гипотезы, определенность и упорядоченность действий наблюдателя, продуманность всей системы регистрируемых показателей поведения наблюдаемых объектов и условий среды. Временной аспект систематичности заключается в спланированности и сбалансированности многократных наблюдений, преследующих одну и ту же цель. При этом подобные многократные наблюдения могут быть направлены на один и тот же или на разные объекты, осуществляться и одним, и несколькими исследователями, входить в один или несколько исследовательских циклов. Особенно важен этот аспект систематичности в лонгитюдных исследованиях и обследованиях.

Несистематическое – это нестрогое наблюдение без определенного плана. В процедурном аспекте несистематичность может выражаться в неопределенности задач наблюдения, в непредусмотренности регистрируемых факторов, в отсутствии четкого алгоритма действий наблюдателей и т. п. Во временном аспекте несистематичность выражается в случайности совершения многократных наблюдений, хотя сами

Виды наблюдения

6. Полное – неполное.

Полное – наблюдение, при котором охватывается и фиксируется максимум доступной наблюдателю информации. Применяется с целью предельно тщательного изучения объекта. Нередко полное наблюдение осуществляется как вынужденная мера в случаях, когда заранее неизвестно, какие факторы ситуации и поведения наблюдаемых следует регистрировать, а какие не обязательно, какие считать существенными, а какие – не важными, какие можно ожидать, а какие предвидеть невозможно. Подобное положение обычно сопутствует предварительным, исследованиям, предшествующим основному исследовательскому циклу, в котором наблюдение будет уже более целенаправленным и определенным, с ограниченным полем поиска. Иногда к полному наблюдению прибегают из-за слабой подготовки и продуманности исследования на его предварительных этапах – постановки проблемы, выдвижения гипотезы и планирования.

Неполное – наблюдение, при котором внимание наблюдателя обращается на оптимальное число параметров ситуации и поведения наблюдаемых. Этот круг подлежащих регистрации сведений определяется заранее, исходя из задач и условий наблюдения. При этом, эта регламентация не запрещает наблюдателю выйти за предписанный круг вопросов, если это по ходу дела окажется необходимым или полезным, а только ориентирует его в бесконечном многообразии ситуаций наблюдения. Подобное ограничение не только «не связывает наблюдателя руки», но и, наоборот, освобождает его от текущих проблем выбора что наблюдать и что фиксировать. А это позволяет тщательнее и внимательнее следить за главным (по гипотезе исследования) и повышает вероятность обнаружения дополнительных важных (по мнению наблюдателя) фактов. В итоге

Виды наблюдения

7. Сплошное – выборочное.

Сплошное – постоянное наблюдение за объектом без перерыва. Обычно применяется при краткосрочном его изучении или при необходимости получить наиболее полную информацию о динамике изучаемых явлений.

Выборочное – наблюдение, проводимое в отдельные промежутки времени, выбираемые исследователем по своему усмотрению. Экономичнее сплошного. Целесообразно при долговременных, длительных исследованиях, а также при заполнении отдельных лакун в знаниях об известном в целом явлении.

Виды наблюдения

8. Констатирующее – оценивающее.

Констатирующее – наблюдение, при котором замечаемые явления и действия лишь фиксируются и не подлежат обсуждению . или оцениванию исследователем в ходе наблюдения. Как правило, эти зарегистрированные факты имеют однозначное толкование, не требующее текущей интерпретации.

Оценивающее – наблюдение, сопровождаемое вынесением наблюдателем оценки ситуации или фиксируемых явлений и фактов. Такое наблюдение связано с текущим выдвиганием гипотез, объединяющих процесс восприятия с объяснением.

Виды наблюдения

9. Стандартизированное – нестандартизированное.

Стандартизированное – наблюдение, осуществляемое по заранее разработанной схеме, предписывающей форму фиксации и перечень подлежащих регистрации параметров. Именно здесь используются иногда бланки наблюдения. Применяется, когда изучаемый процесс или явление в целом понятны и требуется лишь отследить их элементы, уточнить детали, получить дополнительный материал. Достоинство заключается в четкости и сравнимости данных, в возможности количественных оценок.

Нестандартизированное – нерегламентированное наблюдение, при котором описание происходящего производится наблюдателем в свободной форме. Обычно используется при разведочной фазе исследования, когда нужно сформировать общее представление об объекте и закономерностях его функционирования. Преимущество метода – в его возможности по-новому взглянуть на объект, увидеть не замеченные раньше закономерности и факты.

Виды наблюдения

10. Открытое – скрытое.

Открытое – наблюдение, при котором наблюдаемые знают о своей роли объекта исследования. При этом им обычно известен наблюдатель, хотя могут быть случаи его инкогнито. Относительная свобода действий исследователя здесь сочетается с некоторыми трудностями психологического характера. Раскрыв цели исследования, наблюдатель рискует лишиться сотрудничества или повлиять на дальнейшее поведение людей, которое может стать неестественным. Особенно эти эффекты усиливаются, если испытуемым открыт только факт наблюдения, но неизвестен наблюдатель. Это вызывает у них беспокойство, дискомфорт, попытки обнаружить наблюдателя, а следовательно, искажает обычное поведение наблюдаемого. При «раскрытом» наблюдателе люди, как показывает практика, обычно постепенно привыкают к его присутствию и после первого возбуждения переходят к более или менее естественному поведению. Однако, опасность искусственности поведения людей может возрасти и при известном наблюдателе, если он для них значим. Значимость в этом случае может выступать либо как его авторитетность, референтность, либо как возможность повлиять на дальнейшую судьбу наблюдаемого, либо как известная наблюдаемым способность наблюдателя компетентно и строго оценивать и судить их личность и поведение.

Скрытое – наблюдение, о котором испытуемым не сообщается, проводимое незаметно для них. Более распространено, чем открытое, хотя часто связано с трудностями этического порядка. Умело и деликатно разрешить эти проблемы – дело квалификации и моральных принципов психолога. Несмотря на этические проблемы, главное преимущество скрытого наблюдения – отсутствие влияния наблюдателя на испытуемых – обуславливает предпочтительное применение этой разновидности наблюдения.

Виды наблюдения

11. Включенное – невключенное.

Включенное – наблюдение, при котором наблюдатель входит в состав исследуемой группы и изучает ее изнутри. Достоинства: 1) непосредственность и яркость впечатлений; 2) возможность лучше проникнуть в атмосферу группы и лучше понять внутренний мир людей. Недостатки: 1) опасность потери объективности в оценках вследствие возможного перехода наблюдателя на позиции наблюдаемых (эффекты эмпатии и идентификации); 2) трудность строгой и полной фиксации в процессе наблюдения, что чревато пробелами и неточностями в последующем отчете. В качестве специфической разновидности включенного наблюдения следует рассматривать интроспекцию. Включенное наблюдение может осуществляться как в открытой, так и в скрытой форме. В первом случае важным условием успешности исследования является умение наблюдателя снивелировать свое особое положение в группе, не привлекать к себе излишнего внимания, не провоцировать специального к себе отношения со стороны наблюдаемых. Во втором случае главное – не «раскрыть» себя. Для этого психолог должен обладать компетентностью в той деятельности, в которой заняты наблюдаемые, выдержкой, артистическими способностями. Не всякому дано искусство естественного «внедрения» в чужие группы. Иногда разоблачение такой «подсадной утки» чревато весьма неприятными последствиями для наблюдателя. Особенно если изучаемые группы социально опасны (например, преступные группировки, специфические сообщества подростков, узко корпоративные объединения и т. п.). Кстати, подобные группы, относимые к категории «закрытых», т. е. недоступных для «чужаков», как правило, невключенному наблюдению практически не поддаются, что вынуждает исследователя идти на риск включенного скрытого наблюдения. Разновидностью включенного наблюдения является трудовой метод в эргономических и профессиографических исследованиях. Здесь психолог сам выполняет ряд

Виды наблюдения

12. Прямое – косвенное.

Прямое (непосредственное) – наблюдение, проводимое непосредственно самим наблюдателем. Косвенное (опосредованное) – наблюдение, проводимое через посредников. Обычно имеется в виду получение данных от свидетелей и участников интересующих наблюдателя событий. Разновидностями косвенного наблюдения можно считать изучение документов, освещающих исследуемые события (отчеты, переписка и т. п.), опрос, изучение биографической информации. Опосредование может осуществляться не только другими людьми, но и техническими средствами. Например, автоматически без присутствия наблюдателя работающей видео- или звукозаписывающей аппаратурой.

13. Спровоцированное – неспровоцированное.

Спровоцированное – наблюдение, в ходе которого исследователь провоцирует наблюдаемого на какие-либо действия и поступки. Этот прием употребляется обычно для акцентирования изучаемого явления и для его совпадения во времени с процедурой наблюдения. Кроме того, некоторые действия и поступки, которые желательно изучить, в обычных условиях сознательно маскируются, что сильно затрудняет их наблюдение. Например, обман в торговле. Неспровоцированное – наблюдение, процедура которого не предусматривает специального провоцирующего влияния на ход наблюдаемых событий.

Вербально-коммуникативные методы: беседа и опрос (интервью, анкетирование)

Вербально-коммуникативные методы – это группа способов получения и применения психологической информации на основе речевого (устного или письменного) общения.

Методы могут выступать как самостоятельные приемы диагностической, исследовательской, консультационной и психокоррекционной работы, так и входить в структуру других методов в качестве их естественных компонентов. Например, инструктирование в эксперименте и тестировании, психотерапевтическое собеседование, сбор биографических данных, опросы в праксиметрии и социометрии и т. д. Основные виды данного типа методов: **беседа и опрос**. Опрос реализуется двумя главными способами: *интервью и анкетированием*.

Спецификой методов является их неотъемлемость от процесса интенсивного общения исследователя с исследуемым. При этом по задаче исследования обычно требуется лишь их плодотворное взаимодействие – общение в единстве взаимодействий и взаимоотношений. Практика использования этих методов выработала и определенную специфическую терминологию. Так, в зависимости от вида метода применяющий его исследователь (или его представитель-посредник) может именоваться корреспондентом, ведущим, опрашивающим, слушающим, интервьюером, анкетером. Соответственно исследуемый может обозначаться как респондент, ведомый, отвечающий, говорящий, интервьюируемый, анкетиремый.

Беседа. Сущность и специфика психологической беседы

Беседа – это метод устного получения сведений от интересующего исследователя человека путем ведения с ним тематически направленного разговора.

Беседа как средство общения может вестись не только устно, но и письменно - беседа с другими людьми в виде переписки, виртуального общения разной степени присутствия, беседа с самим собой в виде дневника. Но беседа как эмпирический метод подразумевает именно устное общение.

Причем это общение исследуемого человека, во-первых, не с любым другим человеком, а с исследователем и, во-вторых, это общение в момент исследования, т. е. актуальное общение, а не отставленное во времени.

Письменная же беседа обоим этим условиям одновременно не удовлетворяет. Даже если «письменным собеседником» исследуемого выступает исследователь, что в научной практике явление чрезвычайно редкое, то само «собеседование» в форме переписки неизбежно затягивается во времени и пространстве и прерывается паузами. Теоретически можно представить ведение такой беседы (хотя бы с психотерапевтической целью, особенно в последнее время с развитием чатов и соц.сетей), но в практической работе исследователя подобные заочные беседы несколько проблематичны. Поэтому общепринято беседу как метод понимать в варианте устного общения (хотя бы и посредством

Сущность и специфика психологической беседы

Беседа широко применяется в социальной, медицинской, возрастной, юридической, политической психологиях. Как самостоятельный метод беседа особенно интенсивно применяется в консультативной, диагностической и психокоррекционной работе. В деятельности практического психолога беседа часто играет роль не только профессионального метода сбора психологических данных, но и средства информирования, убеждения, воспитания.

Беседа как метод неотрывна от беседы как способа человеческого общения. Поэтому квалифицированное применение беседы немыслимо без фундаментальных обще- и социально-психологических знаний, навыков общения, коммуникативной компетентности. Поскольку любое общение невозможно без восприятия людьми друг друга и без осознания ими своего «Я», постольку метод беседы теснейшим образом связан с методом наблюдения (как внешнего, так и внутреннего). Перцептивная информация, получаемая при собеседовании, зачастую не менее важна и обильна, чем информация коммуникативная. Нерасторжимая связь беседы с наблюдением – одна из характернейших ее особенностей.

Исследователь обычно старается вести беседу в свободной, непринужденной манере, стремясь «раскрыть» собеседника, раскрепостив его, расположив к себе. Тогда вероятность искренности собеседника значительно повышается. А чем он искреннее, тем выше адекватность получаемых в беседе и опросах данных исследуемой проблеме. Наиболее частыми причинами неискренности могут быть: опасение показать себя с дурной или смешной стороны; нежелание упоминать о других лицах и тем более давать им характеристики; отказ раскрывать те стороны жизни, которые респонденту представляются (правильно или ошибочно) интимными; опасения, что из беседы будут сделаны неблагоприятные выводы;

Сущность и специфика психологической беседы

Обычно очень важное значение для успешного развития беседы имеет самое начало разговора. Его первые фразы могут вызвать либо интерес и желание вступить в диалог с исследователем, либо, наоборот, стремление уклониться от него. Для поддержания хорошего контакта с собеседником исследователю рекомендуется демонстрировать свой интерес к его личности, к его проблемам, к его мнениям. Но от открытого согласия, а тем более несогласия с мнением респондента следует воздерживаться. Свое живое участие в беседе, интерес к ней исследователь может выражать мимикой, позами, жестами, интонацией, дополнительными вопросами, специфическими замечаниями типа «это очень интересно!». Беседа всегда сопровождается наблюдением за обликом и поведением исследуемого. Это наблюдение дает информацию о собеседнике, о его отношении к предмету разговора, к исследователю и сопутствующей обстановке, о его ответственности и искренности.

Специфика психологической беседы в отличие от житейской состоит в неравенстве позиций собеседников. Психолог здесь выступает, как правило, инициативной стороной, именно он направляет тематику разговора и задает вопросы. Его партнер обычно выступает в роли отвечающего на эти вопросы. Подобная асимметрия функций чревата снижением доверительности беседы. Важно, чтобы беседа не превращалась в допрос, поскольку это делает ее эффективность равной нулю.

Партнеры по беседе зачастую настроены на получение сиюминутного разрешения их проблем, ожидают советов по поведению в повседневной жизни и однозначных ответов на вопросы духовной жизни, в том числе на вопросы из категории «вечных». И психолог, ведущий беседу, должен соответствовать этой системе ожиданий. Он должен быть коммуникабелен, тактичен, толерантен, эмоционально чувствителен и отзывчив, наблюдателен и рефлексивен, хорошо эрудирован по широкому кругу

Сущность и специфика психологической беседы

Но не всегда эффективна так называемая управляемая беседа, т. е. беседа, в которой инициатива – на стороне исследователя. Иногда более продуктивной является неуправляемая форма беседы. Здесь инициатива переходит к респонденту, и беседа принимает характер исповеди. Такой вариант беседы типичен для психотерапевтической практики, когда человеку необходимо «выговориться». Тогда особое значение приобретает такое специфическое качество психолога, как умение слушать. Это качество вообще является одним из базовых для плодотворного и приятного общения, но в данном случае оно выступает как необходимый и важнейший элемент профессиональной деятельности психолога.

Слушать в беседе – это не значит просто не говорить или ждать своей очереди высказаться. Это активный процесс, требующий повышенного внимания к тому, о чем идет речь, и к тому, с кем разговаривают.

Умение слушать имеет два аспекта.

Первый – это **внешний, организационный**. Речь идет о способности сосредоточиться на теме разговора, активно участвовать в нем, поддерживая интерес к беседе со стороны партнера. Этот уровень слушания обеспечивает правильное восприятие и интеллектуальное понимание речи собеседника, но недостаточен для эмоционального понимания самого собеседника.

Второй аспект слушания – **внутренний, сопереживательный**. Даже желание говорить с другим человеком еще не гарантирует того, что он до нас «достучится», а мы его «услышим», т. е. вникнем в его проблемы, прочувствуем его боль или обиду, действительно порадуемся его успеху. Такое сопереживание может варьировать от легкого сочувствия до сильнейшей эмпатии и идентификации с партнером по

Сущность и специфика психологической беседы

Какова бы ни была форма беседы, она всегда есть обмен репликами. Эти реплики могут быть и повествовательного, и вопросительного характера. Понятно, что именно реплики исследователя направляют разговор, определяют его стратегию, а реплики респондента поставляют искомую информацию. И тогда реплики ведущего можно считать вопросами, даже если они выражены не в вопросительной форме, а реплики его партнера – ответами, даже если они выражены в вопросительной форме. Подавляющее число ответов (до 80%) в речевом общении отражает такие реакции на речь и поведение собеседника, как оценка, толкование, поддержка, уточнение и понимание. Правда, эти наблюдения относятся в основном к «свободной» беседе, т. е. к разговорам в естественной обстановке с равнозначными позициями партнеров, а не к исследовательским ситуациям с асимметрией функций собеседников. Тем не менее в психологической беседе эти тенденции, в целом, сохраняются.

Половые особенности в речевом общении (по И.Атватеру)

Когда разговаривают двое мужчин или две женщины, то они перебивают друг друга примерно одинаково часто. Но когда разговаривают мужчина и женщина, то мужчина перебивает женщину почти в два раза чаще.

Примерно одну треть времени разговора женщина собирается с мыслями, пытается восстановить то направление разговора, которое было в момент, когда ее перебили. По-видимому, мужчины склонны сосредотачиваться больше на содержании разговора, тогда как женщины больше уделяют внимания самому процессу общения. Мужчина обычно слушает внимательно только 10–15 секунд. Затем он начинает слушать самого себя и искать, что бы добавить к предмету беседы. Психологи считают, что слушать самого себя – привычка чисто мужская, которая закрепляется путем тренировки в уточнении существа разговора и приобретении навыков решения проблем. Поэтому мужчина прекращает слушать и сосредотачивается на том, как бы прервать разговор. В результате мужчины склонны слишком быстро давать готовые ответы. Они не выслушивают собеседника до конца и не задают вопросов, чтобы получить больше информации перед тем, как сделать выводы. Мужчины склонны замечать ошибки по существу разговора и вместо того, чтобы подождать также и хороших высказываний, хватаются скорее за ошибку. Женщина, слушая собеседника, скорее увидит его как личность, поймет чувства говорящего. Женщины реже перебивают собеседника, а когда перебивают их самих, то возвращаются к тем вопросам, на которых их остановили. Но это вовсе не означает, что все мужчины невосприимчивые и некорректные слушатели,

Реплики, барьеры общения

К ним относятся: 1) приказ, указание (например, «говорите яснее!», «повторите!»); 2) предупреждение, угроза («вы еще пожалеете об этом»); 3) обещание – торговля («успокойтесь, я вас выслушаю»); 4) поучение, нравоучение («это неправильно», «вам следует сделать так-то», «в наше время так не поступали»); 5) совет, рекомендация («я предлагаю вам поступить таким-то образом», «попробуйте сделать так-то»); 6) несогласие, осуждение, обвинение («вы поступили глупо», «вы ошибаетесь», «я больше не могу с вами спорить»); 7) согласие, похвала («думаю, что вы правы», «я горжусь вами»); 8) уничижение («а, все вы одинаковы», «ну что, господин Всезнайка?»); 9) брань («негодяй, вы все испортили!»); 10) интерпретация («да вы и сами не верите в то, что говорите», «теперь понятно, почему вы так поступили»); 11) успокоение, утешение («все ошибаются», «я тоже расстроен этим»); 12) допрос («как вы намерены поступить?», «кто вам это сказал?»); 13) увод от проблемы, отвлечение, отшучивание («поговорим о другом», «выкиньте это из головы», «ха-ха, это несерьезно!»).

Такие реплики часто нарушают ход мысли собеседника, сбивают его с толку, заставляют прибегать к защите, могут вызвать раздражение и даже возмущение. Конечно, реакции на эти «барьеры» ситуативны, и необязательно совет должен вызвать раздражение, а тем более похвала – возмущение. Но такие негативные для общения реакции

Основные способы ведения и виды психологической беседы

Можно говорить о двух видах беседы: **управляемой и неуправляемой**. В первом случае говорят о ведении беседы с помощью **рефлексивного** слушания, во втором – **нерефлексивного**. Отдельно выделяют также технику эмпатического слушания, а также специфические виды бесед (см. далее).

Нерефлексивное слушание – это «умение внимательно молчать». В нем может быть выражено и одобрение, и понимание, и поддержка, и сочувствие, поскольку и минимумом слов вкупе с невербальной коммуникацией можно сообщить многое. Зачастую эта техника «собеседования» является весьма продуктивной, а в некоторых случаях и единственно возможной для эффективного общения и получения психологической информации, так как большинство людей предпочитает говорить, нежели слушать. И.Атватер приводит следующие типичные ситуации, в которых применение нерефлексивного слушания особенно полезно:

1. Собеседник горит желанием высказать свое отношение к чему-либо или выразить свою точку зрения. И это следует поощрить в начале психотерапевтической беседы в целях диагностики, при интервьюировании, в ходе собеседования при профотборе.
2. Собеседник хочет обсудить наболевшие проблемы. Ему важно «выговориться» самому, что скажут другие - ему безразлично. Особенно целесообразна такая разрядка в напряженных ситуациях, что типично для психотерапевтических сеансов.
3. Говорящий испытывает трудности в выражении своих проблем. Невмешательство в его речь облегчает ему самовыражение.
4. Эмоциональная закрепощенность собеседника, вызванная превосходством позиции партнера. Это превосходство может пренебрегать не разделяющий в социальном

Неуправляемая беседа и неререфлексивное слушание

Все эти ситуации связаны со стремлением человека найти себе слушателя, своеобразный «резонатор», а не советчика. Однако неререфлексивное слушание – прием тонкий. Им следует пользоваться осторожно, поскольку легко ошибиться и переусердствовать в молчании.

Одной из распространенных ошибок является убеждение, что другие готовы говорить всегда, когда мы их готовы слушать. Чаще происходит обратное: люди хотят нам сказать, когда это удобно им, а не нам. Неререфлексивное слушание чревато еще двумя опасностями для исследователя. Во-первых, если слушатель не разделяет взглядов и мнений говорящего, но демонстрирует ему заинтересованность, то он может быть обвинен в лицемерии. Особенно, если говорящий вначале уверился в общности их позиций, приняв понимание за согласие и сочувствие, а впоследствии осознал свой промах. Поэтому, чтобы не нарушать этику психолога, исследователю, как только он понял, что партнер превратно истолковывает его позицию, следует сразу же объясниться. Даже если это угрожает ухудшением или прекращением общения. Вторая опасность заключается в возможности скатывания слушателя на позиции «страдальца», терпящего все словоизлияния говорящего. Для одного беседа превращается в пытку, а его участие и понимание перерастают в неприязнь, а для другого эта процедура постепенно переходит в одностороннюю болтовню с высокой вероятностью осознания своего нелепого положения с последующей обидой.

Для предотвращения подобных последствий в неуправляемой беседе, во избежание злоупотребления словоохотливым собеседником вниманием ведущего последний все же должен оптимизировать свое невмешательство.

Неуправляемая беседа и неререфлексивное слушание

Достигается это как минимальными речевыми вставками, так и средствами невербальной коммуникации. Простейшие нейтральные реплики типа «да?», «неужели?», «это очень интересно!», «понятно», «так-так», «чуть подробнее» способствуют развитию беседы, особенно в самом ее начале. Они стимулируют и вдохновляют говорящего, снимают напряженность, поддерживают его заинтересованность, демонстрируют понимание и доброжелательность слушающего. Короче, это – подкрепления, обеспечивающие поддержание необходимого уровня речевой активности собеседника. Если подобных реплик-суррогатов недостаточно, вводят так называемые «буферные фразы» типа: «Вас что-нибудь беспокоит?», «Что-то случилось?», «Вы хорошо выглядите», «У вас вид счастливого человека» и т. п. Кроме того, есть и кинетические средства (позы, жесты, мимика, контакт глаз), и паралингвистические (вокальные добавки к речевым репликам – интонация, громкость, тембральная игра), и экстралингвистические (неголосовые добавки к речи: темп речи, расстановка логических ударений и пауз, звуковые вкрапления в речь вроде покашливаний, смешков и смеха, всхлипываний, оханий, плача и др.).

Наконец, нельзя пренебрегать и возможностями пространственно-временных показателей коммуникативного процесса. Удачно выбранная дистанция между собеседниками способствует разговору, чрезмерная же близость или удаленность друг от друга препятствует его развитию. Положение лицом к лицу – это одно, а вполоборота – это другое. Разговор стоя или сидя может дать различные результаты. Вряд ли беседа будет результативной, если долгое время один партнер сидит, а другой стоит, один расположен выше, другой ниже. Цель беседы и ситуация могут предопределить и оптимальную ее длительность, необходимость в перерывах. На характер беседы и ее итоги могут оказать сильное влияние и такие пространственно-временные параметры, как теснота – простор, спешка –

Управляемая беседа и рефлексивное слушание

Управляемая беседа предполагает более активное речевое вмешательство исследователя в процесс общения с респондентом. И тогда прибегают к **рефлексивному слушанию**. Оно в дополнение к функциям нерефлексивного слушания выполняет еще и функцию контроля точности восприятия услышанного. Необходимость в таком контроле может возникнуть по разным причинам. Основные из них следующие.

Многозначность слов. Необходимо уточнить, в каком значении слово употребил говорящий. К этому же разряду можно отнести и частое несовпадение значения слова и смысла, вкладываемого в него говорящим или слушающим. Другая причина кроется в **«закодированности» многих сообщений**. Эта шифровка может быть обусловлена нежеланием обидеть или стремлением скрыть истинные мотивы, желанием подшутить и т. д. Но смысл, вкладываемый в эти иносказания говорящим, не всегда улавливается слушателем. Чтобы понять его или рассеять сомнения, требуются уточнения. Яркий пример таких ситуаций – непонимание острот человеком без чувства юмора. Еще одна причина – **трудности открытого самовыражения**, вызванные определенными условностями и традициями. Вспомним хотя бы известную пословицу: «Слово – олово, а молчание – золото». Общеизвестны немногословие и лаконичность некоторых народностей. Множество канонов вежливости ограничивают речевую активность людей. В большинстве социальных групп не принято прилюдно «изливать душу», особенно в непривычном окружении. При собеседовании люди обычно начинают свое изложение с небольшого вступления, не отражающего их главных забот, из которого не явствуют их истинные намерения. Разговоры «о погоде» – общепринятый способ уклониться от многословного общения и откровенной беседы. Не меньшие проблемы для эффективности беседы ставят и **личностные барьеры общения**: застенчивость, боязливость, подавленность, неумение излагать свои мысли, дефекты дикции и т. п..

Техника рефлексивного слушания

Техника рефлексивного слушания включает четыре основных приема раскрытия говорящего и контроля поступающей от него информации: ***выяснение, перефразирование, отражение чувств, резюмирование.***

Выяснение – это обращение к респонденту за уточнениями, помогающее сделать сообщение более понятным. В этих обращениях получают дополнительные сведения или уточняют смысл высказанного. Ни в коем случае не следует в этих запросах обращать внимание на личность говорящего. Они должны фокусироваться на его сообщении или на процессе коммуникации. Например: «Что вы имеете в виду?»; «Я не понял последней фразы»; «Объясните мне то-то». Предпочтительнее обращения, предполагающие свободный разъяснительный ответ, а не принудительный простой ответ типа «да» или «нет». Обращения первого рода приближаются к так называемым «открытым» вопросам, а второго рода – к «закрытым» вопросам. Преимущества и недостатки этих вопросов будут рассмотрены позднее при описании опросного метода.

Перефразирование – формулировка высказывания говорящего в ином виде. Сообщение говорящего переадресовывается ему, но словами слушающего. Цель – проверка точности понимания собеседника. Здесь есть доля риска исказить первоначальный смысл высказывания, но тем важнее устранить это искажение в сознании слушающего. Важно выбирать самое существенное в сообщении во избежание разъясняющих деталей, вносящих скорее путаницу, чем уточнение. Возвращение мысли теми же самыми словами нежелательно, так как буквальное повторение собеседника может вызвать у него подозрения в невнимательном слушании. Перефразирование же иными словами убеждает

Техника рефлексивного слушания

Отражение чувств – словесное выражение слушающим текущих переживаний и состояний говорящего. Желательно, чтобы высказывания были не тривиальными, отражающими внимание к собеседнику и сопереживание ему. Тем не менее допустимо и использование стандартных вступлений типа: «Кажется, что вы чувствуете то-то»; «Не чувствуете ли вы себя...». Следует при этом учитывать интенсивность чувств и состояний собеседника, применяя соответствующую градацию оценочных наречий: «Вы несколько (слегка, совершенно, сильно, чрезмерно) расстроены?».

Резюмирование – это подытоживание мыслей и чувств говорящего. Такие высказывания помогают объединить отдельные фрагменты беседы в единое целое и представить весь разговор в его смысловом и эмоциональном единстве. Слушающий получает уверенность в адекватности восприятия и понимания им разговора, а респондент осознает, насколько ему удалось передать свои мысли и переживания. Часто подобные резюме начинаются типовыми вступлениями вроде следующих: «Итак, главное заключается...», «То, что вы сказали сегодня, может означать...», «Как я понял, основная ваша идея заключается в...». Особенно полезно резюмировать при разрешении в беседе каких-либо проблем или конфликтных ситуаций, при многоплановой беседе.

Эмпатическое слушание как прием ведения беседы

Эмпатия есть способность эмоционально откликаться на чужие переживания. Это чуткость по отношению к другим.

Обычно различают две формы **эмпатии**: **сопереживание и сочувствие**.

Сопереживание понимается как переживание субъектом тех же чувств и эмоциональных состояний, что и партнер по общению.

Сочувствие – это переживание собственных эмоций и чувств по поводу аффективных переживаний другого.

Эмпатическое слушание, таким образом, заключается в улавливании чувств говорящего, сочувствии или сопереживании ему и информировании его о своей эмпатии. Элементы эмоционального соучастия в беседе присущи и нереплексивному, и рефлексивному слушанию. Специфика эмпатического слушания не в приемах получения, передачи и контроля информации (в том числе эмоциональной), а **в установке и цели**. Если целью рефлексивного слушания является точное понимание мыслей и чувств говорящего, улавливание их значения, то целью эмпатического слушания выступает проникновение в его внутренний мир, деление с ним его системы ценностей. В рефлексивном слушании акцент делается на интеллектуальном компоненте общения, в эмпатическом – на эмоциональном. Эмпатическое слушание – наиболее интимный вид общения, наиболее сокровенный вид беседы. Именно здесь можно сказать, что я, слушая собеседника, слышу не только то, что он мне говорит, но и его самого. Постигаю его индивидуальность. Упомянувшийся уже классик гуманистической психологии К. Роджерс по этому поводу писал: «Когда меня глубоко понимают и разделяют мои чувства, не проявляя при этом желания анализировать мое поведение или судить

Технические аспекты ведения беседы

Используя беседу как метод познания людей, психолог может выбрать любой из приемов ее ведения. Более того, в одном собеседовании он по ситуации может переходить от одной формы к другой или даже совмещать их.

Беседа может сопровождаться одновременной фиксацией получаемой информации, но чаще обходится без нее с целью раскрепощения партнера. Если исследователь все же решается на сопровождающую беседу регистрацию данных, то обычно дилемма состоит в выборе между письменной и звуко- или видео-записывающей формами. Считается, что письменная фиксация предпочтительнее, так как в большей степени способствует сохранению естественности ситуации, меньше отвлекает и сковывает собеседника. Для регистрации невербальных данных обычно применяются специальные сокращения, шифры, коды, которые каждый психолог вырабатывает для себя по мере приобретения опыта ведения беседы

Специфические виды беседы

- 1) терапевтическая (клиническая) беседа как метод оказания психологической помощи нуждающимся в ней (пациентам, клиентам);
- 2) «введение в эксперимент» – привлечение к сотрудничеству;
- 3) экспериментальная беседа, в которой проверяются рабочие гипотезы;
- 4) автобиографическая беседа, позволяющая выявить жизненный путь человека (или историю группы);
- 5) сбор субъективного анамнеза (сведений о личности собеседника);
- 6) сбор объективного анамнеза (сведений о знакомых собеседника);
- 7) телефонная беседа («телефон доверия») как экстренная консультационно-психологическая помощь;
- 8) интервью – метод, переходный между беседой и опросом. В интервью имеется совмещение черт беседы и опроса.
- 9) Групповая беседа – беседа, осуществляемая в групповой форме: А) как разговор одного специалиста сразу с несколькими людьми; этот вид беседы весьма распространен в психотерапии. Б) в качестве групповой можно рассматривать беседу одного исследуемого одновременно с несколькими специалистами.

Перечисленные виды беседы выступают ведущими способами реализации соответствующих эмпирических методов – рациональной психотерапии, эксперимента, тестирования, биографического метода.

Особенности беседы с детьми

Беседа с детьми – один из главных приемов работы с ними и дело куда более ответственное и сложное, чем беседа со взрослыми. Отличия и осложнения начинаются уже с того, что за психологической помощью взрослые обычно обращаются сами, по своей инициативе, а детей к психологу приводят взрослые (родители, учителя, опекуны, тренеры и т. д.). Поэтому понятно, что у детей отсутствует мотивация общения со специалистом, с ними гораздо труднее установить нужный для доверительной беседы контакт.

Отсюда вытекает ряд специфических приемов для налаживания взаимоотношений с ребенком. Один из них – *игра*. Через игру психологу проще привлечь ребенка к сотрудничеству. Для этого под рукой специалиста всегда должно быть соответствующее обеспечение: куклы, игрушки, бумага и карандаши, книжки с картинками, занимательные вещицы и т. п.

Особое требование предъявляется к речи и языку психолога, так как взрослая речь во многих случаях еще не доступна ребенку. И наоборот, для правильного понимания маленького собеседника необходимо представлять его субкультуру и владеть его словарем. А иногда даже для плодотворного общения с подростком полезно перейти на его жаргон.

Нельзя забывать также, что способности к самонаблюдению у детей еще ограничены. Поэтому очень важна правильная, т. е. сильная для понимания и способствующая нахождению ответа формулировка вопросов. Тогда вопросы выполняют еще не только функцию познания детской психики, но и развивающую функцию, т. е. помогают ребенку осознать свои переживания, чувства, отношения, мысли, способствуют их вербализации.

Особенности беседы с детьми

Наконец, еще одной немаловажной особенностью беседы с детьми является возрастная дистанция, усиливающая неравенство позиций собеседников.

Известный специалист по психологии развития Й. Шванцара считает, что возникающие вследствие этих причин трудности» смягчаются, если психолог займет позицию, определяемую принципами недирективной психотерапии:

- 1) надо создать мягкое, теплое, понимающее отношение к ребенку;
- 2) ребенка следует принимать таким, каков он есть;
- 3) дать ребенку почувствовать атмосферу снисходительности и благожелательности, чтобы он мог свободно проявлять свои чувства;
- 4) нельзя ничего осуждать или оправдывать в позициях ребенка, но надо понимать их, причем так, чтобы ребенок это почувствовал.

Поскольку важным элементом психологической беседы являются вопросы, то многие сведения, излагаемые ниже по поводу ведения опросов, приложимы и к беседе. Впрочем, как и многие сведения о беседе (особенно в части поведения и качеств исследователя) можно отнести на счет опросов, поскольку любой опрос в какой-либо мере неизбежно сопровождается разговором.

Опрос. Общие сведения об опросных методах

Опрос – это специальный способ целенаправленного получения первичной информации посредством ответов опрашиваемых людей на задаваемые им вопросы. Опросу в еще большей степени, чем беседе, свойственна асимметрия функций исследователя и исследуемого. Первый (корреспондент) занимает активную позицию задающего вопросы (опрашивающего). Вторым (респондент) занимает реактивную позицию дающего ответы (опрашиваемого).

Специфика опроса как вербально-коммуникативного метода заключается в его значительной опосредованности и больших возможностях массового проведения. Опосредованность в первую очередь заключается в наличии между исследователем и респондентом специального «инструмента» общения – совокупности вопросов, обычно заранее подготовленной и оформленной в целостную систему, именуемую вопросником. В одних типах опроса эта система представлена в явном материальном виде – список вопросов, в других – в неявном, идеальном, виде – в сознании опрашивающего. Но в любом случае вопрос выступает посредником между партнерами по опросу.

Кроме того, роль посредников во многих видах опроса могут играть различные технические средства: телефон, звуко- и видео-записывающая аппаратура, телевидение, печатная пресса (газеты, журналы), средства почтовой и телеграфной связи и т. д. В некоторых случаях, когда исследователь поручает ведение опроса своим помощникам, те выполняют функции посредника, внося во взаимоотношения исследователя с исследуемым свою долю искажений. Особенно характерна такая ситуация для массовых опросов, что даже дало повод некоторым специалистам выдвинуть к этим помощникам требование «обезличенности». Мол, устанавливая контакты с респондентами, эти люди должны действовать, как автоматы, служить лишь «техническими ассистентами», сводя к минимуму свое влияние на опрашиваемых.

Опрос. Общие сведения об опросных методах

Опосредованность опроса является и предпосылкой его использования во всех разновидностях групповой формы исследования: собственно групповой, коллективной и массовой. Особое распространение в социологической и психологической практике нашла массовая форма опроса, когда исследователь получает информацию от сотен и тысяч респондентов. И чем совершеннее становится техническая база исследований, тем совершеннее становятся и опросные технологии, что позволяет охватывать все большие и большие контингенты: людей.

Важной чертой опроса является его «фиктивный характер» и вытекающая из этого обстоятельства «беспоследственность ответа». Имеется в виду, что реакции (ответы) респондента не ведут ни к каким непосредственным последствиям или санкциям со стороны опрашивающего. Ситуации, обсуждаемые при опросе, это не актуально реальные ситуации, а воспроизводящиеся либо памятью, либо воображением. Это условные ситуации. Соответственно участие в опросе в принципе не приносит респонденту непосредственно ни пользы, ни вреда. И в значительной мере опрос имеет формальный характер. Возможные опосредованные последствия, т. е. отсроченные во времени и исходящие не от опрашивающего, исключаются обычно анонимностью опроса. И если для интервью соблюсти анонимность удается не всегда, то для анкетирования анонимность – обычная норма.

Так же, как и беседу, опрос необходимо рассматривать не просто как метод сбора данных об изучаемом объекте, но и как процесс человеческого общения. В опросе ответы получают «не от некоего среднего респондента, а от реальных живых людей, которые одних вопросов не замечают, других не понимают, на третьи отвечать не хотят». Отсюда вытекают те же требования к квалификации и личностным качествам опрашивающего что и к ведущему беседу: профессионализм

Опрос. Общие сведения об опросных методах

Опрос может применяться на любом уровне исследования: предварительное ориентирование в проблеме, разведка; основное исследование, обеспечивающее решение проблемы; контрольное исследование, подтверждающее, опровергающее, уточняющее или дополняющее результаты основного.

Наиболее интенсивно опросные методы используются в сфере социальных отношений. Поэтому главными «потребителями» и «разработчиками» этих методов являются социология и социальная психология. Активно используется опрос и во многих отраслевых социально ориентированных психологических дисциплинах: политическая, экономическая, промышленная, юридическая, медицинская психологии, психология менеджмента, бизнеса, торговли, рекламы и т. д. и т. п. Используется опрос и в исследовательских, и в диагностических целях.

Опросные методы обычно сводят к двум основным типам: 1) опрос «лицом к лицу» – интервью и 2) опосредованный опрос – анкетирование (в том числе с использованием Интернет-ресурсов и социальных сетей). Строго говоря, этот список следует дополнить третьей группой методов, а именно тестовыми личностными опросниками. И в специальной литературе можно изредка найти намеки на такую трактовку. Но в силу особой специфики тестовой процедуры и жесткой направленности этих опросников на изучение личностных характеристик человека у них на первый план выходит признак не технологический (получение ответов на вопросы), а целевой (измерение личностных качеств). И именно этот признак обычно берется за классификационный критерий при определении места личностных опросников в общей системе психологических методов. Не будем нарушать эту традицию и ограничим метод опроса двумя разновидностями: интервью и анкетирование.

Опрос. Общие сведения об опросных методах

В обоих случаях главной проблемой выступает грамотное построение системы вопросов (вопросника). Первое требование – логика построения вопросника: через него должна доставляться та информация, которая необходима по гипотезе исследования. Ответы респондентов должны помочь решить поставленные в исследовании задачи. А для получения именно таких ответов требуется задавать и соответствующие по содержанию и форме вопросы. Иначе говоря, адекватность ответов задаче исследования обеспечивается адекватностью вопросов. Достижение указанной адекватности порой встает перед исследователем как целая проблема. Дело в том, что вопросы, точно отражающие существо исследовательской задачи, часто трудно воспринимаемы и понимаемы респондентами. Эти вопросы называют исследовательскими или программными вопросами. Если же они и понимаются респондентами, то на их осмысление требуется значительное время. Тогда в целях облегчения восприятия и сокращения времени осознания этих вопросов их преобразуют в более приемлемые для опрашиваемых формы, которые именуют уже анкетными вопросами. Таким образом, программные вопросы «переводят» в анкетные – «формулируют».

Второе требование к вопроснику – надежность получаемой с его помощью информации. Это обеспечивается предельной понятностью вопросов респондентам и откровенностью их ответов. Для выполнения этих условий существует целый арсенал приемов конструирования вопросника в целом и

Рекомендации к формулированию вопросов:

1. Каждый вопрос должен быть логически отдельным. Он не должен совмещать (явно или неявно) два или более подвопроса. Например, вопрос «Какие качества личности вы считаете главными для важнейших видов человеческой деятельности?» необходимо разбить на два отдельных вопроса: «Какие виды человеческой деятельности вы считаете важнейшими?» и «Какие качества личности вы считаете главными для этих видов деятельности?».
2. Нежелательно применение малораспространенных слов, узко специализированных терминов, многозначных слов.
3. Следует стремиться к краткости, лаконичности. Длинные вопросы затрудняют их восприятие, понимание и запоминание.
4. К вопросам, касающимся малоизвестных опрашиваемому тем, допустимо сделать небольшое предисловие в виде пояснения или примера. Но сам вопрос должен оставаться кратким.
5. Вопрос должен быть, насколько это возможно, конкретным. Лучше касаться отдельных случаев, конкретных предметов и ситуаций, чем абстрактных тем и каких-либо обобщений.
6. Если в вопросе содержатся указания или намеки на возможные ответы, то спектр вариантов этих ответов должен быть исчерпывающим. Если этого не добиться, то вопрос следует переформулировать так, чтобы не было никаких подсказок. Например, вопрос студенту «Откуда вы черпаете психологическую информацию: из учебников или лекций?» явно неудачен. Источниками такой информации могут быть помимо учебников и лекций научная и художественная литература, другие люди, научные конференции, житейский опыт и т. д.
7. Вопросы не должны понуждать респондентов к неприемлемым для них ответам. Если с содержательной точки зрения этого избежать трудно, то необходимо так сформулировать вопрос, чтобы у опрашиваемого была возможность ответить без ущерба для себя, «без потери лица».
8. Формулировка вопроса должна предотвращать получение стереотипных ответов. Такие шаблонные, ни к чему не обязывающие ответы обычно очень слабо насыщены полезной для исследователя информацией.
9. Следует избегать употребления в вопросах неприятных для респондента слов и выражений, способных вызвать его негативное отношение к вопросу.
10. Недопустимы вопросы внушающего характера. Совершенно неприемлемы, например,

Разновидности вопросов

1) открытые – закрытые

Открытые, или неструктурированные, вопросы не предполагают никаких предписаний ни по форме, ни по содержанию ответов. Респондент отвечает в свободной манере. Закрытые, или структурированные, вопросы предлагают сделать выбор из перечня приводимых вариантов ответа.

Если перечень ответов к закрытому вопросу ограничен двумя альтернативными вариантами типа «да – нет», «согласен – не согласен», то вопрос относят к разряду «дихотомических». Если же в перечне содержится больше двух вариантов ответов, то это – «вопрос с множественным выбором». Здесь также могут быть вариации: либо ответы носят оценочный характер, либо констатирующий. В первом случае перечень ответов предстает как оценочная шкала, обычно двухполюсная. Тогда следует соблюсти баланс противоположных оценок. Пример рекомендуемой уравновешенности оценок: к вопросу «Как вы относитесь к...?» прикладывается пятибалльная шкала «очень хорошо – хорошо – никак – плохо – очень плохо». Преимущество подобной дифференциации по сравнению с дихотомичным вариантом очевидно, так как дает возможность более тщательного изучения отношений, мнений, переживаний испытуемого. Однако есть одна опасность: многие люди склонны при опросах избегать крайних оценок и точек зрения, несмотря на то, что их разделяют.

Разновидности вопросов

Констатирующий вариант множественного выбора предлагает набор не исключających друг друга ответов. Например, к вопросу «Какие источники политической информации вы предпочитаете?» прилагается следующий перечень ответов: 1) пресса, 2) телевидение, 3) Интернет, 4) знакомые и друзья, 5) политические собрания, 6) слухи. Обычно опрашиваемого не ограничивают в числе выборов. В нашем примере количество возможных ответов будет от одного до шести. Здесь тоже есть одна опасность: влияние на выбор ответа его места в ряду. Опрашивающие обнаруживают тенденцию к предпочтению вариантов, стоящих в начале списка. Особенно этот эффект проявляется в письменных формах опроса (анкетировании). Для его нейтрализации в массовых опросах рекомендуется одной половине респондентов давать перечень ответов в прямой последовательности, а второй половине – в обратной.

Преимущества открытых вопросов: 1) создание более естественной обстановки, что располагает опрашиваемых к откровенности; 2) возможность получения более обдуманых ответов; 3) большие возможности и высокая вероятность отражения в ответах доминирующих мотивов, чувств, интересов, мнений. Главный недостаток – трудности в обработке данных. Пространные ответы требуют последующей группировки, квантификации, дополнительного анализа и т. п.

Этот недостаток преодолевается закрытыми вопросами. Унификация ответов значительно облегчает и первичную, и вторичную обработку данных. Однако закрытие вопросов провоцирует необдуманность ответов. Они зачастую даются автоматически, без вникания в смысл вопроса, а иногда и просто, чтобы формально «отделаться» от исследователя и опроса. Бывает, что ограничения закрытых вопросов вызывают у респондента раздражение, насмешку или другие негативные

Разновидности вопросов

2) прямые – косвенные

Деление вопросов на прямые и косвенные зиждется на факторе интерпретации ответа. Если формулировка вопроса предполагает ответ, понимаемый одинаково опрашивающим и опрашиваемым, то это прямой вопрос. Если предусмотрена расшифровка ответа в ином, скрытом от опрашиваемого смысле, то это косвенный вопрос. Надобность в косвенных формах вызывается опасениями получить неадекватные ответы на прямые, или как их часто называют, вопросы «в лоб». Задавая лобовые вопросы, спрашивающий как бы встает в позу следователя. Чаще всего их использование сопряжено со стремлением выяснить причину тех или иных оценок респондентов. Например: «Почему вы так считаете?». Подобные вопросы могут поставить респондента в тупик, вызвать его раздражение. В связи с таким оттенком лобовых вопросов предпочтительнее рассматриваемую группу характеризовать как прямые вопросы, которые только иногда могут принимать характер лобовых. Искажения в ответах на прямые вопросы могут проистекать из нежелания респондента дать откровенный ответ или из неясности для него самого каких-либо его отношений, позиций, чувств. Так, люди не всегда готовы дать информацию о слишком личных, интимных аспектах их жизни, сообщить о своем мнении по дискуссионным проблемам, дать откровенную оценку щекотливым ситуациям. Часто они опасаются откровенным ответом испортить отношения с другими людьми, если это тем станет известно. Или боятся показаться смешными в глазах других, в том числе в глазах опрашивающего. Поэтому ответы на прямые вопросы зачастую свидетельствуют не о том, что респондент чувствует и думает на самом деле, а о том, что считает возможным для себя сказать в данной ситуации. В таких случаях и прибегают к косвенным вопросам, истинные цели которых для респондента замаскированы. Например, прямой вопрос: «Нравится ли вам ваш

Разновидности вопросов

3) личные – безличные

Распространенный способ замены прямого вопроса на косвенный – перевод его из личной формы в безличную. Например, вместо вопроса «Как вы считаете?...» спрашивается: «Некоторые полагают, что...» или «Какие суждения, по вашему мнению, наиболее распространены?». Ожидается, что при этом респондент ассоциирует себя с большинством. Безличная форма употребляется для выявления мнений, расходящихся с общепринятыми. Подразумеваемая вариативность ответов демонстрирует возможность любых суждений, и тогда опрашиваемый не будет выглядеть «белой вороной», если согласится с каким-то из них. Безличная форма вопроса внешне не касается отношения самого опрашиваемого к предмету обсуждения, но предполагается, что при ответе он выражает именно свою точку зрения. Однако все же часто есть опасение, что опрашиваемый в этом случае высказывает не свои! взгляды, а лишь мнения других людей, или то, чего требует, как ему кажется, объективная реальность.

Разновидности вопросов

4) субъективные – проективные

Другой способ перевода прямого вопроса в косвенный – это формулировка его применительно к третьему лицу. В такой форме вопрос носит наименование проективного. В нем речь идет не о самом опрашиваемом субъекте, а о каком-либо другом человеке (реальном или вымышленном). Например: «Как, по-вашему, поступил бы хороший специалист, если бы начальник обвинил его в некомпетентности?». Суть приема здесь та же, что для любого проективного метода: в ситуациях с многовариантным решением в ответах испытуемого проявляется его сущность, его направленность. Проективные вопросы могут быть заданы и в виде тестовых методик (преимущественно в интервью). Особо популярны в практике опросов такие проективные методики, как тест тематической апперцепции (ТАТ), завершение предложений, тест Розенцвейга, рисуночные и информационные тесты. Альтернативой проективным вопросам будут непроективные, которые уместно по аналогии с соответствующей классификацией тестов назвать субъективными.

Разновидности вопросов

5) основные – контрольные

Надежность получаемой в опросе информации поддерживается контрольными вопросами, дополняющими основные. Эти вопросы, по существу, направлены на выявление того же, что и основные, но их тематическая направленность и формулировка отличны от последних. Это внешнее отличие маскирует для опрашиваемого идентичность основных и контрольных вопросов. И в случае неискренности или несерьезного отношения респондента к опросу обнаруживается несогласование ответов на соответствующие основные и контрольные вопросы. «Строго говоря, контрольным является вопрос, в котором отрицается то, что утверждается в основном. Однако трудность выражения ответа на вопрос, содержащий отрицание, заставляет исследователей в качестве контрольных использовать вопросы, касающиеся тех же проблем, но в иных аспектах».

Часто для подобного контроля используют так называемые вопросы-ловушки. Исследователю заведомо известно, что опрашиваемый по той или иной причине не сможет ответить на такой вопрос. Но в силу невнимательности или недобросовестности респондент дает ответ и попадает в эту ловушку. Так, в некоторых исследованиях на вопросы о несуществующих фильмах 27% респондентов ответили, что смотрели их, а многие даже выразили по поводу этих фильмов различные мнения (Жебский М.И., 1985). Поскольку данные «уличенных» респондентов обычно изымаются из дальнейшей обработки, то подобные вопросы иногда называют фильтрующими. Совокупности контрольных вопросов в личностных опросниках называют шкалами лжи. Часто в роли контрольных выступают косвенные вопросы. В целом контроль надежности данных обеспечивается путем пересечения открытых и закрытых, прямых и косвенных,

Разновидности вопросов

б) трудные – легкие

Трудными в широком смысле называют любые вопросы, вызывающие какие-либо затруднения их восприятия и понимания респондентом независимо от причины этих затруднений. Чаще всего такими причинами являются лексические, логические, эмоциональные, социальные факторы, а также факторы, связанные с внушающим воздействием опрашивающего на респондента и с отношением респондента к вопросу. Понятно, что вопросы, не вызывающие таких затруднений, будут легкими.

В узкой трактовке трудными считаются вопросы, восприятие и понимание которых затруднено текстом вопроса. Главным образом это относится к письменным опросам, в меньшей степени к устным. Подобные затруднения возникают при несоблюдении приведенных выше рекомендаций по формулированию вопросов. Так, длинные высказывания, незнакомые слова, речевые штампы (особенно «суконно-бюрократические»), неконкретность вопроса, его множественность (включение в одно высказывание более одного вопроса) обязательно будут мешать нормальному усвоению вопроса. В закрытых вопросах затруднения часто связаны с неудовлетворительным представлением перечня предлагаемых ответов. Резко снижает качество восприятия громоздкость вопросов с множественным выбором, представляемым в виде сложных таблиц. Затруднения вызывают оценочные шкалы, на которых различия между градациями не очевидны. Например: «не очень доволен – скорее доволен, чем недоволен – скорее недоволен, чем доволен – не очень недоволен». Сюда же надо добавить и уже упоминавшиеся сложности, вызываемые неполнотою перечня возможных вариантов ответов. Конечно, список подобных причин затруднений можно значительно удлинить, но и приведенного достаточно для понимания существа категории «трудных вопросов».

Разновидности вопросов

7) тенденциозные – нетенденциозные

Тенденциозный вопрос – это вопрос, вынуждающий респондента принять точку зрения исследователя. Вопрос подталкивает опрашиваемого к «нужному» ответу. В вопросе уже содержится подсказка или намек на ожидаемый ответ. Например: «Следует ли мужчине уступать в транспорте место женщине?» или: «Насколько вам кажутся важными экономические проблемы?». Теоретически к тенденциозным можно отнести все закрытые вопросы, поскольку они ограничивают респондента в выборе ответа уже готовой схемой. Усугубляется эта тенденциозность, если нарушается баланс противоположных оценок и если не чередуются варианты предлагаемых ответов. В опросах очень распространен добавочный к основному вопрос, превращающий его из нетенденциозного в тенденциозный. Эта «безобидная» добавка обычно выглядит так: «Если да, то...». Подобное сопровождение специалисты считают некорректным и нецелесообразным.

Большой аккуратности требует и применение некоторых лексико-синтаксических средств, неочевидным образом влияющих на превращение вопросов в тенденциозные. В первую очередь это слова оценочного характера: плохой, хороший, реакционный, прогрессивный и т. п. Вопрос «Как вы относитесь к нелепым высказываниям такого-то?» явно тенденциозен из-за эпитета «нелепый». Не меньший эффект может произвести и неосторожное применение вводных слов и выражений типа «к сожалению», «к счастью», «не правда ли». Кстати, употребление в опросах частицы «ли» не только придает высказыванию вопросительную форму, но и привносит в него оттенок сомнения. А это сомнение респондентами часто расценивается как приглашение к отрицательному ответу.

Разновидности вопросов

8) деликатные – обычные

Деликатный вопрос – это вопрос, касающийся, по мнению респондента, тех сфер его жизни и его внутреннего мира, которые он не хотел бы раскрывать и освещать, либо считая их сугубо личными, либо полагая, что их обсуждение может нанести ему урон в глазах окружающих или в собственном мнении. Трудно ожидать искренних ответов на такие вопросы. Во многих случаях в силу внутренней неготовности респондента к ответу на этот вопрос он стремится уйти от ответа. Настойчивость опрашивающего в этом случае может привести вообще к отказу респондента от взаимодействия с ним.

Разновидности вопросов

9) простые – сложные

Деление вопросов на простые и сложные производится по критерию напряженности работы с ними респондента. Чем выше степень напряжения психических и физических сил человека при ответе, тем сложнее считается для него вопрос. Выработка ответа на сложный вопрос требует сосредоточенности, повышенных интеллектуальных и эмоциональных усилий, интенсивной волевой регуляции. С целью «вработывания» респондента в ситуацию опроса, постепенного его заинтересовывания, перехода к работе в режиме слепопроизвольного внимания исследователи часто прибегают к так называемому методу воронки. Его суть – в расположении вопросов: наиболее сложные задаются в середине опроса, в начале и в конце – вопросы попроще. Ожидается, что, «размявшись» на простых вопросах, респондент осваивается со своей ролью, чувствует себя все увереннее и, вдохновленный первыми успехами, проявляет все большую заинтересованность процедурой. После же ответов на серию сложных вопросов он утомляется, его внимание рассеивается, интерес падает. И тогда вновь следуют простые вопросы. Как сложные могут восприниматься вопросы тенденциозные, деликатные и трудные.

Разновидности вопросов

10) общие – частные

Различение общих и частных вопросов производится на основании степени их конкретности. Это может относиться к тематике вопросов, к уровню личной сопричастности респондента к обсуждаемому предмету, к выраженности высказываемых им в ответах оценок, мнений, отношений. Считается, что общие вопросы для респондента легче, поскольку не обязывают его к точным самоопределениям по отношению к предмету суждений, дают больший простор в выборе ответов, не требуют однозначных оценок, лояльнее к формулировкам ответов. При ответах на общие вопросы ниже вероятность проявления некомпетентности, поскольку можно отделаться «общими фразами». Иногда общие вопросы даже отождествляются с простыми, а те, в свою очередь, с легкими. И наоборот, частные отождествляются со сложными, а те – с тяжелыми. Конечно, определенная корреляция здесь очевидна. Однако существуют и различия, не позволяющие идентифицировать эти разновидности, выделяемые по совершенно разным критериям.

Разновидности вопросов

11) информационные – вопросы на отношение

Практика опросов свидетельствует, что многие респонденты не желая обнаружить свою некомпетентность, высказывают мнение о предметах им мало известных, а то и совершенно неизвестных. Поэтому рекомендуется сначала задавать так называемые информационные вопросы, позволяющие установить степень знакомства респондента с обсуждаемым предметом. Продолжать опрос на эту тему целесообразно только с теми респондентами, которые, по мнению исследователя, обладают необходимой информацией. И тогда именно им можно уже задавать вопросы на отношение, т. е. вопросы, выявляющие их мнение, оценку, отношение по поводу интересующего исследователя предмета. Если эти вопросы направлены на установление степени высказываемого отношения, то их иногда называют вопросами на интенсивность. Характерной разновидностью таких вопросов являются вопросы, устанавливающие степень уверенности респондента в собственной оценке или мнении. Например: «В какой мере вы уверены в своем выборе?». Понятно, что прием предварительного использования информационных вопросов легче осуществить в интервью, нежели в анкетировании. В последнем случае это возможно реализовать лишь при повторном анкетировании, после анализа предыдущих анкет, содержащих информационные вопросы.

Разновидности вопросов

12) основные и дополнительные

К дополнительным вопросам относятся те, которые направлены не на получение от респондента непосредственно интересующей по задаче исследования информации, а на способствование ее получению. Это как бы обслуживающие компоненты опроса. Без них практически невозможно наладить процесс общения с респондентом, обеспечить его эффективное восприятие и понимание многих основных вопросов, выяснить достоверность его ответов, уточнить отдельные процедурные и содержательные моменты опроса, получить дополнительную информацию, способствующую дальнейшей обработке и интерпретации данных. Тогда в разряд дополнительных следует отнести многие виды косвенных и контрольных вопросов. Несомненно, сюда же относятся информационные вопросы. Пополняют эту группу вопросы «зондирующие», «контактные», «буферные», «фильтрующие», «наводящие», «встречные» и др.

Зондирующие вопросы позволяют получить предварительное представление о знаниях и позициях респондента по какому-либо факту или явлению. Кроме того, сам опрашиваемый как бы подготавливается к теме основного вопроса, который может быть задан после такого осторожного прощупывания. Таким образом, зондирующие вопросы выполняют две главные функции: разведывательную и адаптирующую. По первой функции к зондирующим близки информационные вопросы. Иногда зондирующие вопросы применяются и в целях контроля. Понятно, что специфика зондажа предопределяет применение этого способа преимущественно в интервью.

Разновидности вопросов

Контактные вопросы – это первые обращения опрашивающего к опрашиваемому, налаживающие благоприятную атмосферу общения, заинтересовывающие респондента и располагающие его к исследователю. Как и в беседе, в опросе тоже «хорошее начало – не хуже победы». Обычно рекомендуется, чтобы контактные вопросы были простыми, общими и легкими. Они вовсе не обязательно должны содержать искомую по задаче исследования информацию. Их главная цель – наладить контакт партнеров по опросу.

Буферные вопросы предназначены для смягчения взаимовлияний основных вопросов и их блоков. В одних случаях они играют роль связующего звена между тематически разными блоками вопросов, служат своеобразными мостиками при переходе от темы к теме. В других случаях буферные вопросы играют противоположную роль – разъединительную. Это требуется зачастую потому, что ответы респондентов обусловлены не только актуально заданным вопросом, но и предшествующими. А иногда и последующими, если у него есть возможность ознакомиться со всей совокупностью вопросов сразу (например, при предварительном просмотре анкеты). При ответе на вопрос, связанный тематически или логически с каким-либо предшествующим вопросом, респондент будет согласовывать этот ответ с предыдущим. Но такое согласование часто идет вразрез с истинным мнением человека по данному вопросу. Но он действует уже по принципу: «сказавши А, говори Б». Так, если в предыдущем более общем вопросе респондент ответил, что любит животных, то ему психологически трудно ответить отрицательно на конкретный вопрос «Любите ли вы кошек?», хотя именно кошек-то он терпеть не может. И вот для смягчения подобных влияний, именуемых иногда «эффектом излучения» или «эффектом эха», между вопросами или их блоками вставляют отвлекающие буферные вопросы. Они прерывают установившийся

Разновидности вопросов

Фильтрующие вопросы позволяют отделить недостоверные ответы от достоверных. О неявном для респондента фильтре в форме вопроса-ловушки уже говорилось. Но фильтры могут быть и очевидны для опрашиваемых. Им предлагается самим не отвечать на последующий вопрос, если они не осведомлены о том, что спрашивается, или не относят себя к опрашиваемой категории. Например: «Если вы не читали эту книгу, то на следующий вопрос не отвечайте» или: «Следующий вопрос относится к лицам с высшим образованием».

Наводящие вопросы направлены на оказание помощи респонденту в нахождении и формулировании ответа на другие вопросы. Например, если опрашиваемый не может вспомнить дату какого-то события в его жизни, то ему предлагается вспомнить, где и кем он в это время работал, вспомнить другие события, связанные с интересующим исследователя. Наводящие вопросы способствуют получению так называемого «правильного» ответа, т. е. ответа, который свидетельствует, что вопрос респондентом понят правильно. «Иначе говоря, правильный ответ – это адекватный ответ. Содержание его может быть различным, истинным или ложным, прямым или уклончивым, ожидаемым или неожиданным, но главное, чтобы он являлся правильным ответом на данный вопрос». Применение наводящих вопросов чревато сползанием (часто незаметным для самого исследователя) к подсказке ответов. Уже говорилось о недопустимости вопросов внушающего характера. И надо иметь в виду, что для вопросов наводящих эта опасность особенно велика.

Встречные вопросы помогают уточнить информацию и позиции участников опроса. Обычно в них содержится легкий оттенок сомнения в истинности сказанного респондентом. Это сомнение побуждает опрашиваемого к более откровенным ответам и к более точным их формулировкам. Примеры встречных вопросов: «Вы так думаете?», «Серьезно?», «Нельзя ли это объяснить поподробнее?».

Интервью как единство беседы и опроса

Интервью является одновременно и беседой, и опросом. С беседой его сближает активное непосредственное устное речевое общение интервьюера с респондентом. Они ведут между собой интенсивный разговор на определенные темы. Однако в отличие от истинной беседы интервью характеризуется значительно большей организованностью, целенаправленностью и асимметричностью функций собеседников. Даже если процесс интервьюирования «жестко не регламентирован, он все равно ведется по заранее разработанному четкому плану.

Специфика же интервью как опросного метода, отделяющая его от анкетирования, заключается как раз в тех свойствах, которые сближают его с беседой. В первую очередь, это непосредственный характер взаимоотношений интервьюера и респондента, основанный на личном речевом взаимодействии.

Будучи одновременно беседой и опросом, интервью должно удовлетворять всем общим требованиям, предъявляемым к обоим этим методам как в части процесса проведения, так и в части квалификации и свойств исследователя. Однако у интервью как специального исследовательского метода есть и свои особенности. Рассмотрим их.

Процедура интервьюирования

Одним из главных условий успешности применения любого вербально-коммуникативного метода является благожелательная атмосфера общения исследователя с респондентом. Но для интервью это условие становится, пожалуй, ведущим требованием, не уступающим по своему значению грамотному построению вопросника. Правда, вес этого фактора может быть различен в разных видах интервью. Так, при массовых опросах, осуществляемых целой командой интервьюеров, он может быть менее значим, чем система задаваемых вопросов. Здесь в общении доминирует взаимодействие, а взаимоотношения отходят на второй план. Этот вариант интервью приближается к анкетированию. Но при индивидуальной исследовательской и диагностической работе, когда интервью, по сути дела, сближается с психологической беседой, роль межличностных отношений усиливается, и фактор хороших личных контактов с респондентом становится существеннейшим условием эффективности опроса.

Вообще-то интервью само по себе несет потенциально заряд доброжелательности, так как человек, к которому обратились с просьбой о чем-то поведать, которого выделили среди других, с которым позаботились лично поговорить, уже сам факт подобного внимания оценивает, как правило, положительно. Ему лестна роль дающего интервью. Но тем не менее этого, конечно, недостаточно для создания полноценной дружеской атмосферы интервью. Поэтому вся процедура интервьюирования нацелена

Процедура интервьюирования

В процессе интервьюирования четко различаются три фазы: вводная, основная и завершающая. Первая фаза – установление контакта с респондентом. Она является ключевым моментом создания благожелательной и деловой обстановки. Если с самого начала не добиться расположения опрашиваемого и не настроить его на взаимодействие, то впоследствии это сделать будет очень трудно. Первые фразы должны быть краткими, обоснованными и уверенными. Начинает интервьюер с представления себя и организации, уполномочившей его на опрос. Свою личную заинтересованность демонстрировать не следует. Тут же излагаются цели исследования и пояснения (если в этом возникает необходимость) по поводу того, что выбор на роль респондента пал именно на этого человека. Кстати, выбор опрашиваемого иногда связан с проблемой знакомства с ним интервьюера. Часть исследователей полагает, что лучше опрашивать своих знакомых, чтобы максимально приблизиться к условиям непринужденной беседы. Но большинство придерживается противоположного мнения. Незнакомец предпочтительнее, так как от него можно ожидать большей искренности и естественности, поскольку он не чувствует себя связанным с интервьюером какими-либо узами, не чувствует перед ним повышенной ответственности. К тому же для незнакомых гарантии анонимности опроса гораздо реальнее, чем для знакомых. После «официальной» части следует приглашение к сотрудничеству с акцентированием общественной значимости опроса и важности роли в нем данного человека. По получении согласия

Процедура интервьюирования

Для завязывания разговора и снятия налета официальности иногда прибегают к небольшим вступительным беседам на отвлеченные темы: о погоде, о спорте, о перипетиях по дороге к опрашиваемому и т. д. Итак, первые слова, первые контактные вопросы должны вызвать у опрашиваемого заинтересованность и желание дать интервью. Одновременно интервьюеру следует остерегаться панибратства, необходимо соблюдать определенную деловитость и дистанцию. Недопустима и другая крайность – подчеркивание этой дистанции и менторский тон.

Вводные слова и буферные вопросы помогают перейти к основной фазе интервью, где задаются намеченные вопросы. Достигнутый в первой фазе контакт нуждается в постоянной поддержке. При умелом ведении интервью этот контакт укрепляется, а респондент все более и более «раскрывается».

Важнейшее правило поведения интервьюера на этом этапе – *нейтральность его позиции* по отношению к предмету исследования. Он не должен высказывать своего мнения по обсуждаемым проблемам, а должен только задавать вопросы. И в этом случае опрашиваемый ставится «в несколько необычные условия, напоминающие условия экзамена или допроса». Возможный в такой ситуации дискомфорт снимается тем, что нейтральность интервьюера вовсе не означает его абсолютной бесстрастности. Он может эмоционально и интеллектуально откликаться на ответы опрашиваемого. Например, посмеяться в ответ на его шутки, вставить реплики и замечания, поддерживающие разговор и стимулирующие активность партнера, использовать невербальные средства его поддержки и одобрения. Интервьюер должен все время стимулировать у респондента желание отвечать на вопросы. Но «одобрение интервьюера должно относиться не к содержанию ответа респондента, его «правильности» или «неправильности», а к самому факту ответа».

Процедура интервьюирования

Темп ведения интервью должен быть оптимальным. В одних случаях его надо ускорить, чтобы вынудить партнера отвечать спонтанно. Особенно целесообразен ускоренный темп для вопросов, чреватых эмоциональным противодействием. В других случаях предпочтительнее медленный темп. Давая больше времени на ответ, интервьюер надеется на снижение доли необдуманых, поверхностных ответов и ответов неопределенных, типа «не знаю». Недопустимы затяжные паузы между вопросами. Они создают неловкость, а то и впечатление неподготовленности и некомпетентности исследователя, если тот долго силится вспомнить очередной вопрос или найти его в своем кондуите. Задавание вопросов по памяти считается предпочтительнее, чем по списку в руках, так как способствует более непринужденному разговору.

Ход интервью должен удовлетворять приведенным выше общим требованиям ведения опроса. Особое внимание следует обращать на соблюдение «правила воронки». Если в процессе опроса обнаруживаются противоречия в ответах респондента, интервьюер имеет два варианта их контроля. Первый уже нам известен. Это обращение к косвенным вопросам и зондированию. Вторым вариантом является в указании опрашиваемому на эти противоречия и в выяснении их причин. Этот путь требует предельной тактичности, чтобы не разрушить налаженный межличностный контакт. Обычно рекомендуется, прежде чем обратить внимание респондента на несоответствия в его ответах, дать смягчающую фразу, намекающую на вину самого интервьюера в появлении этих противоречий. Например: «Кажется, я вас неверно понял, так как раньше вы по этому поводу сказали...», «Может быть, я раньше ошибся, думая, что вы хотели сказать...».

Процедура интервьюирования

Применение вопросов разного типа должно быть сбалансированным, оптимально согласованным, поскольку обилие косвенных и контрольных вопросов может насторожить опрашиваемого, а обилие прямых вопросов – раздражить его и вызвать противодействие. Обнаружив признаки подобного беспокойства или раздражения, интервьюер должен смягчить ситуацию и перейти к другим темам. Продолжение интервью с опрашиваемым, выведенным из равновесия, отрицательным образом скажется на результатах интервью. Можно вернуться к этой теме позднее, когда опрашиваемый окончательно успокоится.

По ходу интервью респондент нередко нуждается в подтверждении анонимности опроса. Интервьюер обязан чутко улавливать эти моменты и давать соответствующие заверения.

Исчерпав все необходимые по замыслу интервью темы и вопросы, следует плавно «выйти» из него. В завершающей фазе полезно подытожить разговор. Это, во-первых, дает уверенность в правильности понимания партнерами друг друга и возможность в случае обнаружения каких-либо неясностей еще раз вернуться к ним. Во-вторых, именно по завершении содержательной части интервью уместно получить основные сведения о респонденте, подчеркнув, что это необходимо для описания выборки при дальнейшей обработке и интерпретации результатов опроса. Наконец, обязательными атрибутами завершающей фазы являются выражение благодарности респонденту за содействие и извинения за причиненное беспокойство. Желательно еще раз подчеркнуть значимость исследования в целом и роль в нем данного

Процедура интервьюирования

Иногда интервьюеру есть смысл задержаться с прощанием и уходом. К этому времени уже ослабло или совсем спало напряжение у респондента, неизбежно возникающее при интервьюировании, и он, расслабившись, может сознательно или ненароком сказать дополнительно что-нибудь важное для исследователя. При интересе опрашиваемого к окончательным результатам исследования и практическим выгодам для него интервьюер не должен раздавать никаких обещаний по итогам работы и строить фантастические прогнозы. Но он может обещать проинформировать респондента о конечных результатах исследования. Для этого он предлагает свои (или своей организации) координаты: адрес, телефон, емейл и т. п.

Продолжительность интервью зависит от его задачи и вытекающего из нее числа необходимых вопросов, а также от складывающейся ситуации и особенностей опрашиваемого. Ясно, что нетерпеливый, эмоционально неустойчивый или склонный к агрессии респондент вынуждает сократить время опроса. Человек с противоположными качествами позволяет себя «терзать» значительно дольше. Интервью «на ходу» ведет к минимизации его продолжительности, а стационарные условия располагают к длительному контакту. Выбор места и времени играют немаловажную роль в обеспечении эффективности интервью. Например, дома или на работе, на улице или в помещении, в транспорте или на стадионе – все эти пространственные характеристики в той или иной мере влияют на ход и длительность интервью. Так же важно правильно определить время встречи с опрашиваемым. Понятно, если тема интервью посвящена каким-нибудь производственным проблемам, то лучше наметить интервью на рабочее время или обеденный перерыв. После работы большинство людей будет стремиться по своим делам и общение с интервьюером будет скомкано. Короче говоря, выбор

Процедура интервьюирования

При определении оптимальной продолжительности интервью как психологического метода надо учитывать различия между «чистым» и «общим» временем и между «физическим» и «психологическим» временем. Чистое время – это затраты на вопросы и ответы, необходимые по программе исследования. Общее время включает дополнительно затраты на знакомство, вводную и заключительную части, перерывы в общении. Физическое время – это объективная длительность процессов (в нашем случае – интервьюирования), рассматриваемых в астрономической временной системе отсчета и измеряемых в точных астрономических единицах (секунды, часы, сутки, годы и т. д.). Психологическое время – это психическое отражение объективной длительности процессов в субъективной системе координат. Оценка временных интервалов базируется на субъективных параметрах типа «долго – быстро», «давно – недавно». Общеизвестен «закон заполненного времени», согласно которому отрезки времени, насыщенные значимыми для человека событиями, в настоящем времени воспринимаются им как быстротечные, а при воспоминаниях (в прошлом времени) – как долговременные. Специалист, проводящий интервью, должен учитывать эти нюансы при планировании и ведении опроса. При этом следует помнить, что «интервью должно доставлять удовольствие». Причем интервьюеру процедура опроса обычно представляется более скучной, чем респонденту, поскольку для первого это занятие обыденное, а для второго – неординарное.

Каких-либо точных рекомендаций по поводу оптимальной продолжительности интервью дать невозможно. Каждый исследователь в каждом конкретном случае определяет его самостоятельно с учетом всех факторов. Статистика опросов показывает, что диапазон общих временных затрат составляет от 10-15 минут до полутора – двух часов, а среднее время интервьюирования, которое обычно и

Фиксация интервью

Важной стороной интервьюирования выступает его фиксация. Для интервью точная и полная регистрация данных важнее, чем для беседы.

При выборе формы регистрации необходимо решить три вопроса: где, когда и как фиксировать информацию?

Вопрос «где?» подразумевает альтернативу: осуществлять запись непосредственно на списке с вопросами или отдельно от него на других каких-либо документах. Если предпочитается первый вариант, то расположение перечня вопросов должно предусматривать достаточно свободного места на листе для ответов и соответствующих записей о ходе интервью. Такой вариант выгоден для закрытых вопросов, ответы на которые уже имеются на бланке, и остается лишь пометить выбранный вариант. Второй вариант реализуется путем ведения специального протокола. Естественно, в этом случае возможности регистрации предельно полной и насыщенной информации расширяются. Но зато обширная «летопись» может вызвать беспокойство респондента, да и отвлекает самого ведущего от процесса общения. Чтобы снять этот негатив, прибегают к коллективному интервью.

Интервьюер ведет беседу, а его ассистент осуществляет регистрацию, располагаясь таким образом, чтобы быть в поле зрения опрашиваемого, но не привлекать к себе его внимания. Тогда ассистент не является «помехой» в контакте интервьюера с респондентом, а сам факт ведения протокола не скрывается от него, и это перестает его волновать.

Обычным делом является совмещение записей на полях вопросника с ведением отдельного протокола. Другое дело, что обязательным считается составление окончательного отчета об интервью, основным элементом которого выступает тщательно оформленный протокол. Но это уже относится больше не к процедуре

Фиксация интервью

Когда лучше производить запись беседы: в процессе интервьюирования или после, восстанавливая информацию по памяти? Ответ также не может быть однозначным. В первом случае очевиден выигрыш в точности информации, но очевидны и сопутствующие проблемы в установлении и поддержании контакта с интервьюируемым. Особенно сильно это влияние сказывается при обсуждении острых дискуссионных или интимных тем. Понимая эти проблемы, исследователи часто переходят к восстановлению информации по памяти. Однако запись после опроса чревата не только потерей сведений из-за ошибок памяти, но и смещением акцентов в ответах респондента из-за субъективных особенностей интервьюера. Он в силу личных пристрастий и предпочтений в последующем изложении может обратить большее внимание на одни темы и ответы и проигнорировать другие, которые ему покажутся не очень важными. Опытный интервьюер успешно может применять оба вида регистрации. Уловив беспокойство партнера, он прекращает текущую запись и возвращается к ней, когда позволит ситуация.

Наконец, как вести фиксацию интервью? Здесь имеется в виду, во-первых, должна ли запись быть дословной или достаточно отмечать только существо ответов, во-вторых, как регистрировать невербальную информацию и, в-третьих, следует ли применять какие-либо технические средства регистрации. Понятно, что дословная запись исключает потерю вербальной информации, но она предполагает владение регистратором (самим интервьюером или его ассистентом) навыков скорописи. Это может быть стенография или какие-нибудь другие приемы сокращения слов и кодирования письма. Если же таких умений и навыков нет, то дословная запись будет отнимать львиную долю времени интервью и вносить диссонанс во взаимодействия исследователя с исследуемым.

Фиксация интервью

Что касается регистрации невербальной информации, то признано, что она обязательна, так как весьма существенно дополняет речевую. А иногда даже и опровергает ее. Здесь также нет единых рецептов. Информация может представляться в виде подробных описаний или специальных пометок. Возможно использование заранее разработанных шкал для оценки внешних проявлений тех или иных психических состояний, свойств, отношений респондента. Напомним о возможности использования даже специальных бланков для беседы. Наилучшим способом в этом плане будет применение звуко- и видеозаписывающей аппаратуры, которая самым объективным и точным образом отметит не только невербальные аспекты общения, но и содержание вопросов и ответов.

Преимущества применения техники этим не исчерпываются. В актив следует отнести также «развязывание рук» интервьюеру, освобождающее его от непосредственных записей. Он может лучше сосредоточиться на процессе беседы и уделить больше внимания партнеру. Кроме того, материалы технической записи на стадии обработки и интерпретации могут многократно изучаться разными специалистами, что весьма полезно для выработки окончательных выводов по проводимому исследованию. Однако есть и ряд противопоказаний к применению техники в интервью, особенно в психологическом интервью. Главный недостаток, по мнению большинства специалистов, заключается в том, что микрофон, а тем более видеокамера стесняют респондента, а это отрицательно сказывается на качестве его информации и контактах с интервьюером. К тому же технические средства «засвечивают» респондента, что нежелательно при анонимных опросах. Кроме того, возможны и технические огрехи. Например, искажения или потеря информации от неудачного расположения аппаратуры или неполадок в ней.

Специфические требования к интервьюеру

К интервьюеру приложимы все общие требования, предъявляемые к ведущему беседу и опрос. Но есть и специфические качества, которыми должен обладать квалифицированный интервьюер. Эти качества должны обеспечивать выполнение двух обязательных условий интервьюирования: исключить влияние интервьюера на содержание ответов опрашиваемого и способствовать созданию благоприятной ауры их общения. Совмещение этих условий отличает интервью от беседы и анкетирования. Для беседы обязательным является только второе условие, в то время как первое – не обязательно. В некоторых случаях воздействие специалиста является даже целью собеседования (например, при клинической беседе). Для анкетирования, наоборот, обязательно соблюдение первого условия, но не второго. Их взаимоотношения – дело десятое. Главное, чтобы анкетлируемый не уклонился от опроса и отвечал предельно откровенно. А это обычно достигается больше деловитостью обстановки и анонимностью опроса, нежели влиянием исследователя.

В предельно лаконичном виде требование к личности интервьюера формулируется так: он должен быть «общительным педантом». В педантизме олицетворяются способности строго следовать намеченному плану исследования, добиваться от респондента необходимой информации, доводить дело до конца. Общительность позволяет успешно взаимодействовать с опрашиваемым. Но в отличие от беседы в интервью не следует доводить общение до уровня эмпатии, а тем более идентификации. Как говорилось, оценки и мнения интервьюера могут относиться только к факту высказывания респондента, но не к содержанию его ответов, отражающих его мысли, чувства, установки. А эмпатическое общение со всей очевидностью демонстрирует позицию ведущего и поощряет или затрудняет проявление тех или иных переживаний ведомого.

Специфические требования к интервьюеру

Повышенная эмоциональность – не лучшее свойство интервьюера. Люди импульсивные обычно так «выкладываются» и привносят в ход опроса столько эмоций, что легко отклоняются от заданного плана, незаметно для себя вдаются в несущественные, а то и посторонние для исследования проблемы, могут даже «пойти на поводу» у респондента. Поэтому наиболее приемлем интервьюер уравновешенный и спокойный.

Еще одно качество желательно иметь интервьюеру как субъекту общения: умение противостоять стереотипизации образа партнера. Хотя стереотипы восприятия людей – явление естественное для любого процесса общения, все же в интервью требуется максимум непредвзятости к личности собеседника.

Для интервьюера совершенно нежелательны дефекты дикции. Они могут повлечь сложности в контакте с респондентом на уровне и восприятия, и понимания, и эмоциональных отношений. Эти дефекты могут вызвать ошибки при регистрации реплик интервьюера ассистентом или их неразборчивость при звукозаписи.

Как свидетельствует практика опросов, на контактах с респондентами благотворно сказывается высокий уровень культуры и образования опрашивающего.

Интервьюер с высшим образованием и широким кругозором скорее и легче вызовет у опрашиваемых уважение и доверие, чем менее образованные или узкопрофильные специалисты. Не последнюю роль играет внешний вид берущего интервью. Признаки нездоровья, неаккуратность, безвкусица в одежде – все это осложняет контакт с респондентом и снижает эффективность беседы.

Специфические требования к интервьюеру

В известных пределах интервьюер должен обладать артистическими качествами, чтобы сыграть успешно свою роль интересующегося проблемами партнера. Однако он ни в коем случае не должен подыгрывать ему. «Ни одеждой, ни манерой разговора не следует подлаживаться под опрашиваемого: надо держаться спокойно и уверенно». Еще хуже, если интервьюер пытается «произвести впечатление», «подать себя». Его энергия должна быть направлена не на воздействие, а на наблюдение. Не следует прибегать к каким-то специальным ухищрениям, чтобы показать и доказать свое участие в партнере. «Лучшая уловка – это избегать всяких уловок, относиться к опрашиваемому с истинным человеколюбием, с не наигранным, а подлинным интересом». И уж совершенно недопустимо интервьюеру в момент ведения беседы размышлять о своих делах, витать в своих мыслях, интеллектуально и эмоционально «отсутствовать».

Заклучить обзор необходимых интервьюеру качеств можно его портретом, обрисованным Э. Ноэль: он «должен выглядеть здоровым, спокойным, уверенным, внушать доверие, быть искренним, веселым, проявлять интерес к беседе, быть опрятно одетым, ухоженным».

Виды интервью

Обычно разновидности интервью различают по степени его формализации: а) стандартизированное, или формализованное, в котором формулировки вопросов и их последовательность определены заранее; б) нестандартизированное, или свободное, где интервьюер руководствуется лишь общим планом и задачей исследования, а вопросы задаются в соответствии с ситуацией; в) полустандартизированное, или фокусированное, в котором используется так называемый «путеводитель» интервью с перечнем как строго необходимых, так и возможных вопросов.

Достоинства **стандартизированного** интервью: 1) сравнимость данных разных респондентов; 2) высокая надежность данных. Повторные интервью с тем же респондентом обычно дают совпадающие результаты; 3) отточенность вопросов минимизирует ошибки их «перевода» и «формулировки»; 4) доступность интервьюеру невысокой квалификации.

Нестандартизированное интервью позволяет в наибольшей степени добиться хороших контактов с опрашиваемым, так как в силу своей гибкости способствует созданию наиболее естественной и непринужденной обстановки, позволяет следить за ходом мысли респондента, задавать ему дополнительные вопросы на темы, не имеющие прямого отношения к изучаемой проблеме, но интересные для него.

Преимущества нестандартизированного интервью: 1) ближе к беседе, что способствует созданию более естественной обстановки и получению более естественных ответов; 2) более ситуативно, что дает возможность легче управлять беседой с учетом складывающихся обстоятельств; 3) дает более глубокую информацию, 4) более широкий диапазон используемых слов с эквивалентным значением для разных респондентов. Иначе говоря, дает возможность стандартизировать смысл вопросов, не привязываясь к строгому значению слов. А

Виды интервью

Полустандартизированный вариант, естественно, совмещает достоинства и недостатки каждого из двух смежных видов интервью.

Стандартизированный вариант выгоден при большом количестве респондентов, данные которых необходимо сравнить и обобщить. Свободное интервью применяется обычно для немассового опроса с целью ориентировки в проблеме, отработки вопросника, контроля и дополнения массовых данных.

Полустандартизированное интервью применяется с одинаковым успехом и в том и в другом случае.

По числу участников интервью делятся на индивидуальные, групповые и массовые. Индивидуальное интервью есть работа с одним опрашиваемым. Групповое – с несколькими одновременно. При этом могут быть подварианты: собственно групповая форма (без взаимовлияний респондентов в группе) и коллективная форма (связи не только интервьюера с каждым из респондентов, но и между ними). Массовое интервью – это опрос больших популяций (сотни и тысячи человек). Этот вариант характерен для социально-психологических и особенно для социологических опросов.

Виды интервью

В терапевтической практике различают диагностическое и клиническое интервью, которые по своему характеру совмещают элементы опроса и беседы.

Диагностическое интервью направлено на получение информации о свойствах личности. Оно обычно применяется на ранних этапах психотерапии и служит средством установления тесного личного контакта с собеседником и способом проникновения в его внутренний мир. В структуру этого интервью часто включаются тестовые методики обследования. Клиническое интервью нацелено на оказание помощи пациенту в осознании им своих внутренних затруднений, конфликтов, скрытых мотивов поведения. Оно ведется в предельно свободной форме. Психолог в этих интервью-беседах интересуется не только (а иногда и не столько) содержанием ответов, но и их невербальным сопровождением (тон, мимика, жестикация, запинки и т. п.). Стратегия и ход клинического интервью строятся на предварительных данных диагноза. Клиническое интервью на практике трудноотлично от психотерапевтической беседы.

Возможно осуществление интервью через технические средства связи. Главным образом это телефон, скайп, другие средства коммуникации. Такой вид интервью в той или иной мере сужает поле непосредственного контакта и, ограничивая управляющие возможности ведущего, уже мало чем отличается от телефонного анкетирования.

В последнее время в связи с массовым внедрением во все сферы жизни Интернет часто можно наблюдать ее применение в практике интервьюирования. Правда, это относится не столько к психологическим исследованиям, сколько к социологическим (те или иные социологические или политологические или маркетинговые опросы через сайты или соц. сети).

Специфика анкетирования как опросного метода

Анкетирование – это опрос с помощью анкеты. Анкета (или опросный лист) – это специально оформленный список вопросов, обращенных к определенной категории респондентов.

Анкетирование – типично опросный метод. Если интервью сближается с беседой, а иногда от нее даже неотличимо, то анкетирование таким грехом не страдает. Элемент непосредственного общения и разговора исследователя (анкетера) с исследуемым (анкетируемым) сведен здесь к минимуму.

Главный компонент этого метода, от которого зависит львиная доля успеха или неуспеха опроса, – анкета. Отсюда вытекает и предельная акцентуация методических черт, общих для метода опроса в целом. Это – опосредованность, целенаправленность, асимметричность позиций исследователя и респондента и массовость.

Хотя психологические исследования, конечно, уступают по масштабам исследованиям социологическим и демографическим, но и они, используя метод анкетирования, способны охватить многие сотни людей. В связи с массовым характером анкетных опросов заостряется проблема репрезентативности выборки и как следствие из этого проблема отбора респондентов, соответствующих намеченной выборке. Эта проблема решается как на подготовительном, так и на основном этапах исследования. На подготовительном этапе очерчивается возможный контингент в целом и определяется его ориентировочный состав. Иногда осуществляется предварительное уведомление или даже согласование потенциальных респондентов. На основном этапе осуществляется текущая коррекция состава опрашиваемых.

Специфика анкетирования как опросного метода

Кроме усиления общих для опросного метода черт анкетирование характеризуется и рядом специфических особенностей, отличающих его от интервью. Во-первых, это уже отмеченная высшая ступень формализации. Все вопросы и ответы заносятся на специальный бланк – опросный лист. Последовательность и формулировки вопросов строго определены заранее при разработке анкеты. По ходу опроса их невозможно изменить, что вполне возможно сделать в процессе интервьюирования, даже стандартизованного. Эти принципиальные признаки формализации сопровождаются и рядом вспомогательных приемов строгой организации анкетного опроса как письменного общения. Сюда надо отнести внешнее оформление анкеты, ограничивающее произвольность поведения опрашиваемого. Ему отводятся определенные места для ответов на каждый вопрос, ограничивается пространство для их изложения. Системой специальных указателей и полиграфических средств (тип шрифта, цвет, расположение текста на формате листа, таблицы) регулируются его внимание и восприятие. Ограничивают действия респондентов и всевозможные пояснения и предписания по заполнению анкеты. На ужесточение стандартизации процедуры работает и использование закрытых вопросов: большая часть анкет, используемых в массовых опросах, носит закрытый характер.

Специфика анкетирования как опросного метода

Второй специфический признак анкетирования – это значительно меньшая, чем в интервью, роль исследователя (анкетера) в процессе опроса. Его функции по ходу анкетирования носят ярко выраженный исполнительский характер, что дает повод говорить о них как о служебных обязанностях. Некоторый элемент творчества присутствует лишь в самом начале опроса, когда необходимо завязать знакомство и установить первый контакт с респондентом, когда надо склонить его к сотрудничеству и убедить ответить на вопросы анкеты. На этом этапе от анкетера требуются определенные знания, умения и навыки общения. Но требования к ним и к личностным качествам, обеспечивающим эффективное общение, здесь значительно ниже, чем в интервью. Дело в том, что при анкетировании вполне достаточно наладить взаимодействие и совсем не обязательно, а часто и нежелательно выходить в общении на уровень межличностных отношений. Здесь неуместно сочувствие, не требуется эмоциональных проявлений, не нужен богатый арсенал знаков и приемов, подчеркивающих соучастие анкетера. Влияние личности анкетера на респондента и его ответы должно быть сведено к минимуму. При установлении контакта анкетер, как и интервьюер, должен представиться и сообщить о целях опроса. Дальнейшие его обязанности сводятся к чисто технологическим действиям: объяснить правила заполнения анкеты, проконтролировать их соблюдение респондентом и принять от него готовый опросный лист.

Специфика анкетирования как опросного метода

Третья характерная особенность анкетирования – его анонимность. Практически все анкетные опросы, проводимые с научно-исследовательскими целями, безымянны. Необходимость идентификации анкеты с конкретным субъектом может возникнуть лишь при диагностических обследованиях с целью оказания дальнейшей психологической, медицинской или социальной помощи этому человеку. Подобные случаи возможны при индивидуальных обследованиях, но совершенно не характерны для массовых опросов. А именно с ними обычно ассоциируется анкетирование как научный метод.

Анкетирование отличается от интервью еще и тем, что фиксация опроса, по сути дела, осуществляется не ведущим, а отвечающим. Он сам вписывает свои ответы в опросный лист. Конечно, анкетер в некоторых случаях может делать необходимые пометки и записи о личности респондента и ходе опроса. Но, во-первых, это не всеобщее и не обязательное правило, а во-вторых, информация анкетера носит дополняющий, но никак не основной характер. Главные сведения об изучаемом объекте заключены в ответах анкетлируемого. Выбраковка анкет на основании наблюдений анкетера – явление исключительное.

Разработка анкеты

Обычно анкета состоит из трех разделов. Первый, вводный, включает данные об организаторе опроса (учреждение, общественная организация, группа лиц), обращение к опрашиваемому, описание целей опроса, пояснения по заполнению анкеты. Здесь же следует заверить испытуемого (анкетиремого) об анонимности опроса. Вступление должно быть лаконичным и вежливым. Основная часть состоит из вопросов и места для ответов. При закрытых вопросах здесь же приводятся предлагаемые варианты ответов. Заключительная часть анкеты содержит выражение благодарности опрашиваемому, а иногда и приглашение к дальнейшему сотрудничеству.

При разработке анкеты предельно тщательно учитываются изложенные ранее требования к вопроснику, поскольку в процессе анкетирования уже нет возможности внести какие-либо коррективы, чего не исключает интервью. Некоторые из этих требований применительно к анкетированию даже возводятся в ранг принципов построения анкеты. Повторим наиболее важные из них – это логика и надежность. Логика подразумевает адекватность программных вопросов задаче исследования и их грамотный «перевод» в анкетные вопросы, которые формулируются таким образом, чтобы получить адекватные ответы. Надежность обеспечивается понятностью вопросов респондентам и использованием в оптимальной комбинации разных типов вопросов.

Еще одно требование к вопроснику, приобретающее для анкетных опросов статус принципа, – это учет специфики культуры, опыта, образовательного уровня опрашиваемого контингента. Стилистика вопросов и общая структура анкеты должны соответствовать потенциальной аудитории. Поскольку психологические анкеты базируются на самонаблюдении и самоотчете, то анкетный метод не

Разработка анкеты

Опыт научных опросов позволяет выделить несколько типичных стилей, препятствующих опросу и получению адекватных ответов: 1) отказ от участия, 2) «да»-тенденция, 3) случайность ответа, 4) неявное уклонение, 5) категоричность суждений, 6) неправда. Нейтрализации первого стиля помогает четкая формулировка цели опроса, качественное внешнее оформление анкеты, удачный выбор места и времени анкетирования. Тенденция к выражению согласия, присущая многим людям, сглаживается более развернутыми вопросами. Случайный характер ответов, зависящий от свойств личности респондента, преодолеть в анкетировании трудно. Но случайность может провоцироваться и самим опросом – его сложностью, монотонностью, скукой. Здесь могут помочь более приемлемые формулировки вопроса и привлекательный вид анкеты. Скрытая уклончивость выражается в обилии неопределенных ответов типа «не знаю», «трудно сказать». Ее преодолению способствует конкретизация вопросов. Категоричность суждений, помогают смягчить скрытые в вопросах подсказки или применение закрытых вопросов с набором не слишком категоричных ответов. Возможно снивелировать экстремумы ответов на стадии первичной обработки данных путем объединения резких оценок с близкими, но более мягкими. Лживые ответы, проистекающие как из боязни правды, так и из желания «услужить» исследователю, можно предупредить подчеркнутой анонимностью, благожелательной и деловой обстановкой опроса.

Большое значение имеет оформление анкеты: ее компактный, удобочитаемый и привлекательный вид, эстетика и наглядность. Здесь важно и качество бумаги, и полиграфия, и расположение текста (верстка), а если используется Интернет, то веб-интерфейс. Качественное оформление анкеты кроме облегчения ее восприятия способствует и приятию респондентом самого опроса. Факт красивой и добротной

Разработка анкеты

Использование различных типов шрифтов позволяет отделить вопросы от предлагаемых ответов, обратить внимание респондента на отдельные фразы и слова, выделить наиболее существенные элементы анкеты, визуальнo структурировать текст. Для оживления опросного листа нередко используют простенькие рисунки и знаки. Вопрос об использовании цвета пока не имеет однозначного решения. Нет удовлетворительной статистики по разноцветности опросного бланка. Что касается цвета анкеты в целом, то данные практики опросов согласуются с исследованиями в области восприятия цвета (например, по тестам Люшера): предпочтительнее синие и зеленые тона, нежелательны красные и коричневые, стимулирующие возбуждение и тревогу.

При верстке анкеты обычно придерживаются следующих основных правил:

1. Тематические разделы сопровождаются вступительными пояснениями.
2. Каждый вопрос снабжается четкой инструкцией, как на него отвечать.
3. Не приемлемы разрывы текста одного вопроса или его расположение частями на разных страницах анкеты (перенос вопроса).
4. Все вопросы нумеруются цифрами, а варианты ответов на закрытые вопросы индексируются буквами.
5. Число вопросов в табличной форме должно быть минимальным, так как таблицы сильно загромождают анкету.
6. Если предполагается прямое использование анкетного бланка в обработке данных на ЭВМ, то ответы могут шифроваться. А для шифров оставляется специальное место на полях анкеты.
7. Размер анкеты имеет два аспекта: внешний и внутренний. Внешний включает формат листа и количество листов. Формат должен быть охватываем единым взглядом, его размер должен способствовать симультанному восприятию листа. Желательно также соблюсти привычные для данного контингента опрашиваемых размеры письменных документов. Наиболее приемлем формат от половины до целого стандартного машинописного листа, что совпадает с форматом основной массы книг. Число листов анкеты определяется количеством и длиной вопросов и используемым шрифтом. Число вопросов одновременно определяет и внутренний, психологический аспект размера анкеты. Чем больше вопросов, тем выше вероятность отторжения анкеты респондентом. Диапазон основной массы психологических и социологических анкет от 3 до 100 вопросов. На практике опыт и интуиция исследователя

Виды анкетирования

Деление анкетного опроса на *индивидуальное, групповое и массовое* анкетирование производится по числу респондентов аналогично классификации интервью по этому критерию.

По полноте охвата изучаемой популяции различают *сплошное и выборочное* анкетирование. Сплошное предполагает работу со всеми представителями намеченной выборки. Выборочное – только с некоторыми лицами. В научной практике массовых опросов в основном осуществляется выборочный вариант. Сплошное анкетирование – прерогатива социальных мероприятий (например, перепись населения).

По типу контактов респондентов с анкетером выделяют два класса анкетирования: *очное и заочное*. В первом случае заполнение опросного листа респондентом совершается в присутствии анкетера. Во втором случае – в его отсутствие. Заочный опрос может осуществляться несколькими путями: а) рассылка анкет по почте или средствами Интернет, б) публикация их в печатной или электронной прессе с последующим сбором заполненных бланков, в) вручение и сбор анкет через рассылных по месту работы, жительства, отдыха.

Особый вид заочного анкетирования, объединяющий его с заочным интервью, представляет телефонный опрос. К этому же разряду относятся и телевизионные, радио- и Internet-опросы. От анкетирования здесь присутствуют такие признаки, как массовость, высокая степень формализации процедуры, предельная целенаправленность, слабое влияние опрашиваемого, анонимность. С интервью эти оперативные опросы сближаются тем, что ведутся в устной форме (исключение может быть только для телевидения) и запись ответов производится опрашивающим, т. е., по сути, отсутствует сам опросный лист.

Специфический вид опроса – *экспертный* опрос. Он может выполняться как в виде интервью, так и в виде анкетирования. В научной практике преобладает анкетный вариант. Эти опросы в основном направлены на сотрудничество со специалистами, позволяющее уточнить рабочие гипотезы, оценить адекватность и надежность данных какого-либо исследования, отшлифовать интерпретацию научных фактов. Его особенности: неанонимность, малая доля закрытых и косвенных вопросов, отсутствие «ловушек» и «фильтров», соответствующая теме

Сравнительный анализ интервью и анкетирования

Выбор типа опроса зависит от условий и задач исследования. Анкетирование целесообразно проводить в случаях, когда необходимо:

- 1) выяснить мнения людей по острым спорным или интимным вопросам;
- 2) опросить большое число людей за короткий срок, особенно при их рассредоточении на значительной территории.

Информация, получаемая в интервью, более полная, глубокая и определенная, чем анкетная. Если, заполняя анкету, человек может уклониться от ответов, то в интервью ему это сделать труднее. Интервью может сопровождаться наблюдением, что дает дополнительную информацию. Но зато анкетирование требует меньше затрат, времени и средств и может выполняться менее квалифицированными специалистами, чем интервью. В интервью на ход и результаты опроса значительное влияние могут оказать личностные свойства исследователя, что исключено при анкетировании. В анкетах часто даются более искренние ответы, чем в интервью, так как людям кажется, что анкета в большей степени гарантирует анонимность.

Массовый опрос путем анкетирования дает репрезентативные результаты, но в более узкой сфере проблем, чем возможно в интервью. Наконец, анкета более приспособлена, чем протокол интервью, для компьютерной обработки данных.

В массовых опросах целесообразно совмещать оба вида. Для интервью обычно отбирают 5–6% из опрошенных через анкету. Данные такого контрольного интервью позволяют проверить надежность и достоверность анкетных данных, а также повысить качество интерпретации результатов в целом.

Спасибо за внимание!

Скачайте презентацию этой лекции с рабочими ссылками на литературные источники и компьютерные программы в группе www.vk.com/int.research

Принимайте участие в обсуждениях, играйте в игру «Мир магии», а также других исследованиях интуиции (18+)

Рекомендованная для закрепления материала лекции литература

- Доценко Е.Л., Вахитова З.А. Психосемантика: учебное пособие. Тюмень: издательство Тюменского гос. Университета. 2014. 292 с.
- Лысенко О.Ю., Марковская И.М. Качественные методы социально-психологических исследований: Учебное пособие. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2001. 106 с.
http://lib100.com/book/social_psychology/qualitative_methods/pdf/
- Шишова Е.О. Качественные и количественные методы исследований в психологии. Казань, 2014. 73 с. <http://tulpar.kpfu.ru/enrol/index.php?id=843>
- Мельникова О.Т., Кричевец А.Н., Хорошилов Д.А. Историко-эпистемологический контекст развития качественных исследований в психологии: часть 1 и 2 // Психологические исследования, 2013, 32; 2014, 33. <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n32/903-melnikova32.html>
<http://psystudy.ru/index.php/num/2014v7n33/930-melnikova33.html>
- Б.С. Волков, Н.В. Волкова, А.В. Губанов. Методология и методы психологического исследования: учебное пособие для вузов М.: Академический проект, 2005. 383 с.
http://www.intellect-invest.org.ua/content/userfiles/files/library/Volkov_Metod_i_met_psihol_issled_2005.pdf

Научно-исследовательская работа: помощь, участие, направления квалификационных (курсовых, дипломных) работ, выполняемых под руководством профессора Григорьева Павла Евгеньевича и доцента Васильевой Инны Витальевны

- Исследования различных аспектов интуиции у представителей различных групп (возраст, пол, потребности, особенности физиологического статуса и проч.) с помощью психологических, программно-аппаратных методов и методик
- Психофизиологические исследования функционального состояния представителей различных групп в зависимости от нагрузок, ситуации, деятельности
- Разработка новых методов улучшения эффективности деятельности представителей опасных и связанных с повышенной ответственностью профессий в условиях дефицита времени и/или информации

Вопросы для закрепления материала лекций и самостоятельного изучения

1. Основные принципы наблюдения: пассивности субъекта познания, непосредственности восприятия.
2. Отличия научного наблюдения от житейского: целенаправленность, систематичность, планомерность, аналитичность, регистрация результатов, оперирование системой однозначных понятий.
3. Определения метода наблюдения. Объект и предмет наблюдения.
4. Единицы наблюдения (речевая деятельность, экспрессивные реакции, положение тела, физические контакты).
5. Виды наблюдений: по степени вовлеченности исследователя; по характеру взаимодействий с объектом; по характеру восприятия; по характеру регистрации данных; по степени стандартизованности процедур.
6. Основные этапы научного наблюдения. Способы регистрации данных наблюдения: признаковые/знаковые системы; система категорий; шкала рейтинга.
7. Схемы наблюдений.
8. Способы обработки данных, полученных методом наблюдения.

Вопросы для закрепления материала лекций и самостоятельного изучения

9. Беседа. Сущность и специфика психологической беседы.
10. Основные способы ведения и виды психологической беседы. Особенности беседы с детьми.
11. Метод опроса в социальной психологии: очный (интервью) и заочный (анкетирование).
12. Специфика применения опроса в психологическом исследовании и область применения.
13. Интервью. Возможные источники искажения получаемой информации: искажение со стороны респондента, со стороны интервьюера. Требования к коммуникативным умениям интервьюера.
14. Разновидности интервью: от условий проведения (единичная, многократная, индивидуальная, групповая процедура), по цели проведения (диагностическое, клиническое), по форме общения (свободное, стандартизированное, полу стандартизированное).
15. Этапы организации интервью: 1) подготовительный, 2) коммуникативный, 3) аналитический.
16. Виды вопросов в интервью: 1) по отношению к цели исследования – процедурные, тематические; 2) по содержанию – выясняющие факты; выявляющие мнения, мотивы, позиции; уточняющие; 3) в зависимости от характера ответов – открытые, закрытые; 4) по форме ответов – выбор из предложенных вариантов, свободный. Правила составления вопросов. Проблема фиксации информации: использование технических средств, кодирование.