



CALL-CENTER



CALL-ЦЕНТР

БЛОК 1

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Основные понятия

ИНТЕРВЬЮ – беседа с целью сбора социологической информации

АНКЕТА – это инструмент (текстовый вид), с помощью которого проводится интервью. Анкета включает в себя вопросы и возможные варианты ответа на них.

РЕСПОНДЕНТ– лицо, отвечающее на вопросы анкеты или исследовательского опроса либо дающее интервью

ИНТЕРВЬЮЕР– человек, собирающий социологическую информацию. Интервьюер задает вопросы строго по анкете.

СКРИНЕР– часть вопросов анкеты, на основании которых респонденты отбираются на вопрос и отсеиваются не подходящие для опроса люди.



Интервью как метод исследования

Интервью - это беседа с какой-либо целью.

Метод интервью, так же как и анкетный опрос, является одним из методов сбора первичной информации.

В отличие от анкетного опроса, интервью как метод социологического исследования предполагает общение интервьюера и респондента «лицом к лицу» (или по телефону), что обеспечивает более высокий коэффициент ответа, который определяется как доля респондентов, принявших участие в исследовании по отношению к общему числу людей, приглашенных принять участие в исследовании. Кроме того, при проведении интервью вероятность того, что опрашиваемый ответит на все вопросы анкеты выше, чем в случае, когда респондент сам заполняет анкету и может пропустить некоторые из вопросов.

Одним из ограничений метода интервью является так называемое смещение интервьюера. Речь идет о влиянии личностных характеристик интервьюера и опрашиваемого на результаты исследования. Например, между интервьюером и интервьюируемым в процессе интервью могут сложиться отношения недоверия, непонимания или даже личностной неприязни, что, безусловно, отразится на качестве и достоверности информации полученной от интервьюируемого.



БЛОК 2

ОПИСАНИЕ CALL-ЦЕНТРА

Субординация

Руководитель колл-центра.

Обязанности: организация и управление рабочим процессом.

Менеджеры колл-центра и контролеры

Обязанности менеджера: организация работы операторов, обучение операторов.

Обязанности контролера: осуществлять контроль качества интервью (в онлайн и оффлайн режимах), доводить до операторов сведения об ошибках при проведении интервью, корректировать действия операторов.

Оператор колл-центра

Обязанности: проведение телефонных опросов

! Оператор со всеми вопросами обращается прежде всего к менеджеру колл-центра



CATI-центр

- ❑ **Computer Assisted Telephone Interview** или **CATI** — это специально разработанная система компьютеризованных телефонных опросов.
CATI — это автоматический набор случайных номеров. Телефон выбирает компьютер, а общением занимается живой интервьюер (оператор), использующий наушники с микрофоном, чтобы облегчить ввод информации в компьютер и ускорить скорость проведения интервью.
- ❑ Основная роль оператора при проведении интервью – это максимально правильно и без искажений получить от респондента информацию по конкретным вопросам анкеты. От работы оператора зависит качество данных и в конечном итоге полученные выводы по исследованию.



Этапы и задачи каждого этапа

ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРВЬЮ

Этап 1. Рекрут (получение согласия на интервью)



Начинается с приветствия, в момент которого оператор должен произвести на респондента позитивное впечатление о себе и своей компании.



Для этой цели у оператора есть главный инструмент – **голос**: умение им владеть, пользоваться всем набором интонаций, отдавать себе отчет в том, какова интонация произносимой в данный момент фразы и как она воздействует на респондента (*интонация может быть любезной, доверительной, равнодушной, напряженной, официальной, пренебрежительной, ласковой, жизнерадостной, общительной, испуганной, нервной, усталой, назойливой*).



Этап 1. Рекрут (получение согласия на интервью)

□Особенно большую роль играет правильное произношение, без акцента и дефектов речи; надо быть ясным, быстрым, точным; уметь создать о себе и об анкете хорошее впечатление - и все это, пользуясь одним только голосом.

Примеры шкал оценки голоса (используется при контроле интервью оператора):

- *звук голоса - сильный-слабый;*
- *интонация - монотонная-разнообразная;*
- *тон - нежный-грубый;*
- *выражение: высокомерное, равное, приниженное;*
- *манера говорить: гладкая, ровная, отрывистая;*
- *произношение: ясное, внятное, невнятное, плохо артикулированное; с*
- *спонтанность: голос спонтанный, повествовательный;*
- *скорость: медленно, быстро;*
- *тембр: приятный, неприятный и т.д.*



Этап 1. Рекрут (установление контакта)

Установление контакта начинается с зачитывания обращения в полном виде без сокращений, после чего респондент дает свое согласие.

Но: Респондент не всегда сразу дает согласие на интервью...

В этом случае надо стараться убедить его, например, следующим образом

1. делая акцент на реальность проблемы исследования и ее актуальности для той социальной группы, к которой принадлежит респондент:

- *Ваши ответы могут повлиять на изменения в деятельности производителей товаров и услуг*
- *Ваши искренние и точные ответы дадут возможность лучше изучить положение дел в городе (получить представление о политических событиях, исследовать жизнь общества и населения и т.д.)*

2. убеждая в том, что без его помощи эта проблема не может быть решена:

- *Нас интересует именно Ваше мнение*
- *Ваши ответы очень важны для нас*

- Исследователь должен выглядеть в глазах респондента как разумный индивид, обращающийся к респонденту за советом, который будет эффективно использован для решения проблемы.
- Таким образом, усилия респондентов компенсируются возникающим у них чувством, что они должны сделать что-либо важное для решения проблемы, с которой сталкиваются они сами, их друзья, или члены социальных групп, деятельность которых имеет для них значение или к которой принадлежит сам респондент.
- Существенно, чтобы в обращении подчеркивалось: респондент делает полезное дело, что само по себе может быть для него поощрением.



Возможные вопросы респондента на этапе установления контакта

Для потенциальных респондентов интервью является «неожиданным и непонятным» событием. Вполне резонно, что у них могут возникнуть определенные вопросы:

- **А почему именно я? Откуда Вы узнали мой номер?** *Объяснение может звучать следующим образом:*
 - «Ваш номер был отобран случайным образом компьютерной программой. Ваш номер не отображается и я даже попрошу Вас назвать регион, в котором Вы проживаете»
- **Либо, если Вы звоните по телефонам из базы, предоставленной клиентом, говорите:**
 - «Номер Вашего телефона нам предоставил заказчик (компания и т.д.)»



Возможные вопросы респондента на этапе установления контакта

- **Я не знаю кто вы, почему я должен рассказывать вам о себе?**

В этом случае надо повторить обращение, а также предложить следующее:

Для того, чтобы убедиться в своей безопасности Вы можете позвонить по телефонам нашей организации Либо обратиться на наш сайт ...

- **Зачем мне тратить свое время? Мне это не надо!**

Ответ: От Вашего согласия и последующих ответов будет зависеть насколько качественно будет сделано исследование. Ваше мнение будет приниматься во внимание производителем (учеными, органами власти и т.д.)

или

Опрос проводится среди населения всего города (региона, страны) и каждый может сделать вклад в общее дело.

- **А куда пойдут эти данные?**

Ответ: Ваши данные будут использоваться только в обобщенном виде, опрос проводится по всей стране (городу, области), мы гарантируем Вам полную конфиденциальность.



Этап 2. Работа с анкетой.

Соблюдение инструкции к вопросам

- Вопросы задаются именно в том порядке, в котором они расположены в анкете. Составляя анкету, специалисты рассчитывают, что респондент услышит вопросы в определенной последовательности.
- Анкета устроена так, что она имеет как бы две структуры: внешнюю и внутреннюю. Внешняя структура анкеты видна интервьюеру и респонденту и представляет собой последовательность тем, к которым обращаются собеседники.
- Внутренняя структура анкеты позволяет исследователям отдельные вопросы или даже варианты ответов соединить в индикаторы, которые дадут возможность проверить гипотезы исследования и решить его основные задачи. Поэтому, даже тогда, когда интервьюеру кажется, что те или иные вопросы стоят не на месте, повторяют друг друга, или неудачно сформулированы - все равно ничего изменять нельзя.



Этап 2. Работа с анкетой.

Соблюдение инструкции к вопросам

- Интервьюер должен задать абсолютно все вопросы в анкете. Нельзя пропускать вопрос даже если вы точно "знаете", что респондент думает по этому поводу. Действительно, иногда в анкете вам может встретиться вопрос, на который респондент вроде бы уже отвечал, или похожий на один из предыдущих. Тем не менее этот вопрос следует задать, возможно он поставлен специально для того, чтобы убедиться в устойчивости позиций респондента.
- В случае, если какие-то вопросы не следует задавать определенным категориям респондентов, интервьюер будет предупрежден об этом в специальной инструкции, которая размещается в тексте анкеты и выделяется особым "интервьюерским" шрифтом
- Интервьюер должен добиваться того, чтобы респондент, прежде чем ответил, выслушал весь вопрос. Если респондент пытается вас прервать, вежливо объясните ему, что вопрос не закончен и дайте возможность выслушать вопрос целиком.
- Иногда, особенно это бывает тогда, когда вопрос задается в открытой форме, респондент отвечает только на часть его. Ваша задача - получить максимально полный ответ. Прочтите вопрос еще раз, интонационно акцентируя внимание на той части вопроса, ответ на которую не был получен. Или спросите: «А еще?».



Переформулировка вопросов/ вариантов ответа

Категорически запрещается разъяснять вопрос респонденту доступным для него языком. Анкета составляется таким образом, что непонимание частью респондентов смысла вопросов или отдельных слов тоже может дать очень важную информацию, именно поэтому нельзя не только подсказывать варианты ответа, но и комментировать смысл вопроса. Когда респондент что-то не понимает, в случае, если в анкете нет специальных разъяснений, пользуйтесь фразами типа: *"То, как Вы это понимаете"*, *"То, что это означает для Вас"*.



Работа с серийными (циклическими)

В чьих интересах действуют:	В интересах всего общества в целом	В интересах большинства	В интересах меньшинства	В интересах небольшой группы лиц	(НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить
А. Федеральные власти в целом					
В. Президент В. Путин					
Е. Председатель Правительства России (Премьер-министр) Д. Медведев					
С. Правительство России					
Ф. Государственная Дума России					



Пояснения:

- ❑ **Серийный (циклический) вопрос:** респонденту предлагается некоторое число вопросов, отвечая на которые он должен сделать выбор среди идентичных вариантов ответа (см. пример на предыдущем слайде). Другим примером является использование таких категорий как “полностью согласен”, “скорее согласен”, “нет определенного отношения”, “скорее не согласен” и “полностью не согласен” и пр.
- ❑ При работе с серийными вопросами необходимо назвать все варианты ответов в полном виде для первых двух вопросов, а затем повторить шкалу через 4-5 вопросов, если список является достаточно длинным.
- ❑ Если перечень объектов оценки в табличном вопросе очень велик, процедура оценки становится чрезмерно сложной и утомительной для респондента, в таких случаях можно использовать короткие словесные оценки, например, «всего общества», «большинства», «меньшинства», «небольшой группы лиц» или «полностью согласен или скорее», «полностью не согласен или скорее», «нет отношения» и т.д.



Работа с вариантом «затрудняюсь ответить»

Анкета оформлена таким образом, что в ней есть тексты, которые респондент не должен видеть. Например, чтобы "заставить" респондента давать содержательные ответы, ему не зачитываются варианты ответов "не знаю", "затрудняюсь ответить" и т.д. Поэтому, по умолчанию, вариант «затрудняюсь ответить» никогда не зачитывается, даже если нет специальных пояснений и обозначений в инструкции к опросу или в самой анкете. Это просто правило!

Зачитывается данный вариант только в случае наличия специального указания на это!



Когда отмечается «затрудняюсь ответить»

1. Если респондент понял вопрос и варианты ответа, но не может сформулировать свое мнение.
2. Если респондент не понимает формулировку вопроса/вариантов ответа даже после повторного зачитывания вопроса/вариантов ответа (если у оператора нет иных инструкций по данному вопросу)



Этап 3. Удержание респондента

В определенный момент времени респондент может (но не всегда) выразить желание прекратить интервью. В этом случае нельзя сразу же поддерживать его в этом, а необходимо удержать и закончить интервью.

Приемы удержания:

□ *Осталось всего несколько вопросов (всего несколько минут), если мы сейчас прервемся, то интервью не засчитается, получится что мы просто потеряли время.*

□ *Если же у респондента появились объективные обстоятельства для прекращения интервью, то надо обязательно договориться о времени продолжения разговора (при этом можно напомнить и о важности завершения интервью, см. выше)*



Возможные проблемы при коммуникации с респондентом

- **Если респондент отвечает, не дослушав вопроса или всех вариантов ответа.** Необходимо вежливо произнести фразу: *«Согласно условиям опроса моя обязанность дочитать Вам вопрос/все варианты ответа до конца и только потом зафиксировать Ваш ответ. Поэтому сейчас и дальше в интервью, прошу Вас сначала дослушать меня до конца и только после этого давать свой ответ».*
- **Если респондент говорит, что он уже отвечал на этот вопрос,** ответьте ему: *"Я знаю, что мы уже говорили об этом, но мне необходимо задать вам все вопросы, стоящие в анкете"*.
- **Если у интервьюера есть хоть какие-нибудь сомнения в том, что респондент услышал весь вопрос,** лучше повторить весь вопрос целиком. Категорически запрещается разъяснять вопрос респонденту доступным для него языком. Анкета составляется таким образом, что непонимание частью респондентов смысла вопросов или отдельных слов тоже может дать очень важную информацию, именно поэтому нельзя не только подсказывать варианты ответа, но и комментировать смысл вопроса. Когда респондент что-то не понимает, в случае, если в анкете нет специальных разъяснений, пользуйтесь фразами типа: *"То, как Вы это понимаете", "То, что это означает для Вас"*.
- **Если респондент сам просит повторить ему какой-то вариант ответа,** то Вы должны повторить все варианты, имеющиеся в анкете.



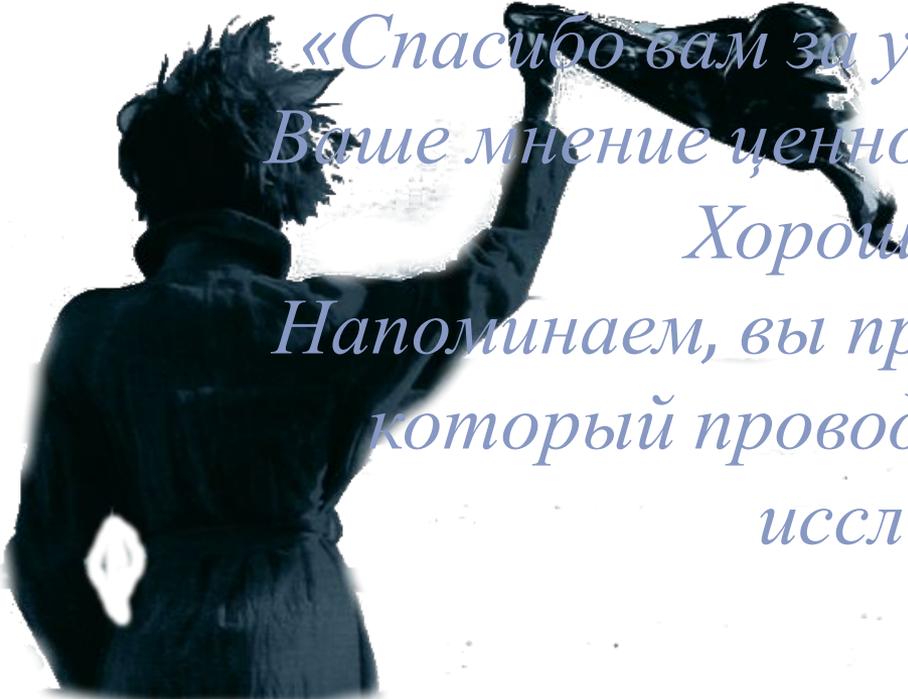
Возможные проблемы при коммуникации с респондентом

- **Если респондент уходит от вопроса.** Не позволяйте респонденту долго размышлять над каждой фразой и подробно разъяснять вам мотивацию его ответов. Любые попытки пространных рассуждений вежливо прерывайте фразами типа: "Это очень интересно, но мы могли бы это обсудить с Вами после того, как будут исчерпаны все наши вопросы". Этот прием позволит избежать необоснованных затяжек интервью, а также усталости респондента, которая может возникнуть в самом важном месте анкеты.
- **Если респондент задает вам слишком высокий темп,** постарайтесь сдержать его говоря:
"Позвольте, я это запишу", "Мне хотелось бы полнее записать то, что Вы говорите, Ваше мнение по этому поводу очень важно для исследования".
- **Создание атмосферы живого общения.** Как бы ни была хорошо продумана анкета, интервью подразумевает возможность некоторых реплик, которые способствуют поддержанию контакта и ощущению у респондента живого общения, и которые не приводятся в анкете. Принимая от респондента ответ, реагируйте словами: "Так", "Понятно", "Угу", "Записываю". Фразы типа : "Правильно", "Спасибо", "Хорошо" могут восприниматься респондентом как подтверждение вашей солидарности с его позицией, поэтому ими пользоваться нельзя.



Этап 4. Прощание

После того, как интервью закончилось следует поблагодарить респондента за участие, а иногда (если прописано в анкете) напомнить в каком опросе он принимал участие.



*«Спасибо вам за участие в исследовании!
Ваше мнение ценно для всего исследования!
Хорошего вам дня!
Напоминаем, вы приняли участие в опросе,
который проводит Фонд социальных
исследований»*



СТРУКТУРА АНКЕТЫ



СКРИНИНГОВЫЕ ВОПРОСЫ
– блок вопросов (вопросы для
отбора респондентов)

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ
АНКЕТЫ





СКРИНИНГОВЫЕ (отборочные, фильтрующие) вопросы

- **Скринирующие вопросы анкеты (отборочные, фильтрующие)** – стоят первыми в анкете.
- **Скрининговая часть анкеты** (блок вопросов) содержит ряд специальных вопросов непосредственно связанных с критериями отбора респондентов. С помощью скрининговой анкеты возможно отобрать потребителей именно нашей целевой аудитории.
- **Скрининговая анкета содержит** вопросы «безопасности», например, работает ли респондент в таких областях, как маркетинговые исследования, в рекламе, областях, которые исключены в исследовании. В скрининговую часть могут входить: вопрос об участии или неучастии ранее респондента в аналогичных опросах, вопросы социально-демографического характера и т.д.
- **Важный блок в анкете** – это вопросы связанные с знанием и потреблением конкретных товаров и услуг.
- Анкетам, по которым респондент не прошёл условия отбора присваивается статус «вне квоты» и/или в причинах недостижимости присваивается статус «скринер» - человек не подошёл под условия скринера.





Примеры СКРИНИРУЮЩИХ вопросов

Вы постоянно проживаете в Самаре?

1. Да
2. Нет
3. Отказ от ответа

Кто в Вашей семье в основном покупает товары для дома, ремонта и интерьера?

1. Вы самостоятельно
2. Совместно с другим членом семьи
3. Другой член семьи = > Позовите, пожалуйста, его (ЗАДАТЬ ЭТОТ ЖЕ ВОПРОС ДРУГОМУ ЧЛЕНУ СЕМЬИ)
4. Трудно сказать/отказ от ответа.
5. Никто

РАБОТАЕТЕ ИЛИ РАБОТАЛИ ЛИ ВЫ ИЛИ КТО-ТО ИЗ ЧЛЕНОВ ВАШЕЙ СЕМЬИ В ОБЛАСТИ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ?

НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ

1. Да
2. Нет

Пол респондента.

Не зачитывайте, определить по голосу

1. мужской
2. женский

ВЫ ПРОЖИВАЕТЕ В ГОРОДЕ, ПОСЕЛКЕ ГОРОДСКОГО ТИПА, СЕЛО, ДЕРЕВНЯ?

Отметить со слов респондента. Один ответ.

1. Региональный центр (столица области, республики, края)
2. Город – не региональный центр
3. Поселок городского типа
4. Село, деревня, станица
5. затрудняюсь ответить
6. Отказ от ответа

ВЫ ЯВЛЯЕТЕСЬ ВЛАДЕЛЬЦЕМ АВТОМОБИЛЯ LADA 4X4 URBAN(ЛАДА 4Х4 УРБАН)?
ЕСЛИ ДА, ТО ВЫ ОСНОВНОЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ЭТОЙ МАШИНЫ?

Q6 (6 из 92)

СКОЛЬКО ЛЕТ ВАМ ИСПОЛНИЛОСЬ:

НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ

Запишите числом

1. Я основной пользователь
2. Такой автомобиль есть, но основной пользователь другой член семьи
3. Нет

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ!

Для каждого **опроса** существует **квотное задание**, прописанное в **требованиях к опросу**.

Например, необходимо опросить **30 мужчин** в возрасте 18-30 лет; **50 женщин** в возрасте 18-30 лет и т.д.

Норма на количество анкет закладывается в саму программу опроса. Если квота набрана, то на скринирующих вопросах (пол и возраст) программа закроет вам анкету и вы должны будете извиниться и попрощаться с респондентом. Вежливо попрощаться с респондентом необходимо будет и в случаях, если характеристики респондента будут не подходить к критериям отбора – т.е. если респондент не пройдет скринер.





ОСНОВНЫЕ вопросы анкеты

- После того как респондент пройдет скринер (отбор) программа переходит к основным вопросам анкеты. От скринирующих вопросы основной анкеты отличаются лишь тем, что этими вопросами мы решаем **основные** задачи исследования, собирая мнения респондентов, информацию об их привычках и т.д.
- Пройдя до конца все вопросы анкеты, данному интервью присваивается статус «успешного» (завершенного).





ТИПЫ ВОПРОСОВ



- **Вопросы анкеты**

- **Закрытые**
- **вопросы**

- **Одновариантные вопросы**

- **Полузакрытые вопросы**

- **Многовариантные вопросы**



Закрытые вопросы



Закрытые вопросы предполагают, что респондент при ответе на вопрос ограничен заранее придуманным исследователями списком вариантов ответов, содержащихся в анкете.

Различают:

*Закрытые
вопросы с
подсказкой*

- К вопросу есть инструкция для оператора «*Зачитайте варианты ответа*». Оператор должен зачитать все варианты ответа.

*Закрытые
вопросы без
подсказки*

- К вопросу есть инструкция «*Не зачитывать*». Респондент должен самостоятельно сформулировать свой ответ – без подсказки со стороны





Закрытый вопрос с подсказкой

ВОПРОС: «Как Вы относитесь к тому, что отдельные объекты общего пользования, к примеру аэропорты, концертные залы, парки и т.д. называют в честь крупных исторических событий, к примеру, сражений?» *(Зачитайте варианты ответа. Респондент должен выбрать один ответ)*

1. *Бесспорно положительно*
 2. *Скорее положительно*
 3. *Скорее отрицательно*
 4. *Бесспорно отрицательно*
 5. *Безразлично*
99. *(НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить*





ЗакрЫтый вопрос без подсказки

ВОПРОС. «Как Вы считаете, Президент Владимир Путин работает на своём посту хорошо или плохо?» *(НЕ зачитывайте варианты ответа! Отметьте со слов респондента один ответ)*

1. Безусловно хорошо
2. Скорее хорошо
3. Скорее плохо
4. Безусловно плохо
97. Ничего не знаю о его работе
99. Затрудняюсь ответить





Вопрос с множественным выбором

В данном вопросе респондент может выбрать несколько вариантов ответа.

Пример:

«На какие дополнительные платные сервисы Триколор ТВ Вы подписаны?» *(Множественный выбор/зачитать)*

1. Мультирум
2. Ночной
3. Детский пакет
4. Ultra HD
5. Весь футбол
6. Матч! Футбол
7. Не подписан (-а) на дополнительные платные сервисы
8. 30

✓ *Необходимо зафиксировать все выбранные респондентом варианты ответа.*

✓ *В вопросах данного вида нужно внимательно соблюдать инструкцию. Возможно ограничение числа ответов, тогда это прописывается в комментарии к вопросу, например, «Не более 3-х ответов». Если ограничения нет, то отмечаются все названные респондентом варианты.*





Полузакрытый вопрос

В таких вопросах респонденту предлагают варианты ответов и присутствует позиция «другое», куда можно внести собственный ответ респондента, не подходящий под предлагаемые.

Пример:

«Какие банки Вы знаете хотя бы по названию?» *(отметить все, что назвал респондент)*

- | | |
|-----|-----------------------------|
| 1. | 1: Акцепт |
| 2. | 2: Альфа банк |
| 3. | 3: Бинбанк |
| 4. | 4: ВТБ 24 |
| 5. | 5: Левобережный |
| 6. | 6: МДМ банк |
| 7. | 7: Открытие |
| 8. | 8: Промсвязьбанк |
| 9. | 9: Райффайзенбанк |
| 10. | 10: Россельхозбанк |
| 11. | 11: Другое (что именно?) |
| 12. | 12: (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Не знаю |

✓ В случае необходимости в строку "другое" вписывается вариант ответа, не упомянутый в основном списке. Однако, прежде чем записать ответ в позицию «другое», еще раз убедитесь, что такого варианта действительно нет в основном списке.





Универсальное правило!

*Не терять внимание респондента **ПРИ ФИКСАЦИИ ОТВЕТА!** При «долгих» паузах (например, поиска в большом списке) интервьюеру нужно проговаривать свои действия, не допускать полного молчания.*



Открытый вопрос

Открытыми называются вопросы, в которых респонденту предлагается дать ответ своими словами.



Пример:

«Скажите, пожалуйста, почему именно этот рекламный ролик понравился Вам больше всего?»

✓ Фиксация ответа на открытый вопрос зачастую более сложная процедура, чем фиксация вариантов ответа в закрытом или полужакрытом вопросе.





Фиксация ответа на открытый вопрос

- ❑ Получить ответ на открытый вопрос не менее важно, чем на закрытый. Если респондент затрудняется, обязательно повторите ему еще раз формулировку вопроса, подчеркните, что вам очень важно понимать, что думает респондент по этому поводу.
- ❑ Краткий ответ записывается дословно.
- ❑ Записать развернутый ответ сложнее, так как интервьюеру невольно приходится выделять в ответе самое важное. Здесь есть опасность искажений. Поэтому, постарайтесь по возможности полно записать и развернутый ответ, используя, в случае необходимости, общепринятые сокращения. Всегда после интервью, в которых есть открытые вопросы, от интервьюера требуется редакционная работа для того, чтобы записи интервьюера стали понятны кодировщикам и супервайзеру.
- ❑ Если вы чувствуете, что не успеваете, начинайте проговаривать вслух то, что записываете и респондент невольно под вас подстроится. Если у вас появились сомнения в правильности сделанных записей, прочтите респонденту то, что вы записали с вопросом: *"Я правильно записал то, что Вы мне сказали, может быть еще что-то важно?"*. Ответы на открытые вопросы должны быть записаны аккуратно и разборчиво.

