



Организация работ. Подготовка интервьюеров

к.с.н., доцент
В.Б. Звоновский



ФОНД СОЦИАЛЬНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

Содержание:

- 1. Место интервьюера в исследовании**
- 2. Подбор интервьюеров**
- 3. Тренинг интервьюеров**
- 4. Основные ошибки интервьюера**
- 5. Методы контроля работы интервьюеров**

Место интервьюера в исследовании

Интервьюер в любом исследовании является одним из посредников между исследователем и социальной реальностью. Другими посредниками являются анкета (во всех ее видах), ведомость наблюдения

В качественных исследованиях, чаще всего, интервьюером оказывается сам исследователь.

В количественных исследованиях без интервьюера можно обойтись только в случаях сбора данных в автоматическом режиме (ТВ-метры или онлайн-анкетирование, например).

рисунок нужен

Место интервьюера в исследовании

Требования к интервьюерам – квалификация и компетенции работника, которыми он должен обладать перед проведением работ и реализовать при проведении любых полевых работ.

Инструкции интервьюерам – набор правил и схема действий при реализации полевого этапа конкретного проекта.

Предполагается, что когда интервьюером является сам исследователь, он удовлетворяет требованиям к проведению интервью, т.е. имеет необходимые квалификацию и компетенции. Это необязательно так. Со временем набор требований меняется и в отношении к интервьюерам и в отношении к исследователям.

В любом случае исследователь перед началом полевых работ должен составить инструкции для интервьюеров, даже если этим интервьюером оказывается он сам. Это необходимо для того, чтобы можно было сопоставить (1) план и реализацию инструкции при составлении методического отчета, (2) результаты данного исследования и других аналогичных исследований, а также (3) обоснованно применять или изменять инструкции при повторении исследования.

Место интервьюера в исследовании

Есть два типа взаимодействия интервьюера и исследователя.

- Интервьюер – это лишь деталь, пусть важная и необходимая, в корпусе инструментария сбора данных. Ему даны пошаговыми инструкциями, предполагающие простые функции по заполнению анкеты или бланка интервью. По сути, интервьюер – это регистратор описанных исследователем событий в представленный этим же исследователем бланк.
- Интервьюер - младший партнер исследователя, который ему поручает не только собрать необходимую информацию, но и зафиксировать имеющийся вокруг респондента и(или) возникающий в ходе сбора информации, социальный фон.

Требования к интервьюеру

Главное правило: не каждый желающий может быть интервьюером.

Критерии отбора. Интервьюер

1. Не должен иметь очевидных недостатков в дикции и сильного акцента, не должен обладать заметным неместным выговором или диалектом.
2. Должен слушать не только своего респондента, но и понимать окружающий социальный фон.
3. Иметь навыки регулярного установления отношения сотрудничества с незнакомыми людьми, снимать подозрительность и агрессивность.
4. Быть исполнительным и дисциплинированным. В работе интервьюера нет места творчеству.
5. Иметь нейтральную, располагающую к доверию внешность.

Особенности работы интервьюера

Главным инструментом, с помощью которого интервьюер привлекает респондентов к участию в исследовании является – как минимум, демонстрируемая, его собственная заинтересованность в

1. Теме исследования.
2. Том, чтобы именно этот респондент принял участие в опросе.
3. Ответах данного респондента.

При этом интервьюеру может быть все это совершенно не интересно. Это вызывает определенное напряжение в работе интервьюера.

Интервьюер должен обладать очень высокой психологической устойчивостью и демонстрировать готовность к нейтральному восприятию отказов от интервью.

Поддержание базы интервьюера

В случае, если Вы более или менее регулярно проводите сбор данных, Вам необходимо сформировать и поддерживать базу интервьюеров.

Помимо очевидных данных интервьюеров (ФИО, все виды контактов, вкл. аккаунты в социальных сетях), следует иметь:

1. Перечень проектов, в которых принимал участие, вкл. количество взятых интервью в этом проекте, результаты контроля работы, впечатления, комментарии супервайзера
2. Группы респондентов, с которыми может работать и методики опроса, которыми владеет.
3. Пройденные тренинги, курсы повышения квалификации.



Базовая подготовка интервьюеров

Курсы базовой подготовки интервьюера направлены на формирование у него коммуникативных практик.

Цели:

- сформировать у интервьюеров общее представление о целях, методах и этике интервью в целом

Основные навыки:

- установление контакта с потенциальным респондентом
- «заинтересованное» слушание»
- неуклонное следование инструкциям
- как отвечать на типичные вопросы респондента, как уходить от дискуссий с респондентом, твердый отказ от дискуссий с ним
- делокализация ответственности интервьюера



Базовая подготовка интервьюеров

Различные компании практикуют различные наборы видов подготовки интервьюеров. Чаще всего они проводят:

1. Индивидуальное собеседование при первом знакомстве, позволяющее выявить наличие или отсутствие достаточных компетенций и заинтересованности у соискателя.
2. Групповые аудиторные занятия в малых группах (не более 15 чел.) в ходе которых интервьюеры получают знания о типах и видах опросов и способах фиксации данных.
3. Полевой тренинг интервьюеров (вместе с супервайзером или «бывалым»).
4. Самостоятельная работа (разбор кейсов, тесты)



Базовая подготовка интервьюеров

Вариант теста

Речь респондента:

«Ну, что Вы спрашиваете? Мое мнение – эти беспорядки надо подавлять всеми имеющимися законными средствами, в случае необходимости использовать полицию, а зачинщиков нужно вылавливать и строго наказывать. Правовая сторона дела при этом должна оставаться безупречной, и не годится, если кого-то лишают права на стипендию. Но что мне кажется важным, так это то, что свободный мир может защитить себя от веяний с Востока, иначе у нас тоже наступит когда-нибудь «рабочий рай». Я это знаю, я несколько лет просидел в плену у русских...».

Вопрос:

«Некоторые считают: если студент во время демонстрации выступает зачинщиком, его следует лишить стипендии. Другие говорят, что это слишком сильное наказание. Никто не должен страдать из-за своих политических убеждений. Какого мнения придерживаетесь Вы?».

Лишить стипендии ()

Не лишать стипендии ()

Не знаю ()



Базовая подготовка интервьюеров

Разбор аудио- или видеозаписи интервью

Это - постановочные беседы, рабочие записи проектов).

Их проводят с целью анализа типичных сложных ситуаций, возникающих проблем, ошибок и методов борьбы с ними; интервьюерам предлагают необходимые действия.

Например, респондент стал уточнять почему именно к нему пришли за ответами? или просить, чтобы интервьюер подсказал как нужно «правильно» ответить на какой-либо вопрос?»



Базовая подготовка интервьюеров

Показательное интервью

Интервью, проводимое перед обучаемой группой интервьюеров с участием супервайзера, исследователя для разбора какого-то типичного случая.

- «Идеальное интервью» - как должно проходить абсолютно правильное с методической точки зрения интервью. Супервайзер в роли интервьюера, задача - показать наиболее важные методики работы с вопросником, использование вспомогательных материалов (карточки, дополнительные бланки и т.п.)
- «Трудный респондент» - помогает смоделировать и обсудить возможные проблемы беседы: конкретного вопросника, типичных коммуникативных ситуаций, предложить способы работы с вопросами респондента. Супервайзер в роли вредного респондента, играет разные роли, эмоциональные состояния, способы давления на интервьюера.



Базовая подготовка интервьюеров

Практика в поле с более опытным интервьюером

Задача - отработка навыков поиска респондента согласно полученному заданию, обучение методам установления первичного контакта, мотивированию потенциальных респондентов к беседе и т.п

Индивидуальный тренинг в поле

Обычное интервью записывается (чаще всего, с помощью диктофона), а затем анализируется совместно с супервайзером: особенности прошедшего интервью, оценка адекватности зафиксированной информации в анкете и высказанного ответа



Предпроектный тренинг интервьюеров

Непосредственно перед полевым этапом проекта проводится инструктаж интервьюеров.

Цель:

- подготовка к конкретному исследованию, знакомство и освоение интервьюерами методов поиска и отбора респондента в данном проекте и особенностям заполнения вопросника и других отчетных документов.

Основные навыки:

- включение в особенности темы, социальной ситуации, понимание потенциальных рисков, специфики целевых групп и методов работы с ними
- знакомство с особенностями методики поиска и отбора респондентов
- отработка ведения интервью по конкретному вопроснику (особенности анкеты, переходы, карточки)
- отработка правил заполнения методических и иных отчетов полевому этапу исследования

Предпроектный тренинг интервьюеров

Предпроектный инструктаж интервьюеров проводится в форме разбора полевого инструмента и характера изучаемой проблемы. Наиболее типичные способы подготовки

Чтение вопросника (сценария интервью).

Интервьюеры и супервайзер прочитывают вопросник для обсуждения и прояснения всех возможных непонятных моментов. Вопросы зачитываются, обсуждаются возможные проблемы и пути их решения



Предпроектный тренинг интервьюеров

Интервью по кругу.

Цель - отработка навыков фиксации информации, выработке «неизбирательного слушания».

Обучающиеся интервьюеры по очереди задают вопросы из анкеты супервайзеру, фиксируют его ответы, параллельно разбирают возникающие проблемы. После такого коллективного интервью обсуждают сделанные записи.

Предпроектный тренинг интервьюеров

Моделирование интервью.

Цель - отработка правил фиксации информации, в данном проекте, а также близкое знакомство интервьюеров с текстом вопросов.

Группа разбивается на пары интервьюер – респондент (наблюдатель) и проводят интервью. В рамках обучения проводится несколько интервью со сменой ролей и напарников. Супервайзер контролирует процесс, отмечает ошибки, показывает наиболее подходящие методы решения, возникающих проблем, комментирует особенности задавания сложных вопросов, использования вспомогательных материалов



Предпроектный тренинг интервьюеров

По итогам моделирования обсуждают...

«... что думают респондент, интервьюер и наблюдатели об участии каждого, исполняющего роль; почему респондент и интервьюер делали то, что они делали; какие вопросы должен был задать интервьюер, как реагировал на них респондент, каковы были свидетельства, говорящие об искажениях, как они могли бы быть предотвращены»

Белановский С.А. Глубокое интервью, 2005 г.



Пример инструкций для интервьюеров

1. Интервьюер зачитывает вопросы и отмечает ответы респондента в анкете **САМОСТОЯТЕЛЬНО!** Передавать анкету респонденту **ЗАПРЕЩЕНО!**
2. Опрос проводится **ТОЛЬКО** в квартирах, предусмотренных движением по маршруту! Опрос на улицах, в магазинах и т.п. **ЗАПРЕЩЕН!**
3. Опрашивать родственников, знакомых, друзей и т.п. **НЕЛЬЗЯ!**
4. В каждой квартире можно опрашивать **ТОЛЬКО ОДНОГО** человека. Присутствие других проживающих во время опроса **КРАЙНЕ НЕ ЖЕЛАТЕЛЬНО!**
5. Варианты ответов «затрудняюсь ответить», «не знаю», «нет таких» **НИКОГДА НЕ ЗАЧИТЫВАЮТСЯ!**
6. Порядок зачитывания вопросов **НЕ МЕНЯЕТСЯ!**
7. Вопрос зачитывается **ТОЛЬКО** в формулировке, приведенной в анкете!
8. Если респондент не понимает вопрос, то интервьюер обязан зачитать вопрос еще раз **БЕЗ УТОЧНЕНИЙ** и собственных комментариев.
9. Помощь респонденту, «наведение» на ответ со стороны интервьюера – **НЕДОПУСТИМЫ!**
10. Перед началом опроса уточняется **ВОЗРАСТ** и **ОБРАЗОВАНИЕ** респондента: они должны **СООТВЕТСТВОВАТЬ КВОТНЫМ** заданиям, вписываются в анкету **СРАЗУ!**

Пример инструкций для интервьюеров

Проведение интервью

- Вопросы нужно задавать отчетливо, точно так, как они записаны в анкете
- Четко следовать всем указаниям в анкете, которые напечатаны *курсивом*
- Записывать ответы нужно теми словами, которые употребляет респондент
- Писать нужно разборчиво, ручкой. Все записи в анкетах должны быть сделаны рукой одного человека (интервьюера)
- Если респондент скажет, что плохо разбирается и посоветует обратиться к какому-нибудь другому, скажите, что Вас интересует именно его мнение, независимо от того, насколько он разбирается в этих вопросах
- Если респондент начнет говорить о чем-то постороннем, прервите и постарайтесь направить его на нужную тему. Скажите: «Извините, я не очень понял(а).....» и отчетливо повторите вопрос

Во время интервью

- Нельзя говорить о своих взглядах
- Нельзя давать оценку тому, что говорит респондент, показывать свое отношение к сказанному (кроме внимания, уважения и доброжелательности к самому респонденту)
- Нельзя переиначивать вопросы, объяснять их своими словами
- Если при ответе Вам скажут: «Здесь то же самое как и в предыдущем вопросе», Вы все равно должны попросить ответить снова, пусть даже повторить уже сказанное

Предпроектный тренинг интервьюеров

Что должен знать интервьюер по итогам инструктажа

1. Цели проводимого исследовательского проекта
2. Как проводить отбор нужного респондента
3. Как вести предварительный разговор об интервью
4. Как правильно задавать вопросы и фиксировать ответы
5. Каковы особенности заполнения вопросника: число допустимых ответов табличные вопросы, переходы, правила записи открытых вопросов
6. Как работать с вспомогательными материалами (карточки, маршрутные листы, квотные задания и т.п.)
7. Как нужно оформлять отчетные документы интервью: какие материалы необходимо сдать, в какие сроки, нужна ли нумерация, какая дополнительная информация должна быть проставлена (например, фамилия интервьюера, комментарии по поводу условий проведения интервью и т.п.)
8. Какие способы контроля качества работы интервьюеров будут применяться, каковы санкции при нарушении методики проведения исследования

Несанкционированная активность респондента

Интервьюер не должен допускать несанкционированной активности респондента. Он должен поддерживать такой темп беседы и так контролировать ее ход, чтобы у респондента не было самой возможности перехватить инициативу.

Но если все-таки респондент захватывает инициативу:

1. Необходимо сохранять спокойствие и помнить, что в большинстве случаев респонденты позитивно настроены на общение, задача интервьюера – поддержать интерес со стороны участников опроса.
2. Тем не менее, интервьюер не должен позволять респонденту демонстрировать свое недоверие, в форме скепсиса, обвинений в ангажированности или высмеивании темы и содержания беседы, необходимо подчеркивать, что интервьюер лишь выполняет свою работу, относится к ней серьезно, ему важно собрать качественную информацию, необходимую для достижения целей исследования.
3. Не следует занимать оборонительную позицию. Интервьюер не отвечает за осуществление экономической политики, качество и цену товаров и услуг, его задача качественно провести опрос. Необходимо попросить респондента помочь в решении этой задачи.
4. В случае если вопрос не относится к предмету опроса, является неуместным и провокационным, интервьюеру рекомендуется отвечать следующим образом: *«Мы здесь не это обсуждаем. Мы говорим о...», «то, о чем Вы говорите, важно, но давайте обсудим...».*
5. Интервьюер не должен спорить с респондентом и противоречить ему.

Ошибки интервьюера

Ошибки интервьюера бывают двух основных типов:

- Преднамеренные, или фальсификации, которые возникают в силу рационального желания интервьюера максимизировать размер оплаты своего труда при минимизации затрат времени и усилий. Эти фальсификации уменьшаются благодаря контролю полевых работ.
2. Непреднамеренные, или собственно ошибки. Они возникают от неопытности или неумения интервьюера. Приводят к увеличению затрат времени и усилий на производство единицы продукции. Эти ошибки уменьшаются благодаря продолжающемуся обучению интервьюеров.



Ошибки на стадии отбора респондента

- Ошибки на этапе отбора домохозяйства (дома, квартиры) при движении по маршруту; опрос не в заданной точке при уличном опросе
- Нарушение рекомендуемого времени опроса (дни недели, время суток)
- Ошибка при выборе респондента: нарушение схемы отбора (методика Киша, день — рожденья), несоблюдение квотного задания
- При опросе с повторными посещениями - недостаточное количество посещений для опроса нужного респондента.

Ошибки на стадии проведения интервью

Ошибки метода

1. Нарушение метода проведения опроса: анкетирование вместо интервью, телефонный опрос вместо очного интервью
2. Перефразирование вопросов вместо дословного зачитывания (при наличии инструкции по точному воспроизведению текста вопроса)
3. Нарушения формата задавания вопросов: закрытый вместо открытого и т.п.
4. «Хоровой опрос» – проведение интервью при активном участии третьих лиц, когда на вопросы отвечает сразу несколько человек



Ошибки на стадии проведения интервью

Ошибки содержания

1. Задавание не всех вопросов, зачитывание не всех вариантов ответа, не предъявление необходимых визуальных материалов, карточек
2. «Плохое слушание», записывание ответа респондента на основе стереотипного восприятия
3. Смена порядка задавания вопросов
4. Невнятная, неинтонированная речь, которую сложно разобрать.

Ошибки на стадии проведения интервью

Ошибки коммуникации

1. Неадекватный темп ведения беседы (слишком быстрый или медленный), при котором респондент либо не успевает подумать и сформулировать адекватный ответ на вопрос, либо начинает терять интерес к беседе, старается прервать интервью в связи с невозможностью таких значительных затрат времени
2. Отсутствие проявлений доброжелательности, внимания к респонденту и его мнению
3. «Избирательное слушание»: повышенное внимание интервьюера к мнениям респондента, которые совпадают с его собственными, поощрение «правильных» высказываний, пренебрежение, невнимание к тем ответам респондента, которые не совпадают с мнением интервьюера
4. Нарушение нейтральности восприятия респондента: давление на респондента, вступление в спор, попытка навязать респонденту собственную позицию, осуждение взглядов респондента
5. Пространные монологи интервьюера, отклонение от формата вопрос-ответ

Правила ведения интервью

1. Чтобы установилась атмосфера доверия, надо постоянно поддерживать визуальный контакт с ним (не менее половины времени)
2. Чтобы не снижать темп интервью, следующий вопрос следует по возможности одновременно с фиксацией ответа на предыдущий
3. Если нужно зафиксировать комментарий к ответу, то следует записывать его точно в тех словах, какими пользуется респондент
4. Интервьюеру не следует позволять респонденту втягивать себя в обсуждение предмета обследования
5. Если формулировка вопроса или предлагаемого варианта ответа вызывает у респондента возражения, то интервьюеру следует настаивать на ответе по предложенной формулировке, но готов зафиксировать несогласие респондента прямо в анкете или бланке интервью
6. Когда респондент отвечает «Я не знаю...», не нужно торопиться задавать ему сразу следующий вопрос, потому что эта фраза иногда бывает вводной для ответа по существу («Ну, я не знаю... мне кажется, что...»)
7. Никогда не надо сообщать респонденту (даже если он просит об этом) того, что ответили на данный вопрос другие респонденты

Коммуникативные стили интервьюера

- *«Ответственный человек».* Интервьюер демонстрирует свою организованность, ответственность, дисциплинированность, честность, надежность, пунктуальность в работе.
- *«Человек, вызывающий доверие».* Для данного стиля характерны навыки установления отношений сотрудничества с незнакомыми людьми, нейтрализации возможной агрессивности, подозрительности респондентов.
- *«Человек, который умеет хранить тайны».* Для данного стиля характерны умение сохранять конфиденциальность и навыки демонстрации респонденту готовности к защите полученных сведений.
- *«Человек, который может выслушать».* В данном стиле важны навыки нейтрального, безоценочного слушания, умение задавать вопросы и фиксировать ответы «автоматически», не выказывая ничем своего одобрения или неодобрения ответов респондента, не подталкивая его к какому-либо ответу.
- *«Человек, с которым интересно, приятно поговорить».* Для данного стиля необходимы навыки формирования позитивной атмосферы интервью, умение не только получить от респондента требуемую информацию, но и дать ему взамен чувство морального удовлетворения.

Сложные ситуации интервью

Отсутствует доступ к респонденту:

1. Респондент отказывается от участия из-за: высокой занятости («Нет времени»); низкой значимости темы обследования («Это не важно, ничего не изменит»); опасений по поводу предоставления данных («Это секретная информация»).
2. Респондент сначала согласился, но потом передумал участвовать в опросе и хочет отказаться от интервью, например из-за: непонимания вопросов; опасения возможных санкций.
3. Респондент не помнит необходимые сведения для заполнения анкеты, не хочет тратить время, чтобы вспомнить и пр.
4. Респондент имеет мнение, но не хочет его высказывать из-за опасения санкций.
5. Респондент предоставляет информацию, которая выглядит недостоверной.

Внешнее негативное вмешательство при проведении опроса:

6. Респондент отвлекается от проведения интервью (например, на телефонный звонок).
7. Происходит серьезное внешнее вмешательство, прерывающее опрос (например, у респондента возникает необходимость уйти, в проведение опроса вмешиваются третьи лица).

Текущий и итоговый контроль интервьюеров

Текущий контроль осуществляется одновременно с полевым этапом работ:

- Телефонный опрос: супервайзер прослушивает ведущиеся интервью в момент их проведения, подключаясь к телефонной линии
- Уличный опрос: повременный контроль всех точек
- Опрос в местах продаж, hall-test: супервайзер присутствует в помещении для интервьюирования, подставные респонденты
- Контроль прохождения маршрута с помощью gps-трекера

Итоговый контроль осуществляется после окончания полевого этапа:

- Первичный визуальный контроль при приемке анкет
- Полевой (телефонный, почтовый, личный) контроль
- Статистический контроль (по уже введенному массиву данных)

Предмет контроля работы интервьюеров

Важно понимать, что именно нужно намерен контролировать в работе интервьюера:

- факт проведения интервью (контакта с источниками данных)
- выполнение процедуры отбора респондента
- выполнение процедуры сбора данных (интервью, а не анкета, опрос по месту жительства, а не уличный и пр.)
- предъявление необходимого визуального материала (карточки, фотографии, тестовые образцы и т.п.)
- полнота интервью: обсуждаемые темы (обычно задается несколько вопросов из середины и конца анкеты)
- понимание социального фона

ВАЖНО:

- контролировать не только проведенные интервью, но и оценивать контакты, которые должны были попасть в выборку, но интервью не состоялось (отказы, нет дома, прерванное и пр.)

Первичный визуальный контроль

Наиболее эффективный способ контроля – совмещение визуального контроля с вербальным.

- **Точность** выполнения интервьюером полученного задания на опрос (например, соблюдение квот, принципов отбора респондентов) - соответствие **методике** опроса
- Оценка **полноты** заполнения анкеты: пропуски, разборчивость почерка, полнота записи ответов на открытые вопросы и сохранение лексики респондента (а не записи обобщений интервьюера)
- **Внешний** вид анкет: подозрительная ровность, гладкость страниц, невозможная после полевых работ аккуратность
- Общий стиль ответов: **монотонность**, однотипность ответов или чрезмерная фантазия (особенно заметно на открытых вопросах)

Телефонный контроль

Обычно в конце интервью респонденту задается вопрос о номере телефона и имени: *«Для того, чтобы мою работу могли проверить назовите, пожалуйста, ваш номер телефона и имя/отчество»*

- Номер телефона указывается на отдельном бланке для возможности при контроле разделить анкету и контактные данные (маршрутный лист при квартирном опросе, отрывной бланки при уличном опросе)
- В среднем телефоны называют от 60% до 90% (зависит от опыта работы интервьюера, уровня телефонизации, сензитивности темы)
- Телефонный контроль охватывает обычно 15-20% выборки
- Если возникают подозрения, то проводится проверка всех анкет интервьюера

Личный контроль

В случае если опрос проводился по месту жительства по указанным в контактных ведомостях адресам направляется контролер, который проверяет адекватность собранной информации.

- Обычно не более 10% выборки
- Контролируются основные признаки выполнения задания:
 - ☐ факт проведения интервью (контакта с источниками данных)
 - ☐ выполнение процедуры отбора респондента
 - ☐ выполнение процедуры сбора данных (интервью, а не анкета, опрос по месту жительства, а не уличный и пр.)
 - ☐ предъявление необходимого визуального материала (карточки, фотографии, тестовые образцы и т.п.)
 - ☐ полнота интервью: обсуждаемые темы (обычно задается несколько вопросов из середины и конца анкеты)
 - ☐ понимание социального фона

Статистический контроль

- Анализ распределения основных вопросов по интервьюерам и сравнение их со средними значениями по выборке в целом
- Интервьюеры, собравшие ответы, наиболее отклоняющиеся от среднего по выборке распределения, нуждаются в более тщательной проверке
- Хорошие результаты для оценки воздействия интервьюера дает факторный анализ
- Результаты лишь статистического контроля недостаточно для определения качества анкет, но они могут указывать на интервьюеров, которые требуют большего внимания
- Необходим достаточно большой массив анкет по каждому интервьюеру