

**ПОСОБИЕ ДЛЯ ИНТЕРВЬЮЕРОВ  
ПО ПРАВИЛАМ ВЕДЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ И УСТАНОВЛЕНИЮ  
КОНТАКТА С РЕСПОНДЕНТОМ**

## Оглавление

Предисловие.....	3
Введение.....	4
1. ИНТЕРВЬЮЕР И ЕГО РОЛЬ В ПРОВЕДЕНИИ НАБЛЮДЕНИЯ .....	6
1.1. Индивидуальные качества интервьюера.....	6
1.2. Основные функции и обязанности интервьюера в наблюдении .....	7
1.3. Основные факторы эффективности работы интервьюера .....	8
1.3.1. Психологическая готовность к интервью .....	9
1.3.2. Восприимчивость к реакции респондента .....	11
1.3.3. Понимание специфики работы.....	15
1.3.4. Правила поведения интервьюера во время интервью .....	21
2. ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ .....	26
2.1. Время и место проведения интервью .....	27
2.2. Основные этапы проведения интервью .....	29
2.2.1. Установление контакта с респондентом .....	29
2.2.1.1. Вступительное слово .....	30
2.2.1.2. Рекомендации о порядке установления контакта .....	32
2.2.2. Основной этап опроса .....	36
2.2.2.1. Как объяснить респонденту процедуру интервью .....	36
2.2.2.2. Проведение основного этапа интервью .....	37
2.2.2.3. «Трудные» респонденты .....	43
2.2.3. Порядок завершения интервью .....	47
3. СОБЛЮДЕНИЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ ДАННЫХ .....	49
4. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА РАБОТЫ ИНТЕРВЬЮЕРА.....	50
Ответы на часто задаваемые респондентами вопросы.....	52
Защита от психологических перегрузок при общении .....	54
Безопасность интервьюера .....	58

## Предисловие

В настоящее время органами государственной статистики в России по поручению Правительства Российской Федерации реализуется система федеральных статистических наблюдений по социально-демографическим проблемам, касающимся различных сфер жизнедеятельности общества.

Важную роль в этих наблюдениях занимают интервьюеры – лица, осуществляющие целенаправленную беседу с членами обследуемых домохозяйств методом интервью. От того, насколько грамотно интервьюер выполняет свою работу, зависит надёжность результатов выборочного наблюдения.

Настоящее пособие предназначено для самостоятельной подготовки интервьюеров и закрепления учебного материала после посещения аудиторных занятий по приемам установления контакта с респондентами и нейтрализации негативного настроения респондента, а также техники ведения интервью.

В пособии подробно описано, в чём заключается деятельность интервьюера, какими профессиональными и индивидуальными качествами должен обладать интервьюер, перечислены основные функции и обязанности интервьюеров, требования, предъявляемые к интервьюерам и т.д.

Представлена информация о том, как наилучшим образом устанавливать и закреплять контакт с респондентами, какие правила необходимо соблюдать при проведении интервью, как правильно завершить опрос, как вести себя с «трудными» респондентами, что делать в случае отказа респондента участвовать в наблюдении и т.д.

В приложениях дан ряд упражнений, которые помогут Вам преодолеть стресс, вызванный неудачами в рекрутировании домохозяйств или сложными условиями проведения интервью, перечислены основные правила по технике безопасности, что может уберечь интервьюера от различных рисков и непредвиденных обстоятельств, а также приведены варианты возможных ответов на наиболее распространенные вопросы респондентов.

## Введение

В российской статистической практике осуществляется **сбор большого объема статистических данных** с использованием разнообразных форм статистической отчетности. Эта отчетность охватывает все социальные сферы: образование и здравоохранение, занятость и безработицу, транспорт, науку и культуру и т.д.

Заполнение этой отчетности осуществляется на предприятиях и в административных органах, поэтому на ее основе возможно сформировать статистическую информацию только **по отдельным группам населения**: работающие, пенсионеры, дети. Но как живет каждая российская семья, российское домохозяйство в отдельности, в каких условиях, в каком составе, какие имеет потребности, как распоряжается своими доходами, чем питается и как организует свое свободное время – эту информацию можно получить **только у самой семьи**.

Наиболее приемлемым способом сбора информации в этих целях являются **переписи населения и выборочные наблюдения**. В отличие от статистической отчетности предприятий и организаций они изначально организуются на уровне группы людей, объединенных родством, общим семейным бюджетом, т.е. по тем признакам, которые определяют различия в уровне жизни населения.

Самым масштабным наблюдением, охватывающим все семейные единицы, являются переписи населения. Их принято называть **сплошными наблюдениями**. Они включают большой набор показателей, позволяющих, главным образом, измерить основные демографические тенденции. **Роль выборочных наблюдений** состоит в том, чтобы детализировать эту информацию, раскрыть ее более тонкие грани, установить важные взаимосвязи демографических показателей с различными аспектами уровня жизни, которые не включены в программу переписи населения.

Выборочные наблюдения населения проводятся во всех областях общественных наук, и практически все области анализа государственной

политики опираются на данные этих наблюдений для обеспечения принятия обоснованных решений.

В отличие от сплошных переписей, в ходе выборочных наблюдений информация запрашивается не у всех домохозяйств, а только у их части, достоверно отражающей характеристики всей совокупности домохозяйств.

Эту часть принято называть **выборочной совокупностью**. Она формируется на научной основе и таким образом, чтобы обеспечить достоверное отражение характеристик всех домохозяйств, как тех, в которых проходит наблюдение, так и тех, в которых наблюдение не проводится.

На практике проведение выборочных наблюдений означает проведение **личного интервью** с членами домашних хозяйств, включенных в выборочную совокупность, по заранее установленной программе опроса, представленной в вопросниках.

На **интервьюера** возлагается ответственная задача по установлению первого личного контакта с респондентом и получению конфиденциальных ответов на вопросы анкеты.

Интервьюирование является трудной, но интересной работой. Вам придется встречаться со многими людьми.

Проведение опроса – не автоматическая работа. Все респонденты, с которыми придется встретиться, – это люди разные, что потребует полной отдачи ваших способностей и знаний. Работа такого рода невозможна без четкого представления об этических и профессиональных обязательствах каждого участника исследовательского процесса.

Государство тратит очень большие деньги, чтобы организовать масштабные Выборочные наблюдения российских домашних хозяйств.

Именно вы – интервьюеры – являетесь тем мостиком, который позволит нашему государству получить непосредственно у самого домохозяйства ту информацию, которая предусмотрена каждой из программ выборочных наблюдений по социально-демографическим проблемам.

**Обучение в рамках данного пособия направлено на** отработку Вами необходимых навыков ведения интервью, обеспечивающих расположение респондентов к участию в наблюдении, и других коммуникативных качеств, необходимых при интервьюировании.

## 1. ИНТЕРВЬЮЕР И ЕГО РОЛЬ В ПРОВЕДЕНИИ НАБЛЮДЕНИЯ

Интервьюер – лицо, которое осуществляет целенаправленную беседу для получения ответов на вопросы, предусмотренные программой выборочного наблюдения.

Деятельность интервьюера осуществляется посредством общения с респондентом – лицом, отвечающим на заданные интервьюером вопросы, прописанные в специально составленных бланках интервью (формах наблюдения).

Таким образом, на интервьюера возлагается наиболее ответственная задача установления первого личного контакта с респондентом, а также получение от него конфиденциальных ответов.

---

Качество конечных результатов наблюдения во многом зависит от интервьюера, его личной активности и дисциплинированности, от того, какое количество отобранных для опроса домохозяйств будет фактически опрошено.

---

От качества проведения интервью зависит надёжность результатов выборочного наблюдения.

### 1.1. Индивидуальные качества интервьюера

Интервьюер должен обладать рядом **профессиональных и индивидуальных качеств**, которые в дальнейшем помогут ему в его работе. К таким качествам относятся: добросовестность, ответственность, педантичность, контактность.

Кроме этого, интервьюер должен вызывать чувство симпатии, испытывать истинный интерес к людям. Хороший интервьюер характеризуется выражением: «дать и взять», которое обозначает, что при проведении беседы он должен не только получить информацию, но и дать взамен чувство морального удовлетворения.

От интервьюера требуется определенное отношение к окружающим, контактность, искреннее участие и человечность. Интервьюер не должен стремиться произвести впечатление. Он должен направлять свою энергию не на воздействие, а на наблюдение за другими людьми. Подобная позиция необходима для того, чтобы получать в интервью полные и правильные сведения и записывать их в неискаженном виде.

К тому же, лицо, проводящее интервью, должно иметь психологическую выдержку, **«моральную стойкость»** - упорство в преодолении трудностей, так как во время проведения опросов далеко не все респонденты с радостью соглашаются давать интервью. Так, например, полное осуществление выборки дается намного труднее, чем это можно предположить, читая описание порядка формирования выборочной совокупности. Впрочем, и процесс интервьюирования намного утомительнее, чем это кажется со стороны. Интервью проводятся, как правило, преимущественно вечером, после возвращения респондентов с работы, или в выходные дни, когда респонденты могут быть заняты домашними или иными, заранее запланированными ими делами, и с этим ничего не поделаешь.

«Моральная стойкость» подразумевает также честность: ведь в решающей фазе наблюдения - при выборе и опросе намеченных респондентов - интервьюер работает один. Не чувствуя надзора, он должен тем не менее неукоснительно выполнять неудобные и трудоемкие предписания. Подделка - грубая или незначительная - неприятный и все же постоянный фактор искажений, который можно отчасти контролировать, но нельзя исключить полностью.

## 1.2. Основные функции и обязанности интервьюера в наблюдении

**Основные функции интервьюера** состоят в следующем:

- 1) посещение домохозяйств по отобранным для проведения наблюдения адресам с целью получить их согласие на участие в наблюдении (рекрутирование домохозяйств) и формирование участка наблюдения. Список адресов интервьюеру предоставляется территориальным органом государственной статистики (далее – ТОГС);
- 2) регистрация результатов рекрутирования в отчетных документах;
- 3) проведение опроса респондентов по программе наблюдения в четком соответствии с указаниями по заполнению соответствующих форм наблюдения;
- 4) выявление основных проблем, возникающих в процессе проведения опросов, и регистрация их в специальном разделе форм наблюдения, либо их письменное изложение и

---

**От работы интервьюера зависит не только точность и достоверность первичной информации, но и успех всего полевого этапа.**

---

передача в ТОГС для рассмотрения;

- 5) проведение визуальной проверки форм наблюдения на полноту заполнения и уточнение, в случае необходимости, зарегистрированных ответов в домохозяйствах (до передачи в ТОГС).

Для выполнения указанных функций **интервьюер обязан:**

- 1) пройти инструктаж по основным методологическим и организационным положениям наблюдения, правилам ведения интервью, заполнения форм наблюдения, работы с инструктивными материалами;
- 2) руководствоваться в работе инструктивными материалами, специально разработанными для целей проведения наблюдения;
- 3) внимательно изучить весь инструментарий, инструкцию по его заполнению и проводить свою работу в полном соответствии с действующей инструкцией;
- 4) посещать обследуемые домохозяйства только по месту жительства и в установленные сроки;
- 5) не разглашать содержание ответов респондентов посторонним лицам. Информацию, полученную от домашних хозяйств, сообщать только специалистам территориальных органов статистики области (республики, края, города), уполномоченным проводить выборочное наблюдение. Интервьюер несет личную ответственность за сохранение конфиденциальности ответов;
- 6) строго соблюдать сроки и порядок представления заполненных форм наблюдения в ТОГС.

**К повседневным обязанностям интервьюера относятся следующие:**

- найти подлежащее опросу домохозяйство;
- представиться членам этого домохозяйства и заручиться их согласием на проведение опроса;
- применить вопросники ко всем членам домохозяйства, отвечающим установленным программой наблюдения критериям;

### 1.3. Основные факторы эффективности работы интервьюера

Во время проведения интервью успех в получении соответствующей информации зависит от умения интервьюера убедить опрашиваемого в



необходимости наблюдения, в искренности и честности интервьюера, от правильного использования вопросников (инструментария) при проведении наблюдения, понимания вопросов, включенных в программу наблюдения, от соблюдения инструкций при записи ответов на вопросы, полного и точного сбора данных.

Прежде всего, мы остановимся на таких моментах, как:

- психологическая готовность к интервью;
- восприимчивость к реакции респондента;
- правильное понимание специфики работы;
- правила поведения интервьюера во время интервью.

### 1.3.1. Психологическая готовность к интервью

В ходе беседы с респондентом необходимо демонстрировать:

- общую позитивную настроенность на общение;
- энергичность;
- интерес к опросу и ответам респондента;
- доброжелательность.

---

**Интервьюер должен быть уверен в себе и заранее настроен на успешную беседу с респондентом.**

---

Как показывает практика, успех интервьюера в привлечении респондентов к участию в опросах сильно зависит от его предварительных ожиданий относительно процента откликов (согласий) и уверенности в том, что он сможет успешно установить контакт с респондентом. Выявлено, что **пессимистично настроенные интервьюеры** получают в среднем **в 4 раза больше отказов** от участия в наблюдении, чем интервьюеры, которые были уверены в своих возможностях склонять людей к опросу.

#### **Мысленная подготовка к работе.**

Необходимо подготовиться к работе и отвлечься от всех ненужных мыслей.

Выберите мысленный образ, доставляющий Вам удовольствие:

достижение, которым Вы гордитесь;

просто приятное воспоминание; место, где Вам нравится находиться. Каждый

---

**Для эффективного взаимодействия с респондентом важен Ваш положительный настрой и позитивные ожидания от предстоящего общения.**

---

раз, когда Вы начинаете работать с новым респондентом, отвлекитесь от своих дел и на мгновение воссоздайте перед собой этот мысленный образ. Пользуйтесь им как «переключателем передач».

Ваш радостный и оживленный тон показывает, что Вы имеете дело с лучшим человеком и готовы работать с ним, а он проявляет (пусть даже незначительное) желание участвовать в опросе.

После небольшой тренировки Вам будет достаточно лишь на долю секунды вызвать мысленный образ, чтобы он сделал свою работу.

**Необходимо развивать интуицию**, что даст возможность комплексно решить ряд поставленных задач и выявленных проблем путем моделирования возможной ситуации. Для этого, в качестве разминки своего воображения, нужно

---

**Не воспринимайте отказ респондента от участия в наблюдении как личную обиду**

---

поманипулировать образами в представлениях, например, представить апельсин - какого он цвета, размера, вкуса и т.д.

Затем вычленив желаемые качества респондента (каким бы Вы хотели его видеть - внешний вид, выражение глаз, лица; представить и создать его собирательный образ, отталкиваясь, например, от известных литературных образов; стиль отношений, т.е. как он проявит себя в общении). Иначе говоря, надо постараться представить, что Вы вступаете в контакт с реальным носителем этих качеств и получаете удовольствие от этого общения. Запомните этот образ и картину!

Далее, вспоминая любимых людей, представьте свое чувство в какой-нибудь форме - это может быть шар, эллипс, воздушный столб и т.д.; попробуйте поместить туда своих близких, а затем, созданный образ предполагаемого респондента. Предложение о сотрудничестве можно представить в виде красивого оригинального букета, причем как можно подробнее, всю композицию. Иными словами, сфокусировавшись на своем состоянии, Вы помещаете себя и всех участников предстоящей ситуации в поле любви.

**Стиль поведения.** Следует принять тот факт, что Вы не можете предотвратить некоторые неприятные и неудачные ситуации, но можете изменить свое отношение к ним. Помните, что успешные интервьюеры не воспринимают отказ как личную обиду.

Будьте уверены в себе и в полезности своего участия в наблюдении. Уверенность в себе стимулирует у собеседника на уровне подсознания положительный ответ.

Для этого **рекомендуется ориентироваться на один из стилей поведения**, который наиболее близок вам в повседневной жизни.

«*Ответственный человек*». Суть стиля заключается в умении хорошо организовывать свою деятельность, в проявлении ответственности, дисциплинированности, честности, надежности, пунктуальности в работе.

«*Человек, вызывающий доверие*». Для данного стиля необходимы навыки установления отношений сотрудничества с незнакомыми людьми, нейтрализации возможной агрессивности, подозрительности респондентов.

«*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.

### 1.3.2. Восприимчивость к реакции респондента

Вне зависимости от выбранного стиля поведения **необходимо быть восприимчивым** к реакциям респондента на беседу и готовым изменить выбранный стиль поведения, подстраиваясь к

---

**Выберите наиболее близкий Вам стиль поведения.**  
**Будьте уверены в себе.**

---

---

**Интервьюер должен гибко реагировать на изменения в поведении респондента.**

---

респонденту. Для этого в ситуации беседы следует внимательно **наблюдать и слушать респондента**, не демонстрируя ему при этом излишней настороженности. Чуткость позволяет выбрать наилучший способ поведения в зависимости от

собеседника, чтобы добиться сотрудничества с его стороны.

В ходе интервью важно постоянно поддерживать у респондента уверенность в правильности совершаемых действий, сохранять позитивный, деловой настрой («*важная совместная работа*»), а также возвращать «обратную связь» как на невербальном уровне: кивки головой, жесты внимания, так и на вербальном: «*спасибо за ответ*», «*это очень важно*» и пр.

Интервьюер должен быть **готов к вызывающим неприязнь обстоятельствам** (не вызывающий симпатии респондент, обстановка домохозяйства неудобна для проведения беседы и пр.). При этом следует проявлять **терпеливость и уравновешенность**, а также категорически избегать проявления негативных реакций, которые могут повлиять на готовность респондента к беседе. При всех обстоятельствах оставайтесь **спокойным и вежливым**.

Важным для интервьюера является также умение понять, оценить и **активизировать у респондента мотивы, побуждающие его к участию в наблюдении** и, напротив, обойти те соображения, понятия, которые в сознании респондента являются препятствием к общению.

В первые моменты встречи негативные мотивы почти всегда доминируют. Если интервьюер избрал успешную тактику, их действие постепенно ослабевает, освобождая место для позитивных мотивов, контакт устанавливается, и интервью начинает набирать темп.

Выделяют следующие основные **позитивные мотивы**, которые способствуют успешному общению с респондентом:

**Стремление к исполнению ожиданий** – одна из главных сил в социальном общении. Для большинства людей общепринятыми являются такие социальные нормы как вежливое обращение с незнакомыми людьми, гостеприимство по отношению к визитерам, ответы на вопросы, правдивость, уважение к людям, выполняющим свои должностные обязанности и т. п.

**Добейтесь взаимопонимания с респондентом!**

Эти мотивы не настолько сильны, чтобы обеспечить участие респондента в долгом и трудном интервью, но они дают интервьюеру возможность актуализировать более сильные мотиваторы, речь о которых пойдет ниже. При

отсутствии каких-то веских причин к сокрытию информации респонденты склонны отвечать на вопросы и говорить правду.

При установлении контакта с респондентом интервьюер должен передавать ему общие ожидания сотрудничества и ответов на конкретные вопросы как вербального, так и невербального характера. Интервьюер, которому не хватает уверенности или который не считает свою задачу важной, часто только на словах просит респондента предоставить информацию, в то время как все его невербальное поведение свидетельствует о наличии сомнения в том, что у него есть право надеяться на ответ. В некоторых случаях негативные ожидания (бессознательный страх) интервьюера мешают ему правильно понимать реакции респондента.

***Потребность в принятии и одобрении.*** Как известно, люди нуждаются в признании и одобрении со стороны других. Опытный интервьюер часто использует это свойство, стараясь при любой возможности высказать респонденту свое искреннее одобрение. Важную роль играет и невербальное поведение интервьюера. Это поведение должно демонстрировать искренний интерес ко всему, что говорит респондент.

***Использование альтруистических мотивов.*** У людей существует потребность в служении какой-то высшей цели или делу, выходящих за рамки их непосредственных личных интересов. Поступки, исходящие из этих мотиваций, можно охарактеризовать как альтруистические. Альтруистическая установка — важный мотив к сотрудничеству, предоставлению информации о себе, если респондент считает, что это может помочь другим людям или служит иной важной цели.

***Потребность в сочувственном понимании.*** Существуют два основных мотива, формирующих потребность в сочувственном понимании – это стремление пожаловаться собеседнику на трудности и тяжелую жизнь, и стремление к самооправданию в ситуации внутреннего морального конфликта. Интервьюер должен поддерживать определенный баланс между своим стремлением направить беседу в нужное русло и стремлением респондента поговорить о своих проблемах. Жесткий обрыв тем, не связанных с проблематикой интервью, и сопутствующий ему отказ в сочувственном понимании может разрушить достигнутую в начале беседы атмосферу искренности и доверия.

**Приобретение нового опыта.** Часто интервью становится для людей новым и интересным занятием. Это может являться самостоятельным мотивом к сотрудничеству.

**Катарсис (очищение)** - процесс, посредством которого человек, выговариваясь, получает освобождение от неприятного эмоционального напряжения. "Черствому" интервьюеру, у которого нет желания слушать то, что ему кажется несущественной эгоцентрической болтовней, часто не удастся получить важного конфиденциального признания.

**Потребность в познании смысла.** Это стремление получить ответы на вопросы типа «К чему мы идем?», «Почему все происходит так, а не иначе?». Разрушение привычного образа жизни и другие жизненные кризисы заставляют людей пересматривать свои ориентации и заново искать смысл существования, создавая сильную мотивацию поговорить на эти темы.

Наиболее распространенные **негативные мотивы**, наличие которых в сознании респондента, препятствует его вовлечению в общение:

**Необходимость найти время для интервью.**

Как правило, интервьюер встречается со случаями относительного дефицита времени, когда нежелание респондента идти на контакт связано с его восприятием интервью как ненужного, пустого занятия. Но даже очень занятые респонденты, если они убеждены в значимости интервью, находят время для беседы.

---

**Задача интервьюера заключается в минимизации влияния негативных мотивов у респондента, препятствующих общению**

---

Самое трудное в этом случае – убедить респондента вступить в беседу. Если это пошло успешно, ощущение ненужности исчезает.

**Угроза своему "я".** Этот фактор сопротивления часто является основным и наиболее труднопреодолимым. По понятным причинам респондент склонен скрывать информацию, которая, в том или ином смысле, может угрожать его "я", т.е. когда передаваемая информация, по мнению респондента, является интимной или сугубо личной.

Преодолению этого мотива может послужить убеждение респондента в конфиденциальности получаемой от него информации.

**Этикет.** Стремление пощадить чувства интервьюера, нежелание разглашать чужие секреты, стремление скрыть негативную либо интимную информацию о лицах, которым респондент чем-то обязан, от которых зависит, с кем он в хороших либо, наоборот, в плохих отношениях. Искажающее влияние этикета может также проявиться в предоставлении той информации, которая, по мнению респондента, порадовала бы интервьюера.

**Травма.** Наличие у респондента неприятного опыта, связанного с воспоминанием о каком-то критическом событии, в совершении которого нет вины респондента, но и говорить о нем он не хочет.

Исходя из изложенного следует, что интервьюер, приступая к работе в домохозяйстве, должен с уверенностью предполагать, что у респондентов имеются позитивные мотивы к сотрудничеству, которые необходимо актуализировать. Существуют также мотивы отказа от сотрудничества, которые необходимо правильно понять и преодолеть. Главное – вступить в контакт с респондентом, тогда, по мере развития взаимодействия, в большинстве случаев, сопротивление идет на убыль.

### 1.3.3. Понимание специфики работы

Эффективность интервьюера определяется правильным пониманием специфики работы. В ней особую роль играет Ваш внешний вид, умение правильно выстроить свою речь и проявить навыки общения, побуждающие к сотрудничеству.

Рассмотрим более подробно факторы, способствующие эффективной работе интервьюера, формированию у респондента позитивного образа интервьюера.

**Внешний вид.** Не секрет, что первое впечатление о другом человеке складывается исходя из того, что мы видим. В первую очередь мы обращаем внимание на внешний вид человека, и лишь потом – на его поведение, темп речи и т.д. Поэтому уделяйте максимум внимания своей внешности, так как от этого зависит дальнейший контакт. Естественно, что опрятный внешний вид, улыбчивость, скромность в сочетании с некоторой представительностью, скорее всего, вызовет симпатию у большинства людей.

Официальной/ деловой одеждой является такая одежда, которая не привлекает особого внимания, является наиболее нейтральной и не вызывает

раздражения. Такая одежда свидетельствует об уважении к респонденту и к тому делу, которым занимается интервьюер.

Лучше, если Ваша одежда будет такой, чтобы можно было легко контактировать как с богатой семьей, так и с бедной. Одежда должна быть строгой, аккуратной, без украшений, но в то же время современной и соответствовать Вашей личности.

Хорошо, если Ваша обувь легко снимается и одевается, потому что в домах приходится снимать обувь.

### **Общие требования к внешнему виду интервьюера:**

- интервьюер должен выглядеть опрятно и иметь внешний вид, располагающий к общению;
- в одежде лучше придерживаться нейтрального или делового стиля;
- одежда должна соответствовать местности, на которой работает интервьюер, и быть приемлемой для широкого круга респондентов.

---

**Правильное ведение интервью предъявляет особые требования к внешнему виду, речи и навыкам общения интервьюера.**

**У Вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление.**

---

### **Интервьюеру не следует:**

- использовать слишком яркие цвета в одежде;
- надевать привлекающие внимание аксессуары и украшения;
- использовать яркую косметику.

Интервьюер должен выглядеть здоровым, спокойным, уверенным, внушать доверие, быть искренним, веселым и проявлять интерес к беседе, т.е. интервьюер должен вызывать чувство симпатии, чтобы легче было установить контакт. Речь интервьюера должна быть спокойной, четкой и понятной.

**Комплименты.** Как Вы понимаете, при первичном контакте комплименты не могут затрагивать личностные качества респондента, так как Вы видите человека в первый раз и не знаете его, а можете лишь предполагать что-то о его личных качествах.

Обратите внимание, что использование сравнений - «Какое у Вас *СЕГОДНЯ...*» не приемлемо вообще ни при первом, ни при последующем контактах, т.к.



могут быть восприняты в качестве «укола» (значит, вчера у меня было хуже) и производить отрицательный эффект. Следует заменять: «как Вы сегодня хорошо выглядите» на «Вы отлично выглядите».

Комплименты могут быть большими или совсем незначительными ремарками, сказанными от всего сердца. Комплименты должны звучать

---

**Говорите комплименты. Они помогут расположить к себе практически любого человека.**

---

естественно, почти также как Вы говорите «Здравствуйте», «Спасибо».

Например, (1.) «Такой холод на улице, а у вас веет теплом и уютом»; (2.) «Какие у вас великолепные цветы» (если они есть в прихожей).

**Построение речи.** Исключите слово «но» из своего словаря, заменив его союзом «и». «Но» может быть деструктивным словом, оно подразумевает, что Вы слышите и понимаете то, что Вам говорят, но имеете ряд возражений. «И» – безобидно. Оно просто добавляет и расширяет то, что уже сказано. Слова несут в себе огромную силу.

### **Расстояние между собеседниками.**

При любом взаимодействии двух людей важно правильно выбрать расстояние для общения. Если Вы находитесь слишком далеко, контакт, скорее всего не состоится, если подойдете слишком близко и вторгнетесь в интимную зону человека, то он, скорее всего, напряжется и на уровне подсознания закроется, что также помешает успешному общению.

Всего существует 4 условных зоны общения:

*Интимная* – от 15 до 46 см. Эту зону человек ревностно охраняет и никого не впускает в нее за исключением

родных и самых близких людей.

*Личная зона* – от 46 см. до 1,2 м.

Такого расстояния следует

---

**Оптимальными для взаимодействия с респондентом являются социальная и личная зоны общения.**

---

придерживаться на вечеринках, в моменты дружеского общения.

*Социальная зона* – от 1,2 м. до 3,6 метра. На таком расстоянии мы общаемся с различными представителями сферы обслуживания и незнакомыми представителями социума вне стен дома (почтальон, водопроводчик и т.д.)

*Общественная зона* – более 3,6 м.

**Физический контакт.** Для более успешного ведения разговоров следует попытаться усилить контакт. У Вас будет больше шансов на положительный результат, если Вы сумеете войти в личную зону респондента. Для этого необходимо войти в физическое взаимодействие с собеседником.

«Заставьте» респондента что-либо взять у Вас. Просто протяните и скажите «Вот». Респондент, повинуясь рефлексу, возьмет то, что Вы ему

предлагаете, и тем самым будет физически вовлечен в контакт. Как только респондент что-то у Вас возьмет, начнется процесс эмоционального вовлечения в Ваше предложение, и беседа будет протекать уже на «новом» уровне.

**Выражения лица (экспрессии).** Зачастую, чтобы лучше понять человека, необходимо отличать то, что он на самом деле чувствует, от того, что он Вам «показывает». Если Вы вовремя поймете ситуацию, Вы сможете сделать правильные выводы и найти общий язык с респондентом.

Лицо может быть ценным источником информации:

- при эмоциях страха, беспокойства, тревоги, ужаса - брови приподняты и сдвинуты вместе, приподнято верхнее веко и напряжено нижнее веко;
- движения бровей для гнева и удивления (сдвинутые, приподнятые) являются разговорными сигналами для акцентирования или подчеркивания речи. Иногда поднятие бровей служит знаком недоверия и скептицизма;
- направление взгляда. Человек отводит взгляд, когда переживает различные чувства: опускает глаза в печали; опускает их, отводит в сторону от стыда или, чувствуя себя виноватым, отводит взгляд, испытывая отвращение и т.д.;
- когда человек возбужден, зрачки расширяются, но произвольно, по собственному желанию этого добиться нельзя;

---

**Физический контакт с респондентом должен происходить с помощью каких-либо предметов. Прямые прикосновения воспринимаются большинством людей негативно.**

---

---

**На протяжении всего интервью наблюдайте за изменениями в выражении лица респондента. Это позволит Вам гибко менять свое поведение и не потерять контакт.**

---

- румянец - признак эмоционального возбуждения, смущения, сопутствующий также стыду, и возможно вине;
- экспрессии, продолжительностью 5-10 секунд, как правило, фальшивы.

---

Если Вам кажется, что человек Вас обманывает, то никогда не полагайтесь на какой-нибудь один признак обмана, их должно быть много.

Лицевые показатели должны подкрепляться голосовыми, словесными, телесными.

---

Искреннее выражение эмоции, как правило, не сохраняется на лице дольше 1-4 секунд;

- последовательность появления эмоций и тона голоса, телодвижений. Если выражение гнева появляется после слов, то вероятность того, что оно фальшиво, больше, чем, если экспрессия появляется в самом начале или даже за мгновение до высказывания.

**Улыбки.** Улыбки бывают самые разные:

улыбка удовольствия, опасливая, презрительная, сдерживаемая, жалкая, заигрывающая, смягчающая, фальшивая.

---

Улыбайтесь – это поднимет настроение и вам, и окружающим.

---

Попробуйте в свободное время по-разному улыбаться перед зеркалом или изобразить различные эмоции, постарайтесь почувствовать разницу между ними. Понаблюдайте за другими людьми.

**Язык телодвижений. Пространственное расположение. Позы.** При разговоре обращайте внимание на позу собеседника, положение его рук, ног, туловища, головы.

Сцепленные пальцы даже при улыбке – жест закрытия или разочарования и желания человека скрыть отрицательное отношение к чему-либо. Если собеседник сидит, а сцепленные пальцы подняты на уровне лица, возможно, что с таким человеком будет говорить очень сложно, он закрылся и пытается отгородиться от Вас. Руки за спиной, сложенные в замок указывают на уверенность и чувство превосходства; если же собеседник берет у себя за спиной другую руку за запястье или локоть, значит он волнуется или нервничает и пытается «взять себя в руки».

---

При общении с респондентом избегайте «закрытых» поз.

---

Если человек опустил руки в карманы, то, скорее всего, это жест замкнутости и настороженности, т.к. вряд ли в карманах кто-то из нас держит руки в распрямленном состоянии, скорее всего руки сжаты в кулаки. Если к тому же из карманов торчат выставленные большие пальцы, то собеседник выражает

превосходство. Правда, если Ваш респондент – особа противоположного пола, то такой жест может означать игриво-эротично настроенного собеседника.

Если Ваш респондент уперся рукой о косяк, значит, он заявляет, что это его территория и готов защищать ее от вторжения.

Перекрещенные руки или ноги указывают на закрытость позиции собеседника.

**Еще один важный момент.** Не стоит ставить материальные барьеры между собеседниками - будь то Ваша дамская сумочка или рабочая папка, их следует держать несколько сбоку. Ни в коем случае нельзя беседовать через стол (на интуитивном уровне у интервьюеров это правило отработано на практике).

**Присоединение и ведение.** Вы незаметно принимаете позу собеседника (чтобы это не выглядело грубым передразниванием), ведете беседу и, если чувствуете, что сумели заинтересовать беседой, попробуйте сами войти в открытую позицию, возможно, что человек подсознательно повторит Ваши движения. Если не помогает этот прием, заставьте респондента как-либо действовать, чтобы он поменял позу. Самим желательно вести беседу в открытой позе: ноги не перекрещены, ладони рук открыты взгляду собеседника, между Вами нет искусственных физических барьеров.

**Умение слушать** является чуть ли не более важным, чем умение говорить.

Оно позволяет Вам не только понять собеседника, но и показать ему, что Вы его понимаете.

---

**Вы должны не только слушать, но и слышать собеседника.**

---

Для этого существует тоже ряд приемов:

- **перефразирование (эхотехника).**

Сущность этой техники состоит в том, что Вы повторяете высказывания собеседника (одну или несколько фраз), сформулировав их своими словами.

Перефразирование можно начинать следующими фразами: «Как я Вас понял: ...», «По Вашему мнению...», «Другими словами, Вы считаете...».

Главная цель «эхотехники» - уточнение информации;

- **резюмирование** предполагает воспроизведение слов партнера в сокращенном виде - краткую формулировку сути высказываний респондента. Например: «*Ваши основными возражениями, как я понял, являются...*», «*Если теперь подытожить сказанное Вами, то...*»;

- **развитие идеи** - высказывание собеседника не просто перефразируется или резюмируется, а делается попытка вывести из него логическое следствие, выдвинуть предположение о причинах услышанного. Эта техника

позволяет уточнить смысл сказанного, быстро продвинуться вперед в беседе, дает возможность получить информацию без прямых вопросов.

**Позиция посылы взгляда.** Наиболее удобна позиция – взгляд чуть-чуть сбоку, т.е. взгляд искоса. В трактовке физиогномики взгляд искоса обозначает «заинтересованность» (следует отличать от «косого»).

Оптимальнее всего вариант **разговора на равных** или, когда интервьюер находится в позиции чуть-чуть ниже. Это следует учитывать не только в физическом плане, но и при понимании внутреннего состояния собеседника. Если перед Вами собеседник ниже ростом, особенно если это мужчина, следует чуть-чуть ослабить одну ногу и слегка уменьшиться. Если же Вы наоборот чувствуете высокомерное отношение со стороны респондента, следует внутренне и физически подтянуться и выпрямиться, поставив себя лишь на одну ступеньку уровня общения ниже, иначе Вас могут выслушать, но не пожелать более общаться.

**По движению глаз** можно определить, говорит человек правду или нет (фантазирует, обманывает Вас). Очень распространенная отговорка, когда респондент говорит: «Ничего нам не надо, вчера уже с этим приходила женщина». Если к нему действительно уже кто-то приходил, то его глаза будут смотреть в одну сторону (человек непроизвольно восстанавливает образ приходившего); если же человек просто хочет от Вас отделаться, то его глаза будут «бегать» (респондент будет непроизвольно конструировать никогда не виденный образ).

#### 1.3.4. Правила поведения интервьюера во время интервью

**Произведите благоприятное первое впечатление.** При первой встрече с респондентом постарайтесь, чтобы он чувствовал себя непринужденно. Вводные фразы каждого вопросника следует зачитывать именно так, как они напечатаны в вопроснике.

**Сразу же называйте людей по имени,** т.к. быстрое и частое использование имени заставляет собеседника прислушиваться к Вашим словам.

Представьте сами и представьте свою организацию. Это нужно делать теплым и дружелюбным тоном.

Объясните свою цель и задайте первый вопрос. **Не делайте паузы между объяснением и вопросом.** Придерживайтесь дружелюбного тона, подразумевающего вежливый ответ. Пример: «Мы проводим выборочное

*наблюдение домохозяйств по поручению Федеральной службы государственной статистики - это займёт всего несколько минут. Скажите, пожалуйста, Вы .....?».* Важно представить себе возможные ответы и отрепетировать свою реакцию на них. Продумайте свою реакцию таким образом, чтобы получить согласие на участие в наблюдении. Формулируйте вопросы об участии в наблюдении в позитивных терминах.

**Всегда применяйте конструктивный подход.** Никогда не говорите извиняющимся тоном и не употребляйте фраз типа «Вы не очень заняты?». Подобными вопросами Вы провоцируете отказ еще до начала опроса. Лучше заявить респонденту: «Я хотел бы задать Вам несколько вопросов» или «Хотелось бы с Вами поговорить».

**Подчеркните конфиденциальность ответов.** Объясните, что собранная Вами информация останется конфиденциальной, что имена конкретных лиц не будут использоваться *ни в каких* целях и что вся полученная информация будет использоваться в обобщенном виде в статистических целях.

**Откровенно отвечайте на любые вопросы респондента.** Прежде чем дать согласие на проведение опроса, респондент может задать Вам несколько вопросов о характере наблюдения и о том, на основании чего для опроса было отобрано именно его домохозяйство. Респондента может также интересовать продолжительность опроса. Если он/она такой вопрос задаст, сообщите ему/ей среднюю продолжительность заполнения каждого из вопросников, а также время, затрачиваемое на проведение измерительных процедур, рассчитанные на основании предварительных испытаний и сообщенные Вам в ходе подготовки. Скажите, что Вы готовы прийти в другое время, если в данный момент респонденту неудобно отвечать на вопросы.

Между вопросами **постарайтесь не давать респонденту слишком сильно уходить в сторону,** чтобы не потерять его интерес и внимание до окончания интервью.

Если респондент пытается начать разговор на другие темы, скажите, что попробуете ответить на его вопросы после завершения опроса или что Вы не имеете достаточной квалификации, чтобы давать советы по частным проблемам. И также будет разумно не рассказывать респонденту очень много о себе в личном плане и не обсуждать с ним Ваши взгляды на какие-либо вопросы.

**Будьте осторожны в своей реакции на ответы респондента.** И вам, и респонденту покажется естественным, если по ходу опроса Вы будете каким-либо образом реагировать на некоторые из полученных ответов. Однако будьте осторожны и избегайте фраз, которые могут вызвать у респондента мысль, что Вы каким-либо образом одобряете полученный ответ. Лучше всего пользоваться нейтральными фразами, такими как «ясно» или «понятно».

**Опрашивайте респондента наедине.** Присутствие при опросе третьего лица может помешать Вам получить от респондента честные и откровенные ответы. Поэтому очень важно, чтобы опросы проводились наедине, и чтобы на все вопросы ответы давал сам респондент.

Вместе с тем, опрос лиц, которым на дату обследования не исполнилось 18 лет (т.е. до наступления дееспособного возраста), должен производиться в присутствии законного представителя, либо информация по ним запрашивается у ответственного лица (с соответствующей пометкой о лице, предоставившем эту информацию).

Информация о детях в возрасте до 15 лет заполняется со слов одного из родителей, желательно матери ребенка, опекуна, либо другого члена домохозяйства.

При этом ни одеждой, ни манерой разговора не следует подлаживаться под опрашиваемого: надо держаться спокойно и естественно. Однако имеет смысл «подстраиваться» под респондента на уровне позы, дыхания, темпа и ритма речи, или же на уровне системы взглядов, ценностей, общего жизненного опыта (сопереживая).

**Стремитесь обеспечить получение ответов должного качества.**

Остановитесь и подождите, если респондент пытается вспомнить сведения в ответ на трудный вопрос. При необходимости просите респондента уточнить ответ. Возможно, Вы его неверно поняли.

Проверяйте, не противоречат ли друг другу ответы, которые дает респондент. Считайте вопросники инструментами, которые Вы используете для беседы с респондентом.

---

**Старайтесь понять и запомнить полученные ответы и, если они противоречат друг другу, задавайте вопросы еще раз.**

---

**Осторожно выявляйте негативные чувства собеседника.** Никогда не высказывайтесь презрительно. Выявляйте негативную информацию

позитивным способом, избавляющим собеседника от потребности защищать ранее принятое решение. Например: «Вам хотелось бы, чтобы Ваше мнение повлияло на изменение уровня жизни населения?», «Как Вы думаете, как еще государство может узнать правду о ситуации в стране, не спросив Вас об этом?».

Ищите неудовлетворенные потребности собеседника – желание высказаться, рассказать что-либо, просто общаться. Старайтесь в дальнейшем строить беседу таким образом, чтобы Ваше предложение выглядело заманчивым.

Высказывая просьбу принять участие в наблюдении, произносите следующую типовую фразу: «Мы просим Вас принять участие в наблюдении, потому что..». «Потому что» имеет практически магическое действие и сильно увеличивает значимость Вашей просьбы. Например, фраза может звучать следующим образом: «Мы хотели бы, чтобы Вы приняли участие в наблюдении, потому что это очень важно для нас». При этом окончание фразы, которое стоит после слов «потому что» решающего значения не имеет. Однако мы рекомендуем применять эту фразу, имея продуманную аргументацию.

#### **Старайтесь избегать в разговоре с респондентом:**

- ✓ Использования таких слов как «должен», «обязан» по отношению к респонденту.
- ✓ Неуверенной, неясной аргументации при объяснении целей наблюдения, особенно когда речь заходит о здоровье и питании респондента. Избегайте создания ощущения «несерьезности» предстоящего наблюдения.
- ✓ Излишнего акцентирования и подчеркивания конфиденциальности полученной информации.
- ✓ Излишнего подчеркивания добровольного характера участия в наблюдении. Негативный пример: *«По области у нас много таких отобранных домохозяйств; кто-то соглашается, кто-то нет. Это дело добровольное».*
- ✓ Повтора вопросов. Помните, что **ничто так не разрушает контакт, как вопрос, заданный дважды.**

#### **Речь интервьюера должна быть:**

- четкой и внятной;
- относительно громкой в зависимости от обстоятельств;
- в общении с респондентом интервьюер должен быть вежлив и уважителен;



- интонации должны быть естественными.

Также необходимо соблюдать **культуру речи** (следует избегать употребления просторечных выражений, жаргонизмов, междометий). Не используйте «навязчивый торговый тон» и жаргон, отвечайте на вопросы респондентов в тех выражениях, которые будут им понятны.

Важно выбрать и **подходящий темп речи**, при котором респондент отчетливо понимает интервьюера. Замечено, что темп речи интервьюера влияет на поведение респондента. Скорость, с которой вы задаете вопросы, должна подчиняться скорости, с которой респондент говорит и обдумывает свои ответы. Если респондент привык говорить быстро, медленный темп речи интервьюера будет его раздражать. Однако, если опрашиваемый говорит размеренно, быстрый темп речи интервьюера его не очень беспокоит. Лучший вариант – выработать привычку вести беседу в среднем, не быстром и не слишком медленном темпе.

---

**Выработайте привычку вести беседу в среднем темпе.**

---

Особенно важно соблюдать это правило, когда вы проведете уже достаточное количество интервью и будете хорошо знакомы с вопросами. Помните, что респондент слышит вопрос впервые.

**Интонации** интервьюера должны быть **естественными**. Не следует пытаться использовать интонации, не присущие Вам в обычной жизни, в то же время необходимо избегать монотонности речи, поскольку подобная манера общения может быстро утомить респондента.

**При общении с респондентами следует избегать:**

- монотонности речи;
- многословности;
- слишком быстрого темпа речи;
- использование терминологии, которая может быть непонятна респонденту.

Следует быть готовым проявлять **навыки общения, побуждающие к сотрудничеству:**

- умение слушать и объяснять;
- создать непринужденную обстановку;

- быть дружелюбным;
- проявлять терпеливость;
- избегать любых проявлений фамильярности.

#### **Будьте гибкими:**

- изменяйте свой подход к установлению контакта;
- будьте готовы ретироваться и вернуться в другое время, особенно если чувствуете, что нависла угроза отказа. Постарайтесь уйти до того, как отказ станет явным, чтобы не показаться навязчивым;
- будьте осторожны и не пользуйтесь фразами, которые могут звучать резко или намекать, что респондент некомпетентен. Тщательное, но облеченное в вежливую форму зондирование – наилучший путь получения необходимой Вам информации;
- не пытайтесь доказать свою точку зрения: если респондент хочет спорить с Вами, скажите, что придете позже;
- не позволяйте вовлечь себя в продолжительное разбирательство вопросов и ответов программы наблюдения;
- улыбайтесь независимо от того, как собеседники реагируют. Помните, что большинство людей ненавидят говорить «нет», особенно тем, кто приятен и улыбается.

## **2. ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ**

Решающее значение в получении достоверной информации имеет правильно и грамотно проведенное интервью. Для достижения таких результатов требуется овладение **техникой ведения интервью**.

Интервьюер остается **один на один** с респондентом. У интервьюера отсутствует возможность посоветоваться в трудной ситуации, приходится **самому решать вопросы**, которые возникают вследствие бесконечно разнообразных жизненных ситуаций и которые невозможно предугадать заранее.

Количество респондентов, выразивших согласие участвовать в наблюдении, качество представляемой ими информации во многом зависят от применяемых

Вами **методов общения и взаимодействия** с респондентами, а также от того, насколько хорошо Вы объясните цель опроса.

Искусство интервьюирования нарабатывается с практикой, но есть определенные правила, которые должен соблюдать каждый интервьюер. Сейчас мы остановимся на некоторых наиболее важных принципах и поговорим о том, как провести **успешное интервью**.

### 2.1. Время и место проведения интервью

Само по себе время начала интервьюирования не играет существенной роли. Более важно **соотношение времени интервью с обычным распорядком дня респондента**. Очень важно, чтобы время интервьюирования по возможности вписывалось в распорядок дня и не слишком сильно его нарушало. Назначать время следует таким образом, чтобы респондент никуда не торопился, иначе интервью получится скомканным. Данное правило относится также к интервьюеру, который и подавно не должен никуда торопиться. Далее важно, чтобы респондент не был слишком уставшим. Если, к примеру, интервьюер добивается встречи с работником, только что вернувшимся из ночной смены или из длительной командировки, шансы на получение полной информации не слишком велики. Поскольку респондент дает согласие на интервью добровольно, окончательный выбор времени всегда остается за ним.

Влияние фактора времени на интервью сказывается не только в отношении момента выбора его начала, но и его продолжительности. Типичная продолжительность

---

**Окончательный выбор времени всегда остается за респондентом.**

**На вопрос о продолжительности интервью можно указать несколько меньшее время, чем предполагается.**

---

интервью составляет от 40 минут до 2 часов. На этапе установления контакта с респондентом это может послужить причиной отказа от участия в наблюдении. Силу этого отрицательного момента можно уменьшить, указав на вопрос о продолжительности интервью несколько меньшее время. Так, при **ожидаемой продолжительности интервью 1,5–2 часа** можно сказать, что оно продлится **немногим более часа**. При этом следует убедиться, что респондент не имеет жестких ограничений по времени (точно назначенных встреч или другой срочной необходимости покинуть дом). Кроме того, обязательно

предупредите респондента о том, что будете измерять его вес и рост, что также может быть дополнительным стимулирующим респондента фактором для участия в наблюдении.

**Интервью не должно совмещаться с какими-либо иными занятиями респондента** (домашней работой, производственной деятельностью и т.д.), так как качество ответов и глубина раскрытия в этом случае резко снижаются. Наиболее отрицательно на качестве интервью сказывается намерение уйти (спешка), занятие домашним трудом (уборка помещения и др.), профессиональная деятельность.

Эффективность беседы в значительной степени зависит от обстановки, в которой она проводится. **Место проведения интервью, прежде всего, должно быть уединенным.** Если в помещении, где проводится интервью, кто-то постоянно входит и выходит, обращается к респонденту с вопросами, раздаются телефонные звонки и возникают другие отвлекающие дела, беседа либо сокращается, либо прерывается вовсе.

Присутствие посторонних в помещении, где проводится интервью, часто порождает искажающий эффект, получивший название эффекта “третьих лиц”. Эти лица нередко включаются в беседу, высказывают свои мнения, поправляют респондента, уличают его в неточностях или в том, что он говорит неправду и т.д. Иногда “третьи лица” создают шутовскую атмосферу, побуждают респондента к несерьезным ответам. Даже если “третьи лица” не вмешиваются в разговор, их влияние на респондента все равно может быть значительным, так как он невольно соотносит свои ответы с их возможной реакцией.

Объясните респонденту, что некоторые вопросы носят частный характер, и спросите, где бы лучше всего было побеседовать с ним или с нею наедине. Создав с самого начала доверительную обстановку, Вы предоставите респонденту возможность внимательнее относиться к задаваемым Вами вопросам.

Конечно, в жизни очень часто случается так, что Вы проводите интервью в то время и в том помещении, где находятся другие люди. Объясните присутствующим в комнате людям, что беседа ведется только с одним человеком и что **коллективное обсуждение** ответов в данном случае **не допускается**. Вы должны сделать это тактично, не обижая присутствующих в помещении людей, но настойчиво, для того, чтобы не повторять это в ходе интервью.

Таким образом, место интервью по возможности должно быть выбрано так, чтобы минимизировать факторы, препятствующие установлению и поддержанию контакта с интервьюируемым.

## 2.2. Основные этапы проведения интервью

**Каждое интервью можно условно разбить на три основных этапа:**

- установление контакта с респондентом (начало интервью);
- основной этап опроса;
- завершение интервью.

### 2.2.1. Установление контакта с респондентом

Начало интервью выделяется в особый этап в связи с тем, что оно выполняет специфические функции. Эти функции связаны не с получением информации, а с установлением психологического контакта с респондентом.

Как правило, **благоприятное впечатление** определяет не содержание того, что говорит интервьюер, а его внешний вид, характер его речи и общая психологическая готовность интервьюера к работе с респондентом.

Психологическая атмосфера, которая помогает интервьюеру добиться установления контакта, должна соответствовать ряду характеристик (качеств).

**Первое** – это теплота и отзывчивость со стороны интервьюера, которая выражается в интересе к респонденту и в принятии его как личности.

**Второе** качество характеризуется, как позволение выражать свои чувства. Интервьюер принимает утверждения респондента при абсолютном отсутствии какого-либо морализирующего или осуждающего отношения. Придерживаясь такой доверительной установки, пронизывающей всю атмосферу интервью, он добивается того, что респондент понимает: все его чувства и все мнения могут быть высказаны. В этом случае опрашиваемый не испытывает ни агрессивных побуждений, ни слишком большой вины или стыда — все может быть вынесено на обсуждение.

**Третья** характеристика – это свобода от любого типа давления или принуждения. Умелый интервьюер

---

**Очень важны первые мгновения в установлении контакта.**

**От выражения лица, мимики, жестов, тембра голоса интервьюера при первом представлении во многом зависит, состоится ли дальнейшее сотрудничество и будет ли оно успешным.**

---

воздерживается от «навязывания» своих собственных мнений, суждений или оценок в ситуации интервью.

Респондент должен воспринимать интервьюера как человека, готового понять и принять его самого и все, что он скажет, способного понять его точку зрения. Интервьюер не должен восприниматься как человек, реакции которого могут быть враждебными или неожиданными. Климат интервью в большей степени будет зависеть от поведения интервьюера и от характера отношений, которые он установит, чем от таких внешних факторов, как одежда или внешность, хотя и они могут давать определенные начальные импульсы.

Необходимо соблюдение нескольких правил:

- ✓ не вызывайте своим внешним видом и поведением страх, неприязнь, недоверие, недовольствие и другие формы отношения с приставкой «не»;
  - ✓ проявите искренний интерес к собеседнику и он, непременно, ответит Вам тем же;
  - ✓ постарайтесь уловить настрой собеседника, дайте ему почувствовать его значимость;
  - ✓ больше улыбайтесь, будьте раскованы, обаятельны, энергичны, компетентны, уверены в себе, и главное, уравновешены;
  - ✓ в разговоре учитывайте уровень образованности и воспитанности собеседника, не употребляйте научной лексики или жаргонных выражений.
- Иными словами, надо вести себя с людьми так, как если бы все они были доброжелательными и заинтересованными. Исходите из того, что если это не так, то лишь потому, что респондент не понял причину Вашего визита.

---

**В ходе беседы с респондентом необходимо:**  
быть уверенным в себе;  
проявлять дружелюбие к собеседнику;  
сохранять позитивную установку на совместную работу с респондентом;  
всем своим поведением демонстрировать, что отказ невозможен.

---

#### 2.2.1.1. Вступительное слово

**Установление первичного контакта** – это первый и очень важный этап в работе интервьюера. Подготовленность интервьюера к установлению контакта влияет на успех интервью в целом.

**При первом посещении домохозяйства интервьюер должен:**

- представиться членам домохозяйства;

- назвать свою организацию;
- показать свое удостоверение;
- кратко изложить цель своего визита;
- объяснить ценность участия каждого попавшего в выборку домохозяйства.

**Интервьюеру необходимо заранее:**

- отрепетировать процедуру представления респонденту;
- отработать вариант простого и понятного (без специальной терминологии) объяснения целей и задач наблюдения;
- объяснить гарантии конфиденциальности ответов респондента и неразглашения его персональных данных;
- быть готовым аргументировать важность беседы и участия домохозяйства в наблюдении.

*Пример вступительного слова:*

*«Здравствуйте! Меня зовут.... Я представитель территориального органа Федеральной службы государственной статистики по .....Республике (области, краю, города). Мы проводим выборочное наблюдение домохозяйств, изучающее вопросы фактического уровня жизни российских семей. Ваше домохозяйство попало в случайную выборку. Вам предоставляется возможность оценить эффективность мероприятий по поддержке качества жизни и здоровья населения. Мы гарантируем полную конфиденциальность представленной Вами информации, все Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде».*

*Или так:*

*«Мы из .... Мы работаем по проекту, который посвящен изучению фактического уровня жизни российских семей...*

*Я хочу поговорить с Вами об этом. Наш опрос займет около ... минут. Вся информация, которую мы получим, останется строго конфиденциальной, и никто не узнает, что эти ответы Ваши. Я хочу поговорить со всеми людьми в возрасте .... Могу я начать?».*

При подготовке своего вступительного слова Вы можете по своему усмотрению изменить формулировку этих вводных фраз. Но, представляясь, **обязательно упомяните** следующее: название учреждения-исполнителя; предмет наблюдения; ориентировочную продолжительность опроса; его конфиденциальность и с кем Вы хотели бы побеседовать.

Вступительное слово интервьюера должно быть коротким и емким, с первого слова вызывать интерес, ибо лишь интересная, обаятельная речь способна вызвать внимание.

Практика показывает, что люди обычно удивляются, почему выбрали именно их, иногда советуют обратиться к другому лицу («он лучше разбирается в этих вопросах»). Интервьюер объясняет, что отбор опрашиваемых производится специальными методами: *«Отбор опрашиваемых производится таким образом, чтобы иметь широкую и полную картину об условиях жизни всех социально-экономических групп населения. А если бы мы беседовали только с желающими, у нас создалось бы однобокое впечатление, верно?»* Задавая этот вопрос, Вы вовлекаете респондента в беседу, что позволит Вам вызвать его интерес.

Сразу после вступительного слова рекомендуется задать вопрос. Например, *«Здравствуйте... Простите, а есть ли в Вашей семье дети/ пожилые люди/ работающие взрослые?»*. Независимо от ответа респондента, Вы можете сказать: *«Очень хорошо. Вы нам подходите»* или *«Тогда мы хотели бы, чтобы Вы приняли участие в нашем наблюдении»*. Таким образом, респондент начинает чувствовать ответственность за возможный отказ от участия в наблюдении, поскольку он «подходит» по вымышленной квоте. Такие ни к чему не обязывающие и ненужные для наблюдения вопросы, которые «говорят» респонденту, что «он должен» участвовать в опросе, вызывают к его социальному долгу.

#### **2.2.1.2. Рекомендации о порядке установления контакта**

### **Несколько рекомендаций о порядке установления первичного контакта с домашним хозяйством:**

1. подготовьтесь и после того, как Вам открыли дверь, первым сделайте шаг в установлении контакта – начните с представления прямо «на пороге дома»;



2. улыбнитесь и поприветствуйте человека открыто и доверительно;
3. соблюдайте дистанцию и отступите от двери в знак уважения и доверия к человеку. Стойте к нему лицом или вполоборота;
4. говорите чисто и не слишком быстро;
5. проверьте, по правильному ли адресу вы пришли.

**Покажите удостоверение интервьюера** с указанием Ваших полномочий, дайте возможность человеку прочитать удостоверение, представьте территориальный орган государственной статистики области (края, республики, города), проводящий наблюдение.

**Объясните цель наблюдения**, укажите, что оно интересное и важное как для них самих, так и для других людей.

Передайте **в руки респонденту «Обращение к домохозяйству»**, что поспособствует вовлечению респондента в процесс беседы.

Интервьюеру нужно объяснить респонденту, что **выбор данного домашнего хозяйства абсолютно случаен** и проводился математическим методом.

Интервьюер должен убедить опрашиваемых в том, что им необходимо получить информацию **именно у этой семьи**, так как замена выбранного для наблюдения домохозяйства не допускается. Интервьюерам не разрешается опрашивать население по адресам, не представленным в выборке.

Интервьюер должен объяснить, что **конфиденциальность** полученной информации гарантируется территориальными органами государственной статистики области (края, республики, города) и то, что в дальнейшем она будет использована только в статистических целях в агрегированном (сводном) виде.

Сообщите правдивую информацию о том, **сколько времени займет интервью с проведением антропометрических измерений**.

Если респондент все еще не дал положительного ответа на участие в наблюдении, упомяните, что Вы можете **прийти в другой раз**, в более удобное время.

При первичном контакте важно **избегать негативных реакций** на внешний вид респондента, его манеру речи, домашнюю обстановку. Необходимо быть вежливым и соблюдать правила этикета: поздороваться со всеми в домохозяйстве; при необходимости разуться или надеть бахилы; снять головной убор.

---

На решение респондента давать интервью в значительной степени влияет:

личное обаяние, привлекательность интервьюера;  
несомненное доверие респондента;  
понимание задач интервью;  
шанс высказать свое мнение.

---

Принципиальное значение имеет способность интервьюера создать дружелюбную и уважительную атмосферу беседы. Для этого желательно быть уверенным в себе, вести себя **естественно и с достоинством**. Занять естественную позу при представлении респонденту. Выбрать оптимальную для беседы дистанцию: не стоять слишком далеко, но и не разговаривать с респондентом вплотную, что может быть истолковано им как проявление агрессии и чрезмерной настойчивости. Важно выбрать правильный темп речи и улыбаться, стараясь расположить респондента к непринужденной беседе.

Для успешного проведения первого контакта **помните несколько правил**:

- 1) **будьте кратки** и не вдавайтесь в подробности, пока Вас об этом не попросят;
- 2) **будьте естественны** – у Вас очень сжатый отрезок времени для установления чувства взаимного доверия и симпатии с респондентом. Прервите свое выступление вопросом или шуткой, чтобы получить отклик;
- 3) **будьте очаровательны** – многие соглашаются принять участие в наблюдении потому, что им нравится интервьюер;
- 4) **будьте любезны** – избегайте фамильярности. Ведите себя доброжелательно и с достоинством, корректно показывая уважение к собеседнику;
- 5) **подкрепляйте доверие манерой одеваться**, соответствующей району, где вы проводите опрос – Ваша одежда должна быть опрятной и не вызывать раздражения у респондентов;

- б) **будьте восприимчивы** к тому, как человек реагирует на Ваше вступление, и будьте готовы видоизменять его по ситуации. Наблюдайте и слушайте внимательно. Вы всегда должны пытаться выбрать наилучший способ поведения в зависимости от собеседника, чтобы добиться сотрудничества с его стороны.

Возможно, в некоторых случаях Вы будете испытывать чувство неопределенности или даже стресс при приближении к нужному адресу и стуча в дверь, потому что не уверены относительно приема и боитесь отказа. Постепенно опыт придаст Вам уверенности в себе.

Помните, что люди, в большинстве случаев, положительно относятся к интервьюированию. Некоторые будут соглашаться не очень охотно, другие – определенно нуждаются в убеждении. Найдутся люди, которые будут отказываться. Поведение людей будет разниться в зависимости от того, чем они занимаются и как себя чувствуют в тот момент, когда Вы к ним пришли. Поэтому **будьте готовы уходить ни с чем и снова приходить в другой день**.

Если Вы видите, что **обратились в неудобное время**, или на эту причину сослался собеседник, выражая нежелание отвечать на вопросы, Вам лучше извиниться и договориться о будущей встрече примерно такими словами: *«Я еще буду в этом районе такого-то числа или в такой-то день и, возможно, еще раз загляну к Вам»*. Не стоит просить разрешения у собеседника прийти еще раз, чтобы не ставить себя в зависимость от ответа.

При неготовности респондента к интервью важно **договориться о времени повторного визита** (возможно, обменяться телефонами с респондентом). В ходе повторного посещения необходимо **быть пунктуальным** и четко соответствовать согласованному времени визита.

При необходимости интервьюер должен быть готов еще раз объяснить цели и задачи наблюдения, а также аргументированно подчеркнуть важность участия в нем респондента.

Как бы то ни было, интервьюер должен понимать, что отказ от интервью – естественное право респондента, и уметь применить методические средства, **максимально снижающие число отказов**. Особое внимание следует обратить на освоение методики первого контакта, ибо большая часть отказов происходит до начала собственно опроса.

Вместе с тем помните, что домашние хозяйства должны принимать участие в наблюдении на добровольной основе и что **недопустимо принуждать** потенциальных респондентов к участию.

---

Необходимо помнить, что домохозяйства должны принимать участие в наблюдении на добровольной основе и что недопустимо принуждать потенциальных респондентов к участию в наблюдении.

---

## 2.2.2. Основной этап опроса

### 2.2.2.1. Как объяснить респонденту процедуру интервью

Важно объяснить респонденту, как интервью будет проходить. В большинстве случаев вы будете беседовать с человеком, для которого это будет первое знакомство с техникой интервью. Поэтому задача интервьюера в самом начале беседы – объяснить респонденту, **как будет проходить опрос.**

Объясните, что Вы будете зачитывать вопрос, а человек будет слушать, а затем отвечать на него. В ряде случаев Вы сразу же будете предлагать ему варианты ответов, из которых он будет выбирать тот, который ближе всего к его мнению.

---

Задача интервьюера в самом начале беседы – объяснить респонденту, как будет проходить опрос.

---

Когда Вы в первый раз встретите вопрос, в котором используется карточка, объясните респонденту, как надо с ней работать. Ваши слова будут звучать примерно так: *«А сейчас я прочитаю Вам вопрос и передам Вам карточку, на которой напечатаны варианты ответов. Вы должны будете прочитать эти варианты ответов и выбрать тот, который лучше всего Вам подходит».*

Умение правильно **объяснить респонденту его обязанности** в ходе интервью – это гарантия успеха самого интервью. Главное – не только объяснить процедуру и убедиться в том, что респондент Вас правильно понял, но и в ходе всего интервью **стимулировать хорошую работу респондента.** Подумайте о доброжелательной обратной связи. Вы можете использовать для этого такие нейтральные комментарии, как «да», «конечно», «хорошо», которые покажут респонденту, что Вы довольны его сотрудничеством, одобряете его работу и считаете, что все идет нормально.

### 2.2.2.2. Проведение основного этапа интервью

Итак, предварительная работа закончена, и теперь предстоит самое важное – основной этап интервью.

Для успешного проведения интервью необходимо очень **хорошо усвоить правила заполнения вопросников** и соблюдать их во время интервью, чтобы свободно ориентироваться в переходах, автоматически отличать текст, предназначенный для чтения вслух, от обращенного исключительно к интервьюеру.

Обязательно **укажите время начала интервью** в адресной части вопросника.

Перед началом опроса следует убедиться, что Вы и респондент расположились максимально удобно для ведения диалога. Ведение нормального диалога возможно в ситуации, когда Вы поднимаете взгляд на человека, с которым говорите. Научитесь делать это во время интервью между чтением вопросов и записью ответа.

Переход к основным вопросам интервью должен сопровождаться вводными словами, которые подчеркивают важность последующего разговора. “Теперь перейдем к некоторым вопросам, которые касаются...”.

Постарайтесь читать вопросы естественным тоном и задавать их **в манере беседы**. Это поможет чувствовать реакцию собеседника на то, что вы говорите, и на скорость, с которой задаете вопросы.

---

**Сомнения в компетентности опрашиваемого и другие настораживающие вопросы на первом этапе строго воспрещены.**

---

Поощрение к ответу на сложные вопросы достигается нехитрыми приемами: внимательный взгляд, одобрительный кивок, поддакивание.

Между вопросами постарайтесь не давать респонденту слишком сильно уходить в сторону, чтобы не потерять его интерес и внимание до окончания интервью. Не следует также позволять респонденту излишне вовлекать Вас в свои проблемы.

Проводя опрос, Вы должны продвигаться **в темпе, удобном для респондента**. Скорость, с которой вы задаете вопросы, должна подчиняться скорости, с которой респондент говорит и обдумывает свои ответы. Особенно важно соблюдать это правило, когда Вы проведете уже достаточное количество

интервью и будете хорошо знакомы с вопросами. Помните, что респондент слышит вопрос впервые.

Часто течению интервью помогают **небольшие предисловия**, вводящие новую тему (новый раздел). Иначе у респондента может создаться впечатление, что вопросам не будет конца, или что они уже не относятся к тому, что Вы говорили о наблюдении. *Например: «А теперь я задам Вам несколько вопросов о состоянии Вашего здоровья...»*

Вопросник выборочного наблюдения разбит на отдельные разделы, и Вам потребуется только зачитать их названия или перефразировать своими словами. Если Вы пользуетесь собственными предисловиями, следите, чтобы они не содержали фраз, которые могут каким-либо образом повлиять на ответы респондента.

Небольшие паузы, возникающие, пока Вы отмечаете ответ респондента в бланке вопросника, будут выглядеть естественными. Но все же будет лучше, если Вы не дадите респонденту слишком долго скучать и одновременно с внесением записей в анкету (вопросник) будете **повторять его ответ вслух**.

Респондент может по каким-либо причинам отказаться отвечать на вопрос или начинать отвечать невпопад. **Причины потери контакта** разнообразны:

(а) респондент не располагает нужной информацией или затрудняется вспомнить. В этом нужно убедиться: *«Вы говорите, что не помните? Может быть, мы с Вами попробуем вместе вспомнить, или кто-либо из членов Вашей семьи может помочь Вам?»*

(б) если вопрос значимый, вызывает переживания и респондент не хочет отвечать, так как не расположен откровенничать на эту тему, или не уверен, что интервьюер правильно его поймет и т.п., то следует поставить вопрос в косвенной, безличной форме: *«Я так Вас понял: Вы считаете этот вопрос неуместным? В моих интервью с другими респондентами на этот вопрос отвечали»*

**Важный элемент искусства интервью - быстрое восстановление контакта с респондентом в случае его утраты.**

Один из приемов, который может быть использован в данной ситуации, это **зондирование** – «эхо». Интервьюер просто повторяет последние слова респондента, подчеркивая свое понимание и, побуждая к откровенности: *«Да, мало, значит, об этом информации...», «Конечно, тяжело...», «Да, тяжело вспомнить, что было неделю назад...».*

Важно вовремя остановить зондирование в такие моменты, когда контакт с респондентом возобновлен, либо когда респондент начинает не на шутку тревожиться. В последнем случае его надо успокоить и переходить к следующим вопросам: *«Ну, хорошо. Скажите, пожалуйста...»* – (переход к другой теме.).

Иногда следует еще раз подчеркнуть **гарантию анонимности опроса**: “Это наблюдение проводится исключительно в статистических целях, и собранные данные будут использованы в обобщенном виде.”

Во всех случаях Вам следует помнить ряд наиболее важных правил проведения интервью.

**1. Быть нейтральным.** Большинство людей вежливы и, как правило, будут давать ответы, которые, как они думают, интервьюер хочет от них

---

**Никогда не стоит показывать одобрение или неодобрение на ответ респондента.**

---

услышать. Поэтому очень важно, чтобы интервьюер оставался абсолютно нейтральным в ходе постановки вопросов. Никогда ни выражением лица, ни тоном голоса не следует давать респонденту думать, что он дал «правильный» или «неправильный» ответ на вопрос.

В ходе интервью респондент может задавать вопросы по тематике анкеты. В этом случае лучше сказать, что мнение респондента интересно и что ответ будет дан позже, в конце интервью, чтобы не замедлять темп работы.

Ответы респондента должны быть ясными. Слишком общие или уклончивые ответы следует уточнять, переспрашивая. Если респондент дает неоднозначный ответ, нужно задать нейтральный зондирующий вопрос, например: *«Что Вы имеете в виду?»*; *«Не могли бы Вы объяснить подробнее?»*; *«Я не расслышала Вас; не могли Вы еще раз повторить?»*; *«Не спешите. Подумайте минуту»*. Ни при каких обстоятельствах не стоит оказывать влияние на ответ: ни подсказывая возможный ответ («разжевывать»), ни жестами – покачивая головой, кивая и т.п.

Нужно избегать использования наводящих и отрицающих вопросов, формулировка которых предлагает ответ.

**2. Никогда не предлагать ответы респонденту.** Если ответ респондента не соответствует вопросу, **не следует подсказывать**, например, следующим

*образом: «Я полагаю, Вы имеете в виду, что .... Это так?»* Во многих случаях респондент согласится с интерпретацией ответа интервьюером, даже если это не то, что он имел в виду. Вместо этого лучше задать зондирующие вопросы так, чтобы сам респондент дал соответствующий ответ.

Избегайте предположений о том, что Вы знаете точный ответ, исходя из того, что респондент сказал ранее. Безусловно, Вам нужно помнить то, что он отметил ранее, и если у Вас возникла трудность с получением более точного ответа, следует быть готовым провести надлежащим образом зондирование. Самый простой способ сделать это – сказать: *«Я полагаю, Вы отметили это ранее, но мне нужно просто прояснить...»*

Следует сделать все возможное, чтобы избежать поведения, осознанного или не осознанного, вербального или невербального, которое могло бы повлиять на ответ респондента.

---

**Важно, чтобы факты и мнения, высказанные респондентом, были его собственными.**

---

Если Вы сочтете полезным предложить респонденту какие-то альтернативные варианты, убедитесь, что указали два или три, а не один. *Например, правильно спросить: «Это был для Вас будний день или выходной?»*, но неправильно – *«Это был для Вас выходной?»*. Когда Вы предлагаете респонденту только один ответ, ему легче согласиться с Вами, чем пытаться вспомнить.

### **3. Нельзя менять формулировку или последовательность вопросов.**

Основное правило, которое Вы должны помнить и применять во время опроса – не следует изменять формулировки вопросов или их порядок.

Даже если Вам или респонденту не нравится вопрос, Вы должны **зачитывать его точно так, как он сформулирован** в анкете (вопроснике). Изменение формулировки вопроса может привести к неправильному его толкованию, ошибочному ответу и в результате к неправильному ходу опроса.

Очень важно, чтобы все респонденты услышали каждый вопрос совершенно одинаково, чтобы смысл вопроса не был изменен. **Порядок вопросов** является также очень важным. Помимо логики их следования существует взаимовлияние вопросов друг на друга.



Если респондент неправильно понял вопрос, повторите вопрос медленно и четко. Вопрос зачитывается еще раз в той же формулировке, какая приведена в вопроснике. Если он все еще не понимает, можете

---

**Каждый вопрос с неизменной формулировкой интервьюер читает вслух дословно (не следует сопровождать его введением или пояснениями). Ответ сразу же должен быть занесен в вопросник.**

---

перефразировать вопрос, не меняя при этом смысла исходного вопроса. Предоставьте только минимальную информацию, требуемую для получения соответствующего ответа.

При выяснении нельзя разрешать опрашиваемому заглядывать в вопросник и читать вместе с Вами. Он **не должен также знать заранее, какие последуют вопросы**, так как выбор задаваемых вопросов зависит в определенной мере от ответов и знание очередности вопросов может повлиять на ответы. Поэтому не читайте новый вопрос, пока не получите ответ на уже прочитанный.

**4. Каждый вопрос следует дочитывать до конца.** Если респондент ответит до того, как будет зачитан весь вопрос, есть вероятность того, что его ответ отличался бы, если бы сначала он услышал вопрос целиком. Если респондент прерывает Вас, Вы должны сказать: *«Я хотел бы, чтобы Вы выслушали вопрос целиком перед тем, как ответить»*.

**5. Рекомендуется вести себя так, чтобы по возможности сократить время интервью.** Опрашиваемый легко устает, и посторонние рассуждения по поводу первых вопросов могут помешать закончить интервью, снизить его качество.

**6. Необходимо соблюдать инструкции по каждому вопросу,** содержащиеся в указаниях по заполнению вопросников и непосредственно в тексте вопросников.

**7. Не выделять один из вариантов ответа.** Например, если Вы хотите напомнить респонденту возможные варианты, зачитайте вслух все возможные ответы, а не один или два, которые, по Вашему мнению, могут подходить к ситуации.

**8. Не пропускать вопросы.** Даже если респондент уже рассказал о ситуации, когда доходит очередь до вопроса, который касается этой проблемы, все равно задайте вопрос и запишите ответ.

Иногда может показаться, что тот или иной вопрос не имеет смысла и не относится к респонденту. Однако на деле это оказывается не всегда верно. Поэтому никогда сами не решайте – задавать следующий вопрос данному респонденту или нет, а точно следуйте указаниям к переходам.

---

**Пропуск вопросов в большинстве случаев приводит к невозможной потере информации.**

---

**9. Не зачитывать вариант ответа «Затрудняюсь ответить».** Для некоторых вопросов указан вариант ответа «Затрудняюсь ответить». Однако этот вариант не включен в список возможных ответов и не должен зачитываться интервьюеру. Это связано с тем, что респондент может предпочесть эту категорию. Всегда следует задавать зондирующие вопросы на такой ответ. Некоторые люди боятся выражать свое мнение и сначала говорят «затрудняюсь ответить», а затем приводят уточнение. Если после зондирующего вопроса респондент все еще говорит «затрудняюсь ответить», отмечается соответствующий вариант ответа.

**10. Не следует судить или строить догадки о способностях и знаниях респондента.** Не делайте скоропалительных выводов, основанных на ранее проведенных интервью. Не считайте, что ответ на любой вопрос будет именно таким, исходя из Вашего предыдущего опыта работы с людьми. С другой стороны, помните, что разногласия между Вами и респондентом могут повлиять на интервью. Респондент, полагая, что у Вас другое мнение, может испугаться или относиться с недоверием. Ведите себя и говорите так, чтобы он чувствовал себя непринужденно и спокойно разговаривал с Вами.

**11. Не торопиться.** Задавайте вопросы медленно, чтобы респондент понимал, о чем его спрашивают. После того, как Вы задали вопрос, сделайте паузу и дайте респонденту время подумать. Если респондент чувствует, что его торопят, он может ответить, что не знает или дать неточный ответ. Если Вы чувствуете, что респондент отвечает не думая, только чтобы интервью прошло побыстрее, скажите респонденту: *«Не торопитесь. Ваша информация очень важна, поэтому тщательно обдумайте Ваши ответы».*

Заполняйте вопросник разборчиво! Не употребляйте красных, зеленых чернил! Старайтесь не оставлять пробелов в вопроснике! Отмечайте ответы, которые были даны респондентом, обводя кружком цифру, соответствующую ответу.

Все исправления в вопроснике производить только со слов самого респондента. При этом четко перечеркните крест-накрест неверно отмеченную позицию или ошибочно записанную цифру и четко напишите рядом верную. Не используйте замазку. Не полностью заполненные бланки вопросников теряют значительную часть своей ценности и часто становятся ненужными. Вместе с тем, пробелы всегда лучше, чем записи, которые интервьюер делает позже, на основании собственных представлений, когда вдруг обнаружит, что забыл задать какой-нибудь вопрос.

### 2.2.2.3. «Трудные» респонденты

Когда Вы сталкиваетесь с «трудным» респондентом, постарайтесь понять что за человек перед Вами, как и чем он живет, «влезть в его шкуру», посочувствовать ему и поговорить на значимые для него темы, поскольку людям очень важно быть понятыми или чувствовать себя таковыми.

**Постарайтесь понять, что за человек перед вами, как и чем он живет.**

Например, если перед Вами «одинокая женщина с детьми, которая еле сводит концы с концами», попробуйте ее выслушать, посочувствовать, сказать, например, что Вы или Ваша подруга/ знакомая находитесь в похожей ситуации, Вам также тяжело и т.д. Или если это пожилой человек, настроенный агрессивно и категорично, не верящий в позитивные изменения и целесообразность проведения наблюдений, стоит вспомнить с ним «прежние» времена, вызвать ощущение ностальгии, найти что-то общее в разговоре и т.д. Постарайтесь понять, почему человек ведет себя так, а не иначе. Если перед Вами пенсионер, то, вероятно, он больше всего нуждается в сопереживании, сочувствии и небольшой помощи, например, ему может быть тяжело дойти до магазина.

При рекрутировании богатых, деловых респондентов стоит, вероятно, общаться с их женами, которые из жалости/ недостатка общения/ от скуки могут согласиться на участие в наблюдении. Рекрутировать молодых, занятых и богатых респондентов следует молодым привлекательным женщинам, Мотивации к участию в наблюдении у них нет, зато может появиться мотивация к общению с интересной привлекательной женщиной. При рекрутировании «шикарной женщины/ девушки» попробуйте похвалить ее красивое платье, светильник, макияж, домашнее животное.

Если Вы заранее полагаете (при встрече или до нее), что респондент «трудно достижим», то попробуйте использовать следующую технику: попросите его о чем-то более сложном, чем участие в наблюдении, например, скажите, что ему потребуется приходить регулярно для встреч с Вами куда-либо. Получив отказ на данную просьбу, попросите респондента об облегченном варианте сотрудничества. В данном случае респондент вряд ли откажет Вам, поскольку будут действовать «правило взаимного обмена» и «отказ – затем отступление», когда, отказав Вам, у человека будет желание чем-то компенсировать свой отказ.

Для категории молодых или слишком «занятых» респондентов, можно попробовать использовать следующую тактику: Вы даете респонденту понять, что у него есть «редкий шанс/ возможность» или даже «уникальная возможность» принять участие в наблюдении/ оказать помощь и т.д.. Смысл данной тактики заключается в том, чтобы про себя респондент произнес следующее: *«Это наблюдение заканчивается послезавтра, и скорее всего, у меня уже больше не будет шанса принять в нем участие»*; *«Этому человеку действительно нужно помочь/ у меня просто нет выбора»*. В данном случае интервьюер чаще всего «давит» на жалость или на любопытство.

По отношению к высокостатусным или «скандальным» респондентам, можно применить следующую тактику: респондент получает запрос или предложение принять участие в наблюдении от лица/ организации, официально наделенной властью. Таким образом, действует мотивация авторитета, престижа (особенно если запрос на участие в наблюдении получен от известной организации, сопровождается каким-либо письмом и т.д. с подписью руководителя организации).

При работе с молодыми респондентами, можно использовать тактику «привлекательности». Смысл ее прост: людям свойственно помогать привлекательным людям. Привлекательные люди не только вызывают симпатию, но и альтруистические порывы, желание помочь. В данном случае речь идет о физической привлекательности. Однако, необходимо отметить, что «привлекательность» может иметь несколько аспектов. Так, это может быть как физическая привлекательность, так и схожесть интервьюера и респондента во взглядах, убеждениях, ценностях или просто симпатия, которая может быть вызвана тем, что респондент знаком с людьми, которые раньше участвовали в подобном наблюдении.

Для «интеллектуальных» отказчиков можно использовать тактику «последовательности». Респондент получает предварительное письмо (запрос, извещение) на участие в наблюдении, что в свою очередь, имеет как плюсы, так и минусы. Плюсом данного предварительного запроса является создание «серьезного» отношения к наблюдению у респондента, а также некоторая ответственность, при которой респонденту труднее отказаться от участия. Негативным моментом является возможность «лучше подготовиться к отказу» и дать рациональную аргументацию.

Для «озлобленных» респондентов рекомендуется использовать различные виды вознаграждения. В частности, на доброту человеку свойственно отвечать позитивно или ответным «добрым» действием. Так, небольшой знак внимания, услуга приводят к нужному эффекту и способствуют установлению контакта, сотрудничеству. Например, респондента для начала можно просто попытаться выслушать. Работая со «скандалисткой» попробуйте для начала отвлечься от темы наблюдения и поговорить о чем-либо другом; обратить внимание на ребенка или на кошечку, поговорить о здоровье. Старайтесь искать информацию в диалоге, чтобы вызвать интерес респондента. Говорите «скандалистке» комплименты, попробуйте прийти с соседями. Применяйте приемы активного слушания.

Если интервьюер способен стереотипизировать образ респондента, то же самое происходит и с опрашиваемым. И он воспринимает беседу сквозь призму установок и стереотипов, вызванных личностью интервьюера. Способ «сломать» возможный барьер – вести себя как можно проще, свободнее, начинать разговор с максимально нейтральных и общепринятых вещей.

Ни одеждой, ни манерой разговора не следует подлаживаться под опрашиваемого: надо держаться спокойно и естественно. Однако, имеет смысл «подстраиваться» под респондента на уровне позы, дыхания, темпа и ритма речи, или же на уровне системы взглядов, ценностей, общего жизненного опыта (сопереживая).

Еще раз хотелось бы напомнить Вам, что для хорошей и успешной работы нужно распознавать свои страхи: какого типа респондентов Вы опасаетесь или не хотите с ними сталкиваться? Старайтесь думать над Вашими проблемами, страхами, анализировать их и находить решения.

Далее приведены некоторые **приемы ведения беседы с трудными респондентами.**

Указать на проблему, например, со скандалистками: *«Да, действительно, многие люди, так говорят, но что бы Вы сделали на месте...?»*. Главное - заранее спланировать ответ на каждое возражение. Для этого пытайтесь дома прорабатывать возможные варианты ответа на вопросы и отказы «трудных» респондентов, чтобы потом использовать их быстро и своевременно в реальной работе.

Используйте слова, которые они хотят услышать. Все люди обладают одним свойством - способностью отсеивать лишние звуки. Чтобы добиться того, чтобы Вас внимательно слушали, избегайте использования приевшихся слов, шаблонных выражений. «Волшебное» слово проникает сквозь фильтр, но в то же время является достаточно распространенным, чтобы его понимали слушатели.

Будьте смелыми в подборе слов. Идите на риск, в использовании новых слов. Вставляйте броские фразы, которые привлекут внимание слушателей. Порой Вам придется повторно излагать свои идеи другими словами, но ***если Вас переспрашивают, значит Вас слушают.***

Основными препятствиями в Вашей работе, мешающими установлению контакта, по наблюдениям специалистов являются: неуверенность в себе (особенно при столкновении с категорией «трудных» респондентов, например – «высокостатусных»), страх перед определенной категорией респондентов. Именно поэтому Вам следует анализировать различные типы респондентов и мысленно пытаться установить контакт с ними, не теряться и чувствовать себя уверенными в любых ситуациях и при столкновении с различными респондентами. Не следует настраиваться следующим образом: *«Я настроена всегда так, что если не пустят, то уйду», «Если он откажется, то настаивать не буду; мне тяжело общаться с молодыми», «Он откажется, потому что ему это не нужно; а я не хочу испытывать унижение, прося его».*

Если Вы сталкиваетесь с такой проблемой, когда, например, потенциальный респондент пытается выплеснуть на Вас свои обиды, негативные эмоции и т.д., и Вы не знаете, как в таких случаях реагировать и что делать, постарайтесь изменить свою установку по отношению к таким ситуациям, старайтесь не обходить, а развивать их.

### 2.2.3. Порядок завершения интервью

Как и начало интервью, завершение выделяется в особый методический этап в связи с его специфическими функциями. Поскольку к моменту завершения интервью сбор информации по теме наблюдения окончен, эти функции в основном не являются информационными.

Оптимальный вариант заключается в том, что завершение интервью должно совпасть с его естественным концом. Решение об окончании в этом случае оказывается как бы обоюдным, совместным. Никому из участников интервью не должно показаться, что финал слишком поспешный, но также не должно возникнуть ощущения, что интервью растянуто. Интервью должно завершиться, когда все вопросы рассмотрены, – не раньше и не позже.

Завершенное интервью следует отличать от интервью прерванного.

---

**Завершая опрос, интервьюер обязан просмотреть каждый из заполненных вопросников.**

---

Прерывание незавершенного

интервью обычно происходит, если кто-то из участников исчерпал свой лимит времени. Тут же следует обсудить с интервьюируемым время и место новой встречи. В некоторых случаях прерывание интервью может вызвать ряд проблем. Если продолжения не последует в скором времени, благоприятный климат общения может нарушиться. По этой причине эффективное интервью прерывать нежелательно.

При приближении к финалу задача интервьюера заключается в том, чтобы сохранить хороший «климат» общения. Завершение должно быть обоюдно приятным. Если интервью прервано, то такой финал необходим для успешного установления контакта при новой встрече. Если же интервью полностью закончено, требование сохранения хорошего «климата» из методического превращается в этическое. Респондент не должен почувствовать, что его «отжали» и выбросили, как ненужную вещь. Атмосфера доверия и дружбы, достигнутая в основной части интервью, должна проявиться в его финале.

Интервьюеру рекомендуется начать думать о завершении интервью за 5–10 минут до его окончания. Существует ряд способов подготовить респондента к завершению интервью. Это в основном фразы типа: «В то короткое время, которое у нас осталось...» или «Прежде, чем закончить...» и т.д.

Это нужно делать до того, как Вы покинете домашнее хозяйство, с тем, чтобы убедиться, что все соответствующие вопросы заданы, все полученные ответы

понятны и разумны и Ваш почерк разборчив. Удостоверьтесь также в том, что Вы точно исполнили инструкции относительно перехода к другому вопросу или модулю. Незначительные поправки Вы можете внести сами, но, когда дело касается серьезных ошибок, соответствующие разъяснения следует получать у респондентов.

В момент этой проверки опроса имеет смысл проинформировать об этом респондента. Это можно сделать, говоря: «Я закончил интервью, по Вашему мнению, следует ли уточнить отдельные вопросы?»

Если опрос завершен, **поблагодарите респондента** и выразите ему признательность за сотрудничество, попросите номер телефона на тот случай, если с ним потребуется связаться. Объясните, что это нужно на тот случай, если организаторы наблюдения сочтут нужным удостовериться, что опрос действительно состоялся.

При выражении благодарности за согласие участия в наблюдении следует еще раз подчеркнуть, что оно было очень важно и что сведения,

---

**Обязательно укажите время окончания интервью в адресной части вопросника.**

---

которые он записал, не будут использованы ни в каких иных целях, кроме изучения вопроса в целом.

Иногда респондент интересуется, что все-таки даст такое наблюдение, принесет ли оно практическую пользу. Интервьюер ни в коем случае не должен раздавать обещания и фантазировать насчет конечных итогов работы. Он указывает лишь общую цель наблюдения, его практическую значимость.

Интервьюер может только обещать информировать опрашиваемого о результатах наблюдения в целом, если тот обратится в организацию, адрес и телефон которой написаны в письме и вручаются респонденту.

Если кто-нибудь из респондентов спросит, не обратятся ли к нему снова, Вы не должны давать категоричных заверений, что этого больше не случится, так как вполне вероятно, что это домохозяйство будет отобрано и для будущих интервью, а также может опрашиваться по другим вопросам.

Перед тем, как покинуть дом, убедитесь, что у членов семьи была возможность задать Вам подробные вопросы о наблюдении. Ваша задача – провести опрос в домашнем хозяйстве так, чтобы респонденты остались довольны Вами,



наблюдением и тем опытом, который они приобрели в качестве опрашиваемых. Это окажет положительный эффект при проведении будущих наблюдений.

После того, как Вы закончили интервью, уже **не в присутствии респондентов**, просмотрите еще раз вопросники, проверьте, всё ли вы записали правильно, всё ли понятно, исправьте нечеткие записи. У Вас еще свежи воспоминания о проведенной беседе. Вы имеете возможность записать все комментарии на полях и в конце вопросника в разделе для замечаний интервьюера. Однако помимо этой части Вы можете записать любые конкретные замечания о ходе интервью на полях вопросников.

У каждого интервьюера через некоторое время после проведения нескольких опросов, как правило, наступает желание переставить вопросы местами или что-либо добавить, сделать вопрос более понятным. В ходе наблюдения этого делать нельзя, а по завершении опросов полезно сообщить о подобных впечатлениях инструктору, через которого предложения интервьюера должны поступить непосредственно разработчикам вопросников. Опыт интервьюеров постоянно используется при составлении новых или доработке действующих вопросников.

### 3. СОБЛЮДЕНИЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ ДАННЫХ

При заключении договора на работу в качестве интервьюера **Вы давали письменное обязательство о хранении конфиденциальности** статистических данных, а также других сведений об опрошенных лицах, которые Вы получили при посещении домашних хозяйств. Обязательство **остаётся в силе и после окончания Вашей работы** интервьюером.

Сохранение конфиденциальности означает, что никакая информация о респонденте или домашнем хозяйстве, посещаемом Вами, не должна передаваться другим лицам, организациям, представителям общественности или прессы. Даже в пределах того домашнего хозяйства, которое Вы будете посещать, Вы должны рассматривать каждое интервью как конфиденциальное и, если обстоятельства опроса будут способствовать, избегать передавать от одного лица другому то, что Вам будет сообщено.

---

**Нужно тщательно следить, чтобы списки адресов, бланки вопросников, тем более заполненные вопросники не попали к лицам, которые не являются специалистами, ответственными за проведение выборочного наблюдения.**

---

Вы никому не должны говорить фамилии опрошенных. Никто из респондентов не должен знать, какие семьи и по каким адресам еще отобраны для опроса.

Когда бы Вас ни вовлекали в общее обсуждение работы по наблюдению, Вам следует воздержаться от разговоров о текущих и завершенных опросах с лицами, которые не являются ответственными работниками, организующими наблюдение.

Вы никогда не должны обсуждать работу по проведению опроса с кем-либо из представителей прессы. Любого репортера, кто проявит интерес к Вашей работе, следует направлять в территориальный орган статистики области (республики, края, города).

---

**Вы должны внимательно следить за своим удостоверением. В случае его утери Вы должны немедленно сообщить в территориальный орган статистики области (республики, края, города).**

---

#### **4. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА РАБОТЫ ИНТЕРВЬЮЕРА**

Основным показателем эффективности работы интервьюера является решение им поставленных задач, а именно опроса запланированного количества домохозяйств в запланированные сроки и по возможности без обращения к резервному списку домохозяйств.

Среди других показателей эффективности работы интервьюера принципиальное значение имеют:

- полнота и достоверность собираемых сведений;
- низкий процент отказа домохозяйств от участия в наблюдении;
- отсутствие (минимальное количество) ответов «затрудняюсь ответить» (код «-7»);
- отсутствие ошибок при подготовке отчетной документации.

Ваша работа будет оцениваться по нескольким параметрам – достижимость домохозяйства, полнота интервью, четкость заполнения вопросников, выполнение работы в срок. Все эти параметры крайне важны для нас.

---

**Ваша добросовестность в работе является залогом успеха всего проекта**

---

Контроль качества работы интервьюеров проводится по следующим направлениям:

1. посещаются ли интервьюером семьи в установленные графиком сроки;
2. проводится ли наблюдение в соответствии с инструкцией;
3. правильно ли даются разъяснения, если того требует респондент;
4. соблюдаются ли указания по технике заполнения вопросников;
5. заполняются ли вопросники в семье, не делается ли каких-либо изменений в записях без ведома семьи.

В заключение несколько слов об отношении к работе. Некоторые интервьюеры могут подумать, что поскольку в наблюдении принимают участие сотни интервьюеров, ошибка, совершенная одним из них, не окажет существенного влияния на результаты. Заверяю Вас, что это не так и что любая самая, на первый взгляд, несущественная ошибка, совершенная в ходе интервью, окажет влияние на результаты всего наблюдения в целом.

Если Вы внимательно отнеслись к тому, что мы обсуждали, усвоили все правила, поняли, что можно, а чего нельзя делать в ходе интервью, то качество информации, получаемое Вами, будет

отвечать самым высоким профессиональным требованиям.

Кроме того, многие интервьюеры справедливо считают, что эта работа

---

**Помните, что ошибки, которые могут произойти на этапе сбора информации, исправить практически невозможно.**

---

помогает им самим стать более зрелыми, интересными людьми. Общение с другими людьми помогает им лучше узнать себя.

**Ответы на часто задаваемые респондентами вопросы**

В процессе интервью интервьюер должен дать чёткие, адекватные ответы на вопросы респондентов. От этого в значительной степени зависит дальнейший ход развития беседы с респондентом. Наиболее часто задаваемыми вопросами респондента являются:

**Вопрос:** *Почему Вы выбрали именно нашу семью/меня?*

**Ответ:** Росстат для проведения опросов на основе данных переписи населения отобрал \_\_ тысяч адресов по всей России. Отбор производился с применением специальных математических методов и компьютерных программ. Один из этих адресов Ваш. Фактически Ваше домохозяйство по своим характеристикам представляет определенную группу домохозяйств и нам очень важно, чтобы именно Вы ответили на вопросы по программе наблюдения.

**Вопрос:** *Почему нельзя получить информацию из других источников (результатов переписи, паспортного стола и т.п.)?*

**Варианты ответов:**

1) В административных и статистических данных содержится в основном информация о различных группах населения или очень ограниченные характеристики о домохозяйствах. Выборочные наблюдения позволяют рассмотреть более подробно отдельные актуальные темы, касающиеся домохозяйств, проживающих в городе или селе, с детьми и без детей, многодетных и неполных семей, семей пенсионеров и инвалидов и т.п.

2) данные из других источников недостаточно подробные, при проведении опросов можно более глубоко раскрыть какую-либо конкретную тему, например, \_\_\_\_\_.

**Вопрос:** Зачем нужны эти наблюдения?

**Варианты ответов:**

1) Роль выборочных наблюдений состоит в том, чтобы детализировать ту информацию, которая может быть получена из других источников (например, переписи населения), установить важные взаимосвязи демографических показателей (пол, возраст, образование и т.д.) с различными аспектами уровня жизни домохозяйств и населения.

2) Чтобы по результатам опросов сравнительно небольшого числа людей получить представление обо всем населении с применением специальных, много раз проверенных математических методов.

**Вопрос:** Кто является заказчиком наблюдения?

**Ответ:** Росстат проводит выборочные наблюдения домохозяйств и населения по поручению Правительства Российской Федерации (для особо любознательных респондентов можно указать номер постановления).

**Вопрос:** Насколько можно быть уверенным, что полученная при опросах информация не будет разглашена?

**Ответ:** Росстат гарантирует, что вся информация, которая будет сообщена интервьюеру членами домохозяйства строго конфиденциальна (сошлитесь на гриф на титульном листе в вопросниках). Кроме того, каждый интервьюер дает письменные обязательства о неразглашении данных, полученных в домохозяйствах. Нарушение этих гарантий наказывается в законодательно установленном порядке.

**Вопрос:** Как будут использованы результаты наблюдения?

**Ответ:** Данные наблюдения будут использованы органами власти при разработке и оценке эффективности мер по повышению уровня жизни населения, мер социальной поддержки, жилищных условий, совершенствованию образовательного процесса, медицинского и социального обслуживания... (или иное – исходя из темы наблюдения).

### Защита от психологических перегрузок при общении

В Вашей работе Вам очень часто приходится сталкиваться с различными стрессовыми ситуациями, связанными с отказами респондентов, оскорблениями, неудачным рекрутированием, «душевными» беседами с респондентами. Без умения снимать с себя стресс, напряжение, чужие проблемы, Вы будете быстро уставать. Одной из важных составляющих Вашей работы является умение вовремя и правильно снять напряжение, стресс, полученные в результате общения с респондентами, чтобы идти в следующую семью расслабленным и «просветленным».

Как правило, люди не владеют специальными психологическими техниками для снятия негативных ситуаций, стрессов, а неприятные ситуации возникают достаточно часто. Зачастую на Вас «обрушивается жизненный негатив»; «все, что есть в жизни плохого».

Если Вы расстроены в процессе работы или нервничаете, старайтесь не держать в себе негативные эмоции, недовольство, обиды. Постарайтесь поделиться с кем-нибудь, или просто высказать вслух их дома в одиночестве.

Если Вас буквально «преследуют» неприятные мысли и ситуации, попробуйте переключиться на какую-нибудь другую работу или ситуацию.

Учитесь отвлекаться. У каждого человека есть свои способы снятия стресса. Это может быть любимая музыка, или танец/ занятие аэробикой под музыку, ванная или душ, любимое блюдо и т.д.

Старайтесь по возможности искать для себя новые способы снятия стресса, напряжения, негативных эмоций, чтобы их последствия не отражались на Вашем здоровье. Ведь известно, что стрессы «поражают» самый слабый предрасположенный к заболеванию орган, возникают и психосоматические заболевания на нервной почве.

Если даже интервьюер путем практического опыта научился справляться со всеми возникающими трудностями, освоение методик и владение приемами снятия стресса необходимо.

Специалистами разработаны специальные упражнения на расслабление и снятие стресса. Приведем некоторые из них.

---

Понаблюдайте за собой: как часто Вы выходите из равновесия, и по каким причинам?

Несколько быстро Вы можете восстановиться, и от чего это зависит?

Что лучше всего помогает Вам прийти в равновесие?

Помните о своем здоровье.

---

### **Упражнение «Регуляция дыхания»**

Проверьте, как глубина и частота дыхания влияют на Ваше состояние.

1. Дышите быстро и часто, как бегун после пробежки. Старайтесь дышать поверхностно, грудью. За одну секунду сделайте и вдох, и выдох. Продолжительность — 20-30 секунд. Теперь сравните Ваше самочувствие до упражнения и после него. Вы почувствуете определенное нервное возбуждение.

2. Расправьте плечи и дышите медленно и глубоко. На счет «раз, два, три, четыре» — вдох, на «раз, два, три, четыре, пять» — выдох. Выдох — длиннее. Повторите цикл вдох-выдох около пяти раз и вновь обратите внимание на свое самочувствие. Вы чувствуете гораздо больше спокойствия и расслабления, не правда ли?

3. А теперь вспомните, как Вы дышите при мышечном усилии, например, при подъеме тяжести: Вы набираете воздух в легкие, задерживаете дыхание и затем передвигаете тяжелый шкаф или стул, не правда ли? В целом, фаза вдоха является мобилизующей, фаза выдох — успокаивающей. Соответственно, выделяют успокаивающее («вечернее») и мобилизующее («утреннее») дыхание.

### **Упражнения на визуализацию**

Упражнения выполняются в течение 10— 15 минут в спокойной обстановке. Сядьте в удобное кресло, закройте глаза и постарайтесь в своем воображении вызвать те образы, которые описываются в упражнении. Вместе с образами стремитесь как можно ярче и отчетливее пережить эмоции, которые эти образы у Вас вызывают.

### *Упражнение «Убежище»*

Представьте себе, что у Вас есть удобное и надежное убежище, в котором Вы всегда можете отдохнуть, когда захотите. Дорогу в это убежище знаете только Вы, никто другой Вас там не потревожит.

Не обязательно, чтобы это место существовало в жизни. Если у Вас нет такого убежища, придумайте его. Это может быть маленький деревенский домик в далекой деревне или небольшая квартира на окраине города, о которой никто не знает. Это может быть все, что угодно. Это может быть даже космический корабль, уносящий Вас прочь от Земли...

Мысленно представьте себе это место. Опишите, какие вещи в нем находятся, которые Вам нравятся и создают Ваше жизненное пространство. Представьте, что Вы делаете, когда отдыхаете в своем убежище. Возможно, Вы слушаете музыку, смотрите на огонь в камине, читаете, рисуете или что-то другое. Старайтесь подумать о тех занятиях, которые Вам наиболее приятны.

В течение дня каждый раз, когда Вы чувствуете себя особенно уставшим и начинаете нервничать, на несколько минут представляйте себе свое убежище.

### *Упражнение «Внутренний луч»*

Сядьте в удобное кресло и закройте глаза. Представьте, что в верхней части Вашей головы возникает светлый луч, который медленно и последовательно движется сверху вниз и теплым, ровным и расслабленным светом изнутри освещает Ваше лицо, шею и плечи. По мере движения луча разглаживаются складки бровей и зажимы в области губ, расслабляются мышцы лица, исчезает напряжение в области затылка, освобождаются от напряжения плечи. Внутренний луч формирует Вашу новую внешность — спокойного и уверенного в себе человека, удовлетворенного собой и своей жизнью. Заканчивайте упражнение словами: «Я стал (а) новым человеком! Молодым и здоровым! Спокойным и стабильным!»

### *Упражнение «Проблема»*

Оно направлено на снижение субъективной значимости проблемной ситуации для человека, достижение внутреннего спокойствия и адекватного отношения к существующей проблеме. Выполняется в течение 10—15 минут.



Займите удобную позу, закройте глаза. Постарайтесь представить следующие образы-картинки.

Подумайте о своей проблеме, которая в последнее время волнует и мучает Вас больше всего. Кратко сформулируйте ее для себя в двух-трех словах. Представьте лицо человека, с которым Вы недавно обсуждали свою проблему. Вспомните, о чем он говорил и что Вы ему отвечали. Воспроизведите в своем воображении обстановку комнаты, время и содержание беседы. При помощи своего воображения постарайтесь увидеть ситуацию со стороны, как будто Вы стали внешним наблюдателем. Например, Вы видите себя и своего собеседника отраженными в зеркале. Включите в эту «картинку» Ваших ближайших соседей, знакомых или родственников. Какие проблемы и нерешенные вопросы есть у них? Что их мучает, и какие препятствия им приходится преодолевать в жизни? Представьте дом, в котором Вы живете, и людей, которые живут вместе с Вами.

Когда Ваша «картинка» расширится и станет отчетливой, включите в нее Ваше представление о городе, в котором живете, подумайте также о всей стране, ее огромных пространствах и людях, населяющих города, села, деревни. Расширяя свое воображение, представьте теперь всю нашу Землю с ее материками, океанами и миллиардами живущих на ней людей.

Двигайтесь дальше к расширению «картинки»: подумайте о нашей Солнечной системе — огромном пылающем Солнце и планетах, вращающихся вокруг него. Постарайтесь почувствовать бесконечность Галактики, ее равнодушное «спокойствие» и даже безразличие относительно каких-то маленьких человеческих существ, населяющих Землю...

Продолжая удерживать в своем воображении это переживание необъятной глубины Космоса, снова подумайте о своей проблеме. Постарайтесь сформулировать ее в двух-трех словах.

### Безопасность интервьюера

Будучи интервьюером, Вы работаете, как правило, в одиночку, часто вечерами, а иногда и в небезопасных районах. Поэтому будет весьма разумно, если вы осознаете, что можете попасть в рискованные ситуации по причине неприятного поведения отдельных лиц.

Чтобы обезопасить себя, Вы должны **осознавать потенциальный риск** и подумать о возможном влиянии Ваших

---

При проведении опроса в домохозяйстве важно придерживаться спокойной манеры поведения.

---

слов и действий в любых агрессивных ситуациях, в которые можете попасть.

Имеется ряд предложений, которые Вы можете найти полезными для себя во избежание риска насилия или преодоления агрессивных ситуаций:

- постарайтесь максимальное количество визитов нанести в дневное время;
- будьте внимательны и уверены, находясь в малознакомом районе;
- не привлекайте внимание своим внешним видом (не используйте яркий макияж, не надевайте броскую или нескромную одежду);
- надевайте строгую деловую одежду;
- избегайте носить драгоценности;
- не берите с собой сумочку, если можете без нее обойтись;
- если Вы вынуждены проводить интервью в вечернее время, разумно отправиться на встречу с сопровождающим, который не должен быть вовлечен в процесс проведения интервью.

Всегда выбирайте **безопасный путь**. Парк, стройку, заборы промышленных предприятий, дворы и темные аллеи нельзя проходить в одиночестве.

Если у Вас длинные волосы, подберите их, так как висящие книзу волосы легко схватить и намотать на руку.

В подъезд, особенно темный, безопаснее входить с другой женщиной.

Если в подъезде есть лифт – не входите туда с подозрительной личностью, а если это все же случилось – нажмите кнопку не нужного Вам, а ближайшего этажа.

В случае, когда кнопки этой конструкции лифта «залипают» – можно нажать их несколько, чтобы было больше остановок.

Еще одно: почувствовав что-то неладное (пока не явную угрозу) во время движения лифта, повернитесь спиной к доске с кнопками и нажмите «вызов диспетчера» или «стоп» как бы случайно: неожиданная телефонная связь напугает злоумышленника, что Вы не одни, а остановка – что лифт может подчиняться не только ему.

Необходимо помнить, что короткая юбка, облегающая кофточка, яркая косметика и вызывающее поведение – самый надежный способ вызвать к себе интерес злоумышленника.

Если Вы звоните в квартиру, то желательно это сделать при свидетелях (*например, ими могут быть кто-то из соседей. Для этого можно сознательно ошибиться квартирой*).

Когда кто-то из хозяев открывает Вам дверь, **не спешите заходить в квартиру** или, по крайней мере, не закрывайте за собой дверь, не отрезайте себе пути отхода в случае необходимости. Постарайтесь визуально оценить человека, его состояние, если это мужчина – один ли он дома, есть ли внешние признаки агрессивности.

Бегство не всегда следует считать лучшим выходом из положения. Бежать следует лишь при условии, что Вы уверены в успехе, иначе у злоумышленника может лишь подогреться инстинкт охотника. В случае угрозы нередко люди начинают кричать «ПОМОГИТЕ», в данном случае Вам это вряд ли поможет, так как предполагает ситуацию риска для тех, кто мог бы помочь – привлечь внимание лучше криком «ПОЖАР».

При проведении опроса в домохозяйстве важно придерживаться спокойной манеры поведения – **плавно двигаться и размеренно говорить**. Быстрая речь и/или резкие движения могут спровоцировать неадекватные реакции у человека с высокой тревожностью, агрессивностью, возбудимостью.