

Рекомендации по тренингу «Техника установления контакта при рекрутировании респондентов»

На основе примеров, продемонстрированных в видеосюжете, и примеров, приведенных в **Лекциях 11, 16, слайдов к ним, Памятке по технике ведения интервью**, подготовьте простой и понятный текст, содержащий следующие обязательные структурные элементы:

1. Представление с демонстрацией удостоверения интервьюера и паспорта, а также передачей потенциальному респонденту обращения к домохозяйству;
2. Разъяснение цели визита интервьюера в домохозяйство;
3. Краткое и простое пояснение целей выборочного наблюдения;
4. Гарантия конфиденциальности получаемых от респондента сведений.

Дополнительно продумайте ответы на часто встречающиеся вопросы:

1. Почему выбрано именно это домохозяйство?
2. Почему важно, чтобы респондент ответил на вопросы интервьюера?
3. Для чего нужно это выборочное наблюдение?
4. Сколько по времени длится опрос?
5. Какую именно информацию хочет получить интервьюер?
6. Безопасно ли для респондента раскрывать информацию о себе и членах домохозяйства?

Целесообразно подготовить несколько вариантов таких текстов, исходя из различных амплуа респондентов.

Описание амплуа респондентов:

1. «Плохо понимающий респондент»

Описание амплуа: например, человек с низким уровнем образования, который не понимает, что от него хочет интервьюер или пожилой (возможно, с нарушением слуха) человек, который в силу возраста и состояния здоровья не понимает с первого раза цели и задачи интервью.

Поведение: постоянно переспрашивает, обстоятельно пытается разобраться в ситуации, повторяет отдельные части фраз интервьюера, пытаясь понять их смысл.

2. «Недоверчивый респондент»

Описание амплуа: человек, настороженно относящийся к интервьюеру, считающий, что интервьюер не тот, за кого себя выдает — возможно, продавец какого-то товара или аферист.

Поведение: Требуется предъявить доказательства полномочий интервьюера, проверяет документы. Задает вопросы о том, почему обращаются именно к нему; какую информацию ему придется сообщить интервьюеру; зачем интервьюеру информация о нем и т.п.

3. «Респондент, не имеющий времени»

Описание амплуа: занятой человек, который не располагает достаточным количеством времени для интервью.

Поведение: чувствует дискомфорт от необходимости говорить с интервьюером, торопит его и всем видом показывает, что ему сейчас не до беседы. Задает вопросы о длительности интервью, отказывается от интервью, ссылаясь на нехватку времени.



4. «Хороший респондент»

Описание амплуа: адекватный человек, воспринимающий просьбу интервьюера о проведении беседы спокойно, не имеющий особых возражений против интервью.

Поведение: нейтрально реагирует на просьбу интервьюера о беседе, уточняет цели наблюдения, хорошо идет на контакт и соглашается на проведение интервью.

5. «Конфликтный, скептически настроенный респондент»

Описание амплуа: человек, не желающий вступать в беседу, заранее негативно настроенный к любым опросам, изначально считающим деятельность интервьюера бессмысленной тратой времени.

Поведение: демонстрирует скептическое отношение к интервьюеру, высказывает сомнение в важности наблюдения и полезности его целей, разговаривает с интервьюером невежливо и пренебрежительно.

6. «Высокостатусный респондент»

Описание амплуа: человек, который обладает высоким социальным статусом, считает ниже своего достоинства участвовать в опросе, не имеет желания отвлекаться на подобную не соответствующую его статусу беседу.

Поведение: ведет себя надменно, реагирует на обращение интервьюера нехотя, подчеркивает несоответствие задачи своему статусу, интересуется содержанием вопросников и не хочет раскрывать информацию о своих доходах и собственности.

Такие тексты лучше подготовить в письменном виде, проговорить их дома перед зеркалом с использованием различных темпов речи, стилей поведения, видов экспрессий.

Вы должны научиться говорить подготовленные тексты практически в автоматическом режиме. Ваша речь должна быть логичной, четкой, понятной. Полезно, на протяжении всего периода проведения рекрутирования и опросов в домохозяйствах, продумывать что нужно подкорректировать во вступительном слове или в ответах на вопросы респондентов с учетом ежедневной оценки результатов рекрутирования Вами домохозяйств.