

Быть или не быть смайликам в опросах персонала?

Отношение к дополнительной визуализации в опросах вовлеченности и удовлетворенности персонала совсем неоднозначное и часто вызывает дискуссию. Некоторым компаниям хочется с помощью такого визуала сделать опрос менее скучным, повысить интерес к нему сотрудников, создать благоприятный непринужденный настрой. Другие, напротив, отклоняют данный способ, считая его неприемлемым в серьезных исследованиях персонала. Кто прав?



Если идти путем сокращения количества вопросов, то исследование может стать неполноценным, результаты некорректными и малоинформативными. Действительно, хороший методологический конструкт опросника может сильно пострадать при таком хирургическом вмешательстве. Поэтому нередко опрос делают «веселее» с помощью инфографики.

Однако, по нашим наблюдениям, при этом страдает качество итогов опроса. Ведь образы в виде картинок, смайликов и т.п. несут с собой определенную информацию для респондента и влияют на его оценки. Например, шкала "согласен" - "не согласен", иллюстрированная смайликами, фактически представляет собой двойную шкалу: вербальную и визуальную. Визуальная шкала способна сместить оценки респондента по основной шкале в ту или иную сторону и вызвать существенные искажения. В социологических и психологических исследованиях такие вещи допускать нельзя.

Даже цвет имеет значение. Исследования показали, что красный и зеленый цвета могут подсознательно восприниматься человеком как команды «стой» и «иди», а значит, удерживать или, наоборот, подталкивать человека к выбору того или иного ответа.

Поэтому мы рекомендуем уделять больше внимания подготовке вашего коллектива к анкетированию. «Веселый» опросник не снимет проблему явки, если не решено главное. Лучше заинтересуйте сотрудников целью и позитивными изменениями, которые должны стать итогом опроса. Если все будет сделано правильно, в следующий раз вы непременно обнаружите более ответственное отношение персонала к этому мероприятию. И без сомнительных экспериментов с визуалом:)