Московский Государственный Педагогический Университет

Факультет социологии,

экономики и права

дневное отделение

кафедра социологии

Курсовая работа

по теме

«Теория и практика применения метода интервью в социологии.»

студентки 2-го курса 202 группы

Грибачёвой Александры

научный руководитель Хворостов А.В.

Москва 2000

План:

I.Интервью как один из видов общения. Его применение.

II.Виды интервью:

* + формализованное (стандартизованное)
	+ полуформализованное ( полустандартизованное)
	+ неформализованное ( неструктурированное, свободное, открытое)

III.Подготовка интервью:

* + качества интервьюера
	+ обучение интервьюеров
	+ вопросник; язык интервью
	+ обстановка проведения интервью

IV.Применение интервью на практике.

**«Теория и практика применения метода интервью в социологии.»**

Как ни коротки слова: “да”, “нет”, всё же они требуют самого серьёзного размышления.

**Пифагор**

**I.Интервью как один из видов общения**

 Метод опроса – это не изобретение социологов. Во всех отраслях науки, где для получение информации исследователь обращается к человеку с вопросами, он имеет дело с различными модификациями этого метода. Например, врачи, выясняя течение болезни и предшествующее состояние здоровья пациента, проводят анамнестические опросы. Юристы, выясняя у свидетелей обстоятельства дела, также пользуются методом опроса, специально изучают его психологические аспекты и возможности оценки достоверности ответов. Журналисты, педагоги, работники служб социального обеспечения и многих других сфер социальной практики используют этот метод для получения интересующей их информации.

Специфика метода состоит прежде всего в том, что при его использовании источником первичной социологической информации является человек (респондент) – непосредственный участник исследуемых социальных процессов и явлений. Различают несколько разновидностей опроса: письменный (анкетирование) и устный (интервьюирование), очные и заочные (почтовые, телефонные, прессовые), экспертные и массовые, выборочные и сплошные (например, референдум), общенациональные, региональные, локальные и др. В их основе лежит совокупность предлагаемых опрашиваемым вопросов, ответы на которые и образуют первичную информацию. В данной работе речь пойдет о методе интервью и о его применении в социологии.

 В социологии существует множество определений этого метода, причем каждое из них акцентирует внимание на чем-то особенном. Например, по мнению В.А. Ядова, интервью - это «проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом, причем запись ответов последнего производится либо интервьюером (его ассистентом), либо механически (на пленку)».(1) Но это определение охватывает, пожалуй, лишь формализованные интервью, т.к. предполагается определенный заданный план. Более общим кажется определение, которое дает В.И. Добреньков: «Интервью – это метод получения необходимой информации путем непосредственной целенаправленной беседы интервьюера с респондентом.» Из этого видно, что автор концентрирует внимание в первую очередь на **беседе** как основе интервью.

Каждый вариант опроса представляет собой одну из наиболее сложных разновидностей социально-психологического общения, обусловленного рядом обстоятельств: содержанием анкеты или интервью, то есть перечнем вопросов, в которых реализован предмет исследования; качеством работы анкетёра или интервьюера; сосредоточенной работы респондента над предложенными вопросами; психологическим состоянием респондента в момент проведения опроса, атмосферой, в которой проводится беседа. Важно не забывать о психологическом факторе, который играет большую роль в проведении интервью, т.к. зачастую от морального, психологического состояния респондента зависит качество получаемой интервьюером информации.

Метод опроса, опирающийся на достаточное число обученных анкетёров или интервьюеров, позволяет в максимально короткие сроки опрашивать довольно большое количество респондентов и получать различную по своей природе информацию.

Метод интервью и по сей день продолжает оставаться одним из основных способов сбора информации. Предметные области, для изучения которых он использовался и используется, преследуемые при этом цели, контингент опрашиваемых – чрезвычайно многообразны. Наряду с широкой практикой использования этого метода, усилия множества научных коллективов были направлены на разработку эффективной методологии интервью и совершенствования процедур, техники и приемов интервьюирования. О его методологической изощренности свидетельствует хотя бы тот факт, что еще в 1929 г. американские социологи различали 17 процедур интервью и 64 разновидности технических приемов и средств, применяемых при его проведении. (2)

При интервьюировании контакт между исследователем и респондентом осуществляется при помощи интервьюера, который задает вопросы, предусмотренные исследователем, организует и направляет беседу с каждым отдельным человеком и фиксирует полученные ответы. Этот метод опроса требует больших затрат времени и средств, чем анкетирование, т.к.техника его проведения сложнее, но вместе с тем повышается надежность собираемых данных за счет уменьшения числа неответивших и ошибок при заполнении вопросников. Кроме того, с помощью анкеты социолог получает прежде всего «поверхностный» слой мнений, в то время как интервью дает возможность исследовать глубинные мотивы и мнения. (3) Но, на мой взгляд, анкетный опрос в ряде случаев – это разновидность строго формализованного интервью, которое предполагает детальную разработку всей процедуры опроса (включает в себя общий план беседы, последовательность вопросов, варианты предполагаемых ответов), что мы и наблюдаем при проведении анкетирования. Ведь анкетный опрос тоже может выступать в качестве беседы: не всегда респондент заполняет анкету самостоятельно – зачастую опрос построен в виде разговора, в ходе которого интервьюер заполняет анкету со слов респондента; кроме того в последнее время часто стали применяться телефонные опросы. Преимущества интервью перед анкетным опросом раскрываются в полной мере при использовании свободных (неформализованных) и полуформализованных его вариантов.

Интервью широко распространено в современной жизни. Сфера применения этого метода чрезвычайно обширна и разнообразна: интервью используется в социологии, психологии, журналистике, статистике, этнографии, педагогике, управлении и др. науках. В зависимости от цели исследования, от исследуемого объекта применяют различные виды интервью. О разновидностях интервью речь пойдет в следующей главе.

**II.Виды интервью.**

В прикладной социологии в зависимости от техники проведения различают три вида интервью: формализованное, полуформализованное и свободное. Формализованное (максимально структурированное) интервью представляет самый простой вид интервью, который в силу этого чаще используется на практике. По мере мере того, как значимость способа проведения и структуры интервью снижается, оно становится все более свободным, открытым. Я бы хотела рассмотреть несколько вариантов проведения интервью: от максимально стандартизованного до минимально стандартизованного или открытого.

 **Формализованное интервью (стандартизованное)** - самая распространенная разновидность интервьюирования. В этом случае общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанными вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера. При использовании этого вида опроса интервьюер обязан **точно придерживаться** формулировок вопросов и их последовательности. Эта разновидность интервьюочень подробно отражена в отечественных учебниках , у таких авторов как Ядов В. А., Бутенко И.А., Воронкова О.А, Воронов Ю.П. и мн. др. Оно предназначено для получения однотипной информации от каждого респондента. Ответы всех респондентов должны быть сравнимы и поддаваться классификации. Это означает, что различия и сходство в ответах должны отражать действительные различия и сходство между респондентами, а не различия, вызванные задаваемыми вопросами или тем, как эти вопросы были поняты. Стандартизованное интервью может использоваться для многих целей, включая определение общественного мнения по широкому кругу вопросов, выяснение потребительских предпочтений, стереотипов поведения, а также множества других целей, включающих получение количественной информации. Кроме этого, данный вид интервью очень удобен в случае, когда письменный опрос становится затруднительным вследствие разнородности аудитории, необходимости пояснить многие вопросы с учетом различий в образовании респондентов, особенностей физических условий проведения опроса (например, на улице, где респондент может торопиться, быть занят своими мыслям и т.п.). Как правило, для проведения такого рода интервью не пользуются услугами профессионалов. В качестве интервьюеров могут выступать совершенно разные по роду занятий люди, не связанные с социологией как таковой. Более того, на должность интервьюра в такого рода опросе не рекомендуется приглашать людей с социологическим образованием. Считается, что в этом случае интервьюер будет «подавлять» респондента обилием социологических терминов, волей-не-волей будет давать оценку ответам респондента, что может негативно повлиять на обстановку проведения интервью и, как следствие, - на качество получаемых ответов.

**Полуформализованное интервью** - следующая ступень, ведущая к уменьшению стандартизации поведения интервьюера и опрашиваемого. В таких интервью предусматривается менее жесткая структура действий интервьюера. Он уже не обязан строго следовать порядку вопросов, а так же может несколько менять их конфигурацию по мере надобности.Часто в таких интервью предусмотрен лишь список основных вопросов, частично их порядок, а получаемая информация служит для формулировки гипотез, выявления социальных проблем, подлежащих далее более систематическому анализу.

 В этом случае прямое общение с респондентом и психологические отношения, возникающие в ходе проведения интервью, создают немало преимуществ для получения информации, что представляется малодоступным при использовании строго формализованного интервью. Правда, надо сказать, что эти же преимущества оборачиваются временами новыми трудностями. Одна из них заключается в том, что интервьюер так или иначе оказывает определенное влияние на респондента, а соответственно и на его ответы или рассуждения. Важный момент здесь играет эффект стереотипности, «по одежке встречают». Интервьюрам не чуждо ничто человеческое: это и не совсем тактично заданный вопрос, и первичная неприязнь к респонденту, и чрезмерная навязчивость. В силу этих обстоятельств респондент может вообще отказаться от интервью, или «замкнуться» в себе, что приведет к потере нужной информации. Но и самому интервьюеру не стоит «подстраиваться» под опрашиваемого. Руководствуясь своим личным опытом, могу сказать, что попадаются иногда слишком «активные» респонденты, которые сами начинают задавать ход беседы, не дают возможности вернуть разговор в нужное русло. Но есть и, наоборот, очень меланхоличные люди, которых надо уметь расшевелить, мотивировать их к беседе. Поэтому для сбора массовой информации привлекают возможно большее число интервьюеров, которые предварительно проходят специальное обучение и тренировки.

 Полуструктурированное интервью предполагает в каждом из тематических блоков перечень тех аспектов, по которым должна быть получена информация. Интервьюер должен уметь в ходе беседы задавать вопросы, которые интересуют его в данном исследовании, но делать это так, чтобы они не нарушали общего хода беседы, а органически, естественно вписывались в рассказ как уточнения. Если это не удается сделать, то прерывать ход беседы не нужно, а лучше вернуться к интересующему вопросу в конце интервью.

 Одной из разновидностью полуструктурированного интервью является **биографическое** интервью, которое подробно описано у В. Семеновой и Е. Мещеркиной (4). Оно предполагает разделение всего интервью на опредпленные тематические блоки. Которые соответсвуют основным этапам жизни респондента: «Детство», «Юность», «Учеба», «Женитьба», «Дети» и т.д. интервьюер в этом случае только направляет разговор на определенную тему и умело подводит к следующему блоку, когда, по его мнению, текущая тема уже исчерпана. Здесь все внимание должно быть сосредоточено на том, чтобы респондент не ушел от нужной тематики и не вдавался слишком в подробности там, где этого от него не требуется.

**Неформализованное интервью** отличается минимальной стандартизацией поведения интервьюера. Этот вид опроса применяется в тех случаях, когда исследователь приступает к определению проблемы исследования. При использовании нестандартизованного интервью не делается попытки получения одних и тех же видов информации от каждого респондента, и индивид не является в них учетной статистической единицей. Содержание интервью может меняться от респондента к респонденту: каждый респондент сообщает ту информацию или высказывает те мнения, которые он может представить наилучшим образом. Поэтому использование заранее подготовленного обширного вопросника часто бывает просто помехой. В связи с этим в нестандартизованных интервью часто вообще не используется вопросник.

Этот метод проведения интервью способствует достижению интуитивного понимания вопроса или проблемы, а также обнаружению непредвиденных областей релевантности в исследовании.(5) Свободное интервью может использоваться также для объяснения неожиданных результатов количественных исследований: например, расхождения результатов голосования с предвыборными прогнозами, или для объяснения новых проблем, возникающих в ходе исследования.

Различают подготовительный и независимый виды нестандартизованного интервью. Первый проводится для подготовки к стандартизованному. Он позволяет выяснить важные компоненты вопроса или проблемы, на основе которых будут состовляться будущие вопросники. Наряду с этим подготовительное интервью используется для изучения словаря респондента, типов реакций на вопросы и мн. др.

Независимое нестандартизованное интервью имеет самостоятельную исследовательскую функцию. Оно используется в тех случаях, когда нет возможности провести стандартизованное исследование, либо нет необходимости в сравнении множества ответов друг с другом и их суммировании по определенной выборке. Независимое интервью может быть использованно для исследования таких видов вопросов, как социальные волнения, преступность и теневая экономика, последствия развития научно-технического прогресса и т.д.(6)

Методика нестандартизованного интервью более разнообразна, более сложна, ее невозможно представить в виде набора рутинных действий. При проведении нестандартизованного интервью ведущий опрос обладает большой свободой как в формировании отдельных вопросов, так и в формировании общей направленности беседы. Более того, при этом интервьюер в значительной степени исходит из имеющегося у него общего взгляда на тему исследования и априорного (точнее сказать, «доисследовательского») знания проблемы. При использовании методики данного типа требуется высокий уровень квалификации интервьюера, поэтому зачастую нестандартизованное интервью проводится самим исследователем, или группой квалифицированных исследователей.

**III. Подготовка интервью.**

Необходимо отметить, что подготовку интервью принято разделять на общую и конкретную. Под общей полготовкой подразумевается подготовка к интервьюированию вообще, а под конкретной – подготовительная работа к проведению интервью в ходе конкретного социологического исследования . Как уже было сказано выше, профессиональные качества интервьюеров, специализирующихся на неформализованных интервью, отличаются от профессиональных качеств интервьюеров, проводящих формализованные интервью. Главное отличие заключается в том, что при формализованных интервью интервьюеры не должны быть квалифицированными социологами. Но под этим не подразумевается ни в коем случае, что интервью может проводить любой желающий. Определенные качества должны обязательно присутствовать.

В этом разделе я бы хотела остановиться на общих моментах **подготовки интервью.**

**Качества хорошего интервьюера** складываются из: 1)его индивидуальных способностей, 2) владения методикой. Общесоциологическая подготовка обязательна только в том случае, если проводится неформализованное интервью или интервью с малой степенью формализации. Названные качества находятся друг с другом в определенной зависимости, взаимно дополняя и усиливая друг друга.

Немаловажную роль играют индивидуальные способности – набор качеств, врожденных или социально приобретенных, присущих человеку без профессионального обучения методике интервьюирования. По наблюдениям С.А. Белановского, есть люди, которые практически не способны стать хорошими интервьюерами. Обучение методики им помогает мало, так как невзирая на полученные теоретические знания, на практике они продолжают реализовывать присущие им стили беседы, противоречащие методическим принципам ведения интервью. Наряду с этим есть люди, обладающие высокими способностями к интервьюированию, естественный стиль общения которых оказывается близким к наработанным принципам интервьюирования.(7)

У Э. Ноэль описываются различные типы интервьюеров. Хороший интервьюер характеризуется выражением «дать-и-взять», которое означает, что при проведении беседы он должен уметь не только получить от респондента трбуемую информацию, но и дать ему взамен чувство морального удовлетворения. Известно, что хорошо проведенное интервью обладает определенного рода терапевтическим воздействием на респондента: снимает тревогу, помогает принимать решения, повышает самооценку и т.д.

Перечень типов плохих интервьюеров достаточно обширен. Сюда входят: интервьюеры-«мессионеры», стремящиеся довести до личности опрашиваемого какую-либо идею; «моралисты»; «ветренники» (несерьезные); властные; тревожные; сентиментальные; действующие по шаблону. Есть люди, которые, например, не могут стерпеть, когда чье-то мнение не совпадает с их собственным. Такие люди вряд ли смогут стать хорошими интервьюерами. На мой взгляд, перечисленные выше стили неправильного ведения интервью в большинстве случаев предопределены личностными качествами опрашивающих, а поэтому с трудом поддаются корректировке.

**Общесоциологическая подготовка** интервьюеров важна, по меньшей мере, в связи со следующими двумя моментами. Во-первых, каждый интервьюер должен хорошо усвоить принцип анализа, предложенный еще М.Вебером (анализ без оценочных суждений). Применительно к практике интервьюирования, этот принцип означает оценочную нейтральность слушания. Во-вторых, эта подготовка делает возможным правильное понимание высказываний респондентов, особенно в тех случаях, когда респондент и интервьюер принадлежат к разным субкультурам.

Подготовка к предметной области исследования (это касается, пожалуй, только качественных, т. е. нестандартизованных видов интервью: например, фокусированное, глубинное и др.) означает, что при проведении интервью, к примеру, в сфере экономики от интервьюера требуется квалификация экономиста, в медицине – медика и т. д.

Процесс практического обучения интервью – это по всей видимости процесс фиксации и осознания ошибок. Конечно, число допускаемых интервьюерами ошибок может быть очень велико, но основная их часть сводится к следующим трем типам:

* + ошибки, нарушающие психологический контакт интевьюера и респондента, в результате которых респондент «замыкается в себе»;
	+ ошибки, влекущие за собой искажение сообщаемой респондентом информации (когда респондент сообщает не то, что думает, что-то скрывает и т.п.;
	+ ошибки влекущие к предоставлению нерелевантных (не имеющих отношения к цели интервью) сообщений; (правда этот аспект наиболее характерен для нестандартизованных видов интервью)

Но следует оговорить, что в некоторых случаях перечисленные выше действия интервьюеров бывают сознательными, т.е. внедренными с той или иной методической целью. Например, иногда используют так называемый тип «жесткого» интервью, в котором интервьюер, желая получить необходимую информацию, сознательно идет на риск ухудшения психологического климата интервью. В некоторых случаях советуется допускать развитие «нерелевантных» тем, с тем, чтобы респондент «разговорился».

Практическое обучение навыкам ведения интервью может быть индивидуальным или групповым.

При индивидуальном обучении источником сведений об ошибках могут быть либо опытный интервьюер, либо респондент. Пробные интервью желательно записывать на пленку, дабы иметь возможность прослушивать их после и выявлять с преподавателем ошибки. Но важным источником сведений об ошибках может являться и сам респондент, т.к. даже опытный интервьюер не всегда может догадываться о его подлинных чувствах. В этом случае роль респондента может играть специалист-социолог.

Существует мнение о том, что груповые методы обучения более эффективны, нежели индивидуальные. Но на мой взгляд, обучение в большей степени зависит от самого обучающегося. Если у человека есть желание, а тем более и способности к овладению данной квалификацией, то не суть важно, как ты будешь проходить обучение. Тем более, что оба метода мне кажутся вполне эффективными. При групповом методе обучение осуществляется в группах, численностью 15 – 20 человек, состоящих из обучаемых и руководителя, который должен быть высококвалифицированным специалистом. После краткого курса лекций обучение производится путем проведения пробных интервью между членами группы, критических разборов и дискуссий, наблюдений и практики. Применяется здесь и метод разыгрывания по ролям, когда один из членов группы играет роль респондента, а другой – интервьюера.

Надежность и качество получаемых данных существенно зависит не только от действий интервьюера, содержания планируемой информации, но и, конечно, от конструкции самих вопросов. Перечислить и хотя бы вкратце пояснить все возможные виды и конструкции вопросов в данной работе не представляется возможным, поэтому я остановлюсь лишь на основных моментах.

 Надо заметить, что вопросник свободного интервью принципиально отличается от структурированной анкеты. Если структурной единицей анкеты является вопрос или блок вопросов, то структурной единицей неформализованного интервью является ТЕМА. Тема представляет собой связное (обладающее смысловым единством) изложение какого-либо вопроса.

Опросы классифицируют прежде всего по содержанию и конструкции задаваемых вопросов. Различают открытые вопросы, когда респонденты высказываются в свободной форме (надо заметить, что неформализованные интервью по большей части состоят из открытых вопросов, тогда как анкетные опросы реже используют этот тип). В закрытом опросном листе все варианты ответов заранее предусмотрены: респонденту остается лишь выбрать близкий ему ответ. Есть и такие анкеты, которые комбинируют в себе открытые и закрытые вопросы – полузакрытые анкеты.

Открытые вопросы хорошо использовать на стадии проб, определения области исследования, а так же в неструктурированных интервью. Считается, что ответ в свободной форме позволяет выявить те стороны или явления в жизни людей, которые волнуют их больше всего, доминируют чаще остальных в их сознании. Реагируя на вопрос без подсказки вариантов ответа, люди лучше проявляют особенности своего повседневного, обыденного сознания, свой образ мыслей. Но один из главных недостатков этого типа вопроса - трудность при обработке данных. Пространные ответы предполагают последующую группировку и часто квантификацию (8), а контент-анализ ответов – процедура сложная и трудоемкая. Требуется высокое искусство «расшифровки» реальных смыслов. Применительно к нестандартизованному интервью, на мой взгляд, эта проблема отчасти упрощается, т. к. интервьюер всегда может уточнить пространный или плохо сформулированный ответ респондента.

Закрытые же вопросы позволяют более строго интерпретировать ответ. Исследователь имеет более надежные основания, чем при открытых вопросах, сопоставлять данные в равных условиях.

Помимо вышеперечисленного вопросы, задаваемые респонденту, подразделяются на те, что подготовлены заранее и сведены в план-вопросник, и те, что задаются непосредственно в ходе беседы и представляют собой оперативную реакцию интервьюера на получаемую информацию. Но снова надо оговорить, что вопросы, «всплывающие» по ходу интервью, применяются лишь при свободных или полуформализованных интервью.

При составлении вопросника важен и такой момент как **язык интервью**. Основным критерием для выбора языка и синтаксиса вопросника является необходимость обеспечения максимально точного и полного донесения смысла сообщений от интервьюера к респонденту и обратно. Иначе говоря, язык интервьюера должен соответствовать общему словарю интервьюера и респондента. Наличие общего словаря не означает, что интервьюеру необходимо использовать те же народные либо простонародные выражения, или говорить с тем же акцентом, что и респондент. Это означает, что язык, на котором говорит интервьюер должен быть понятен респонденту. Ответы же респондента тоже вовсе не должны быть сформулированы в терминологии интервьюера, но обязательно должны быть понимаемы им. Словарь и манера выражения должны быть общими в том смысле, чтобы создавать единую основу для понимания.

Наряду с этим существует проблема уровня сложности вопросов. Степень сложности вопроса должна приблизительно соответствовать уровню понимания респондента. С методической точки зрения нежелательно задавать как слишком сложные, так и слишком упрощенные вопросы. Слишком большое упрощение формулировки вопроса подчеркивает социальную дистанцию, что может обидеть респондента. Обратная ошибка (постановка вопросов, которые выше уровня понимания респондента) вызывает два негативных эффекта: сложность в общении (респондент не понимает, чего от него хотят) и мотивационную проблему (респондент в этом случае может ощутить большой разрыв между собой и интервьюером, в следствие чего ему будет казаться, что этот человек никогда его правильно не поймет). Во всех случаях можно потерять доверие респондента и его желание продолжать интервью.

Вообще, надо сказать, что проведение интервью (или хотя бы даже формализованного опроса) – очень сложная задача. Приходится общаться с разными людьми, в разных местах, на совершенно разные темы. Никогда не бывает такого, чтобы все респонденты с радостью соглашались на беседу с интервьюером, поэтому важным моментом является установление первого контакта. Важно постараться заинтересовать респондента и убедить в значимости данного опроса и лично его (респондента) мнения, оценки. Надо обязательно помнить, что во многом эффективность беседы зависит от обстановки, в которой проводится интервью. Желательно, чтобы место проведения интервью было уединенным, чтобы не было влияния и искажающего эффекта так называемого «третьего лица». (9) Таким образом, место интервью по возможности должно быть выбрано так, чтобы минимизировать факторы, препятствующие установлению контакта с интервьюируемым. В частности, этого можно достичь, если увести респондента из той обстановки, которая постоянно напоминает ему об обязаностях, работе. Например, американский автор В.Донохью считает, что интервьюируемые чувствуют себя более комфортно и раскованно, когда сидят в удобных креслах и ничто не напоминает им о делах. Конечно, не всегда удается предоставить такие условия интервьюируемому, часто приходится узнавать общественное мнение по тем или иным вопросам на улицах, по телефону, что создает определенные трудности при общении.

**IV. Применение метода интервью на практике.**

 Идеальное интервью (будь оно формализованное или напротив – свободное) напоминает оживленную и непринужденную беседу двух равнозаинтересованных в ней людей. Однако один из участников – интервьюер помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника. Мне доводилось неоднократно выступать в роли интервьюера (я занималась преимущественно формализованными опросами), и с каждым разом я все больше связывала деятельность интервьюера с актерским искусством. Несомненно, каждому опрашивающему рекомендуется использовать свой собственный стиль поведения, который является естественным, но в то же время успех дальнейшего хода интервью во многом зависит от того, как будет воспринят интервьюер, как он сам себя «преподнесет». Только на первый взгляд может показаться, что работа интервьюера достаточно проста. Я тоже тешила себя этой иллюзией до тех пор, пока не провела первое интервью. Сразу обнаружилось множество проблем: и нерешительность, и растерянность в некоторых ситуациях, и просто элементарное незнание всех «тонкостей» проведения опроса. А их, оказывается, очень и очень много.

 Я считаю, что помимо общего представления о самих опросах, интервьюер должен быть и неплохим психологом. Нужно уметь находить правильный подход к респонденту: ведь приходится общаться с различными по характеру, стилю жизни, принадлежности к социальной группе людьми. Я, например, неоднократно сталкивалась с так называемыми «лгунами» или «фантазерами»-респондентами. (Как правило, это чаще всего происходит при проведении опросов в сфере экономики, частной жизни.) Опрашиваемый чувствует в вопросах интервьюера угрозу своему «я»; ложь в этом случае выступает как защитная реакция. После проведения повторных опросов (высококвалифицированными сотрудниками) выявлялись такого рода «фантазеры». Если интервьюер чувствует, что в высказываниях респондента есть какие-то неясности, связаные с возможным сокрытием или искажением информации, то лучше выяснять их в конце интервью. Интервьюер не должен бояться задавать интересующие его вопросы: главное – делать это корректно, вежливо и в нужное время. Кроме того, интервьюер должен уметь владеть собой. У респондента наверняка сложится не самое лучшее мнение об интервьюере, который волнуется, не уверен в себе, часто сбивается с мысли. Конечно, все это не так важно и заметно при проведении формализованного опроса (по анкете), но тоже может повлиять и на реакцию интервьюируемого, и на качество получаемой информации.

 Большое искусство – не дать респонденту увести себя от темы, заговорить. (Мне это давалось всегда с большим трудом и, поэтому с некоторыми особо «разговорчивыми» респондентами приходилось общаться по 30-40 минут, при учете, что среднее время проведения опроса равнялось 15 минутам). Вся сложность здесь заключается в том, что надо преостановить опрашиваемого/попросить говорить по существу и т. д. так, чтобы он не обиделся, не потерял мотивации к разговору.

 Одной из ошибок при проведении менее формализованных интервью была ошибка, состоящая в быстрых переходах. Желая добиться как можно более полного охвата заранее предусмотренных тем, я нередко удовлетворялась поверхностным их рассмотрением, пренебрегая глубиной. (Иногда это происходит еще из-за опасения, что не хватит отведенного времени. Но в таком случае лучше постараться договориться о повторном интервью, в котором будут рассмотрены оставшиеся вопросы).

 Разумеется, пречислить все возможные ошибки интервьюеров и рекомендации по их исправлению и избежанию невозможно, но я бы хотела закончить эту работу рассмотрением тех трудностей, с которыми столкнулись мои сокурсницы (Шепелюк Зоя и Таюрская Екатерина) при первом опыте проведения интервью.

 В настоящее время мы проводим социологическое исследование на тему «Изменение отношения населения Москвы к работе милиции в сер. 90 – 2000 гг. XX века. Дабы выяснить важные аспекты интересующей нас проблемы, мы провели сперва несколько неформализованных интервью, что позволило уточнить некоторые моменты при разработке анкеты, которая состоит из 20 вопросов. Ниже приводятся некоторые выводы и замечания девушек, сделанные ими по ходу проведения интервью.

-**Скажите, с какими трудностями вы столкнулись при проведении первых интервью?**

З.: - Вообще, трудностей было достаточно много. Работа интервьюера – далеко не так легка, как об этом думают некоторые. Первый барьер, который надо было преодолеть – побороть в себе неуверенность и спокойно предложить человеку ответить на несколько вопросов.

К.: - И если с данным респондентом Вас постигла неудача, то не стоит отчаиваться и сетовать на судьбу – найдите другого. Я для себя выяснила один важный момент: респонденту легче раскрыться и откровенно поговорить с человеком, который не боится быть самим собой.

* **Катя, а были такие случаи, когда тебе не удавалось наладить контакт с респондентом?**

К.: - Нет, такого не было. Но были респонденты, с которыми приходилось нелегко. Одна пожилая женщина долго рассказывала о том, как в годы ее молодости уважали, ценили работу милиции, хотя ее об этом даже не спрашивали. Ее рассказ никак не вписывался в рамки нашего исследования, но я расстерялась и не знала, как лучше остановить ее рассказ и перейти к следующей теме…Спасибо Зое - выручила.

* **Зоя, как это тебе удалось?**

З.: - Я просто вежливо напомнила, что нас интересуют несколько другие временные рамки и хотелось бы узнать ее мнение относительно работы правоохранительных органов в последние 5 лет. Более трудным оказалось вычленять основные идеи из ответов респондента.

К.: -Да, Зоя права. Действительно это достаточно сложная процедура. Ведь респондент очень редко говорит прямо: «А вот сейчас я скажу главную мысль». Поэтому надо уметь воспринимать сигналы главной мысли: паузы, жесты, усиления голоса, интонации и т.д.

* **Наверное с опросом, который проводится строго по анкете все намного проще?**

К.: - Да, несомненно. Хотя при использовании структурированного интервью есть опасность (так же как и при использовании свободного типа интервью) навязать респонденту свое мнение.

З.: - Чтобы избежать этого надо следовать определенным правилам. Ну, например, нельзя произносить какие-либо фразы, которые не заканчиваются вопросом (за исключением разъясняющих повествовательных предложений); не стоит высказывать свое личное мнение, произносить монологи…Интервью не терпит болтливости. Если уж говоришь – то по делу.

* **Считаете ли вы проделанную вами работу в целом удачной?**

К.: - Скорее да. Есть, конечно, еще много недочетов, многому еще предстоит научиться. Например, так называемой рефлексии чувств – способности правильно реагировать на высказывания респондента. (Это дает последнему большую уверенность в том, что его понимают.)

З.: - Могу еще добавить, что если респондент соглашается дает разъяснения по тому или иному вопросу лишь при условии, что ответ не записывается, то по окончании интервью надо очень аккуратно воспроизводить сказанное респондентом (не приписав случайно сказанное одним человеком другому). Нам пришлось нелегко, когда мы тут напутали. Но вообще, мы неплохо справились с поставленной задачей.

\* \* \*

 От себя могу добавить, что после проведенных неформализованных интервью, мы смогли выявить некоторые ошибки, которые допустили при составлении анкеты, добавить много важных вопросов, упущенных из виду. Следующий важный этап нашей работы – проведение массового формализованного опроса на основе разработанной анкеты. Я думаю, что, учитывая все ошибки, допущенные при проведении предыдущих интервью, мы сможем провести следующее более качественно и быстро.

 И последнее, что необходимо всегда помнить интервьюеру, - это то, что

***в ходе опросов именно интервьюер является основным исполнителем работ и обеспечивает качество результатов исследования. От добросовестной работы и ответственности интервьюера зависят полнота и точность учета мнений различных групп населения.***

***Сноски:***

(5) Релевантность – смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением. // Социологический энциклопедический словарь под ред. Осипова Г.В. М.: «Инфа М – Норма» 1998г.

(8) Квантификация – 1)Количественная оценка чего-л. 2) Процедура измерения и количественного выражения свойств и отношений социальных объектов. // Социологический энциклопедический словарь под ред Осипова Г.В.: «Инфа М – Норма» 1998г.

(9) Под «третьим» лицом подразумеваются посторонние люди (пусть даже – это знакомые). Они нередко вмешиваются в беседу, высказывают свои мнения, поправляют респондента, уличают его в неточностях и т.д. Даже если они и не вмешиваются в разговор, их влияние на респондента все равно может быть значительным, т.к. он невольно соотносит свои ответы с их возможной реакцией.

***Список используемой литературы:***

(1)В.А. Ядов «Стратегия социологического исследования». Москва «Добросвет» 1998г. стр.229

(2) В.Ф. Журавлев «Интервью в качественном социологическом исследовании».Москва 1991г.

(3) Гречихин «Лекции по методике и технике социологических исследований»

(4) Мещеркина Е., Семенова В. «Биографический метод в социологии: история, методология и практика». Москва: Институт социологии РАН, 1994г.

(6) Белановский С.А. «Методика и техника фокусированного интервью.» Москва: Наука. 1993г.

(7) см. (6)