

Тема 3. Опитування у формі інтерв'ю.

1. Види інтерв'ю.

2. Особливості проведення інтерв'ю.

3. Етапи проведення інтерв'ю.

4. Інструкція інтерв'юера.

1. Види інтерв'ю.

Інтерв'ювання передбачає особисте спілкування з опитуваним, при якому дослідник (або його повноважний представник) сам задає питання і фіксує відповіді.

Залежно від ступеня свободи дослідника виділяються інтерв'ю:

- **формалізоване** (стандартизоване), коли діяльність дослідника строго регламентована питальником і інструкцією для інтерв'юера. Таке інтерв'ю зазвичай проводиться при опитуванні великих мас людей, оскільки однотипні відповіді легко піддаються аналізу (не відрізняється від звичайної анкети);

- **напівформалізоване** (напівструктуроване, напівстандартизоване), де порядок питань і їх формулювання можуть змінюватися протягом розмови;

- **неформалізоване** (неструктуроване, відкрите), яке може проводитися без питальника, а дослідник має можливість коригувати характер питань в залежності від ходу розмови. Таке інтерв'ю застосовують при пілотажному дослідженні, при опитуванні невеликої кількості людей (наприклад, експертів) або при проведенні якісних досліджень, коли не потрібно класифікувати і порівнювати результати інтерв'ю.

За процедурою:

- **Одноразове інтерв'ю.**

- **Багаторазове (панельне) інтерв'ю** передбачає збір інформації від однієї і тієї ж аудиторії респондентів за єдиним питальником протягом певного часового інтервалу.

Різновиди напівструктурованих і неструктуроване інтерв'ю:

- Наративне інтерв'ю (narrative - виклад, розповідь, оповідання) являє собою вільний розповідь про життя оповідача без будь-якого втручання з боку інтерв'юера, крім можливих вигуків (здивування або схвалення), для стимулювання і підтримання розповіді. Передбачається, що в ході вільного викладу в пам'яті респондента асоціативно спливають в першу чергу ті епізоди і моменти, які представляють для нього найбільшу суб'єктивну цінність. Це дозволяє виявити найбільш важливі «змістотворних» фрагменти, що конструюють його розповідь. В ході інтерв'ю людина як би заново обдумує своє життя, своє «я», відокремлюючи його від сукупного «ми».

- Глибинне інтерв'ю (клінічне, інтенсивне) - В даному випадку, окрім загальної теми дослідження, задається певне коло питань, на які необхідно отримати відповідь. Стратегія і тактика ведення бесіди залишається на розсуд інтерв'юера, що вимагає від нього високого професіоналізму. Переваги методу глибинних інтерв'ю: емоції респондента виражені детально і відкрито, на його думки не впливають спочатку задані варіанти відповідей; можуть бути визначені мотиви позитивного або негативного ставлення до певних марок, товарів, політичних програм; дозволяють досліджувати складні об'єкти або нові сфери, про які немає достатньої інформації; взаємна довіра між інтерв'юером і респондентом дозволяє їм розмовляти на теми, що зазвичай не обговорюються в суспільстві.

- Біографічне інтерв'ю є різновидом напівструктурованого, де тематичні блоки відповідають послідовності життєвих циклів індивіда: «Дитинство», «Юність»,

«Навчання», «Одруження», «Діти» і т. Д. Інтерв'юер тільки направляє розмову на певну тему і вміло підводить до наступного блоку, коли, на його думку, розповідь про даний період життя вичерпаний.

- Фокусоване інтерв'ю (спрямоване) - інтерв'ю, яке ставить за мету вивчення думок щодо конкретно заданих ситуацій, явищ. Відмінною рисою фокусованого інтерв'ю є те, що респондентів попередньо знайомлять з предметом бесіди. Іноді можливо пов'язування проведення фокусованого інтерв'ю з певною подією (зборами, з'їздом, конференцією), де опитуються їх учасники.

- Лейтмотивне інтерв'ю, навпаки, орієнтує розмову на відстеження динаміки одного і того ж аспекту життєдіяльності індивіда протягом його біографічного шляху. Наприклад, якщо нас цікавлять відносини між подружжям на різних стадіях їхнього спільного життя, то в процесі бесіди, під час переходу до кожного наступного періоду життєвої історії, ми будемо мати в фокусі саме цей аспект і задавати додаткові питання, що стосуються змін у відносинах між подружжям.

За цільовим призначенням:

- ретроспективне інтерв'ю має на меті оцінювати відтворення минулих фактів, подій учасниками або свідками ситуації.

- інтроспективне інтерв'ю має на меті вивчити думки і оцінки людей з приводу поточних подій.

- прожективне інтерв'ю має на меті виявити можливе ставлення людей до віртуально можливих подій або поведінку людей в потенційно можливих ситуаціях.

За кількістю опитуваних респондентів:

- Індивідуальне інтерв'ю.

- Групове інтерв'ю.

За способом спілкування соціолога і респондента:

- Безпосереднє, «обличчям до обличчя» Face to Face.

- Опосередковане, наприклад по телефону.

Телефонне інтерв'ю істотно відрізняється від звичайного інтерв'ю або анкетування і тому вимагає спеціальної підготовки інтерв'юера. Адже якщо при проведенні інтерв'ю соціолог має можливість підтримувати інтерес у респондента до опитування, то при здійсненні телефонного опитування потрібно добре володіти мовою, вміннями на "відстані" зрозуміти стан респондента і утримати його увагу до питань. Практика показує, що вплив інтерв'юера на відповіді респондента в телефонному опитуванні менше, ніж при безпосередньому спілкуванні. До позитиву можна віднести оперативність і можливість швидкого реагування на запити, потреби населення, серед якого здійснюється телефонне опитування. В основному телефонне опитування повинно тривати 5 - 10 хвилин. З урахуванням специфіки опосередкованого спілкування створюється інструментарій дослідження, тобто бланк телефонного інтерв'ю, що містить чіткі лаконічні питання і адекватну шкалу відповідей.

Питання анкети повинні бути чітко сформульовані і мати лаконічну форму, бути зрозумілими для респондентів, щоб мати можливість отримати досить надійні і максимально відверті судження. Зрозуміло, що кількість питань повинна бути регламентованою, але існують різновиди телефонних опитувань, коли питань може бути більше за умови попередньої домовленості з респондентом про більш тривале спілкуванні про проблемну ситуацію, або коли проблема, яка аналізується соціологом,

зацікавила респондента і викликала бажання більш глибоко і аргументовано дати додаткові відповіді і запропонувати власні судження щодо актуальних проблем.

Разом з тим вимога економії часу - також важливий фактор, який змушує соціолога бути "стриманим" і лаконічним в проведенні телефонного опитування. Можна стверджувати, що кількість питань і тривалість телефонного опитування залежить від теми та її актуальності, обізнаності та активності респондента і вирішуються ці проблеми відповідно до мети, завдань і гіпотези соціологічного дослідження.

2. Особливості інтерв'ювання

Ідеальне інтерв'ю нагадує жваву і невимушену бесіду двох однаково зацікавлених в ній людей. Однак один з учасників - інтерв'юер - пам'ятає, що в даній ситуації він виступає як професійний дослідник, що імітує роль рівноправного співрозмовника.

Формалізоване інтерв'ю практично нічим не відрізняється від опитування за анкетною, за винятком того, що відповіді записуються не самим респондентом, а інтерв'юером. До подібного способу вдаються для того, щоб:

(А) переконатися в доброякісності заповнення запитальника/анкети;

(Б) отримати безпосереднє враження від живої реакції опитуваних по предмету дослідження (це допомагає краще інтерпретувати їх судження);

(В) у випадку, коли письмове опитування виявляється неможливим або складним внаслідок різноманітності аудиторії, необхідність пояснити багато питань з урахуванням відмінностей в культурі та освіті респондентів, особливостей фізичних умов проведення опитування (наприклад, на вулиці, де респондент, можливо, поспішає, зайнятий своїми думками) і т. п.

Переваги інтерв'ю перед анкетними опитуваннями розкриваються в повній мірі при використанні напівформалізованих або неформалізованих його варіантів. У таких інтерв'ю передбачений лише список основних питань, частково їх порядок (він може змінюватися відповідно до обставин), а отримана інформація служить для формулювання гіпотез, виявлення соціальних проблем, що підлягають далі більш систематичного аналізу. **Прямий контакт з опитуваним і психологічні відносини, які встановлюються між інтерв'юером і респондентом, створюють проблему - зведення до мінімуму впливу особистості інтерв'юера.**

Вплив інтерв'юера позначається в самих різних напрямках. Перш за все діє ефект стереотипності сприйняття. Встановлено, наприклад, що оцінка зовнішності співрозмовника і оцінка його психологічних якостей корелює на рівні 92%, тобто особистісні якості людини на 92% співвідносять з її зовнішнім виглядом. Завдання інтерв'юера полягає в тому, щоб уникнути цієї цілком реальної небезпеки постаратися максимально неупереджено і об'єктивно зареєструвати відповіді респондента на плановані питання, ставити ці питання тактовно, рівно, ненав'язливо.

Якщо інтерв'юер здатний стереотипізувати образ респондента, те ж саме відбувається і з опитуваним. І він сприймає розмову крізь призму установок і стереотипів, активізованих особистістю інтерв'юера.

Спосіб "зламати" потенційний бар'єр - вести себе якомога простіше, вільніше, починати розмову з максимально нейтральних і загальнозрозумілих речей. **Ні одягом, ні манерою розмови не слід підлаштовуватися під опитуваного: треба триматися спокійно і природно.** Помічено, що темп мови інтерв'юера впливає на поведінку респондента. Якщо той в кого беруть інтерв'ю звик говорити швидко, повільний темп

мови інтерв'юера буде його дратувати і навпаки. **Кращий варіант - виробити звичку вести бесіду в середньому темпі.**

На хід бесіди впливають співвідношення у віці і статі учасників розмови. Інтерв'юер приблизно того ж віку, що і опитуваний, але протилежної статі зазвичай домагається кращого результату. Обстановка, в якій проходить бесіда, повинна налаштовувати на спокійну і відверту розмову. Не дуже ефективними будуть інтерв'ю в людних приміщеннях при сторонніх. Але як помітили деякі соціологи, інтерв'ювання на дому теж має мінуси: сприймаючи інтерв'юера в якості гостя, опитуваний з ввічливості намагається говорити тільки приємне.

У несприятливій обстановці тривале інтерв'ю взагалі неможливо, а короткочасне, стандартизоване допустимо. В інтерв'ю на вулиці рекомендується уникати занадто людних місць, але не "ловити респондента" в пустому провулку; уникати інтерв'ювання в години пік і в "цільових" потоках людей (наприклад, при виході з прохідної заводу, в черзі тощо). Не можна проводити опитування на зупинках транспорту і вокзалах (окрім особливих випадків, передбачених програмою).

Вимоги до інтерв'юера.

Інтерв'юер повинен добре уявляти собі цілі дослідження, його задум, бути комунікабельним і відкритим до спілкування за характером (тому не кожна людина здатна стати хорошим інтерв'юером), активним, мати досить високу культуру спілкування і освіту (інтерв'юери з середньою і вищою освітою - найкращі співробітники, якщо отримали хорошу спеціальну підготовку). Досвід свідчить, що найкращий тип інтерв'юера - спокійний, врівноважений. Імпульсивні інтерв'юери вкладають в справу стільки емоцій, що це є причиною всіляких відхилень від заданого плану бесіди.

Навчання інтерв'юерів - важлива умова успішності роботи. При короткостроковій підготовці інтерв'юерів їм пояснюють задум дослідження, деталі інтерв'ю, а потім в неодмінному порядку організують практикум. Інтерв'юери беруть інтерв'ю один в одного під керівництвом організатора опитування, спільно розбирають допущені помилки. На спеціальних курсах та тренінгах для інтерв'юерів, які можуть бути організовані установою, що займається опитуваннями громадської думки, підготовка і навчання інтерв'юерів, звичайно, більш ґрунтовна і включає крім теоретичних курсів тренування необхідних навичок, обговорення відеозапису інтерв'ю. Іноді "польові інтерв'ю" доцільно проводити так, щоб в якості асистента інтерв'юера виступав досвідчений фахівець, який після двох-трьох інтерв'ю дає останні настанови стажисту, і тільки потім йому довіряється самостійний збір даних з асистентом того ж рівня підготовки, що і сам інтерв'юер. Дуже зручна комбінація роботи парою, коли два інтерв'юера міняються ролями ведучого і записуючого бесіду.

Реєстрація (запис) результатів інтерв'ю може проводитися по ходу розмови з дозволу інформанта. Не можна використовувати диктофон, або іншу апаратуру без згоди респондента.

3. Етапи проведення інтерв'ю.

(1) Встановлення першого контакту.

Мета - створити сприятливу атмосферу для розмови. Спочатку інтерв'юер називає себе і організацію, пам'ятаючи, що не треба підкреслювати свою особисту зацікавленість у змісті інтерв'ю: «Я - інтерв'юер представляю кафедру соціології Запорізького національного університету. Мене звуть. Ми проводимо дослідження про

ставлення людей до економічних реформ. Ви не заперечуєте, якщо я поставлю Вам кілька запитань?»

Перевірено на практиці, що люди зазвичай дивуються, чому вибрали саме їх, іноді радять звернутися до іншої особи ("він краще розбирається в цих питаннях"). Інтерв'юер пояснює, що відбір опитуваних проводився "наосліп", не по їх власним бажанням: "Ми прагнемо відібрати опитуваних чисто випадково, щоб мати широку і повну картину суджень і поглядів з питань, про які я Вам вже сказав. Якби ми розмовляли тільки з бажаними, у нас склалося б одностороннє уявлення, вірно? "Ці ремарки: "Чи не так? Вірно? Як Ви думаєте?" і т. п. - дуже корисні. Вони створюють атмосферу деякої довірливості. Інтерв'юер як би запрошує опитуваного розділити з ним відповідальність за якість інформації.

Можливо, що опитуваний продовжує відмовлятися вести бесіду (посилається на непоінформованість, зайнятість). Треба йому сказати, що питання будуть простими: «Давайте спробуємо», «Це не займе багато часу» і т.д. Для "потепління" атмосфери інтерв'юер може почати розмову з абстрактних тем: про погоду, про те, як шукав дорогу по адресу респондента - про що завгодно, що буде доречно для встановлення першого контакту.

Трапляється, що респонденти, коли в них беруть інтерв'ю вдома побоюються запросити інтерв'юера в квартиру, в будинок. У цьому випадку, показавши посвідчення (іноді інтерв'юер підсовує свою візитну картку з зазначенням телефонів організації під двері), інтерв'юер може запропонувати поговорити в іншому місці (наприклад, біля будинку, на сходовому майданчику) або навіть перенести розмову на інший час і, скажімо, по місцю роботи. Зазвичай після таких пропозицій, якщо немає інших причин, крім побоювань нечесних намірів візитера, люди погоджуються на інтерв'ю вдома.

(2) Закріплення контакту і перші питання за планом інтерв'ю. На цьому етапі триває загальна розвідка. Зазвичай при складанні анкет і питальників першими ставлять досить прості питання. Сумніви в компетентності опитуваного і інші насторожуючі питання на цьому етапі заборонені.

(3) Перехід до основних питань інтерв'ю повинен супроводжуватися вступними словами, які підкреслюють важливість подальшої розмови. "Тепер дозвольте перейти до деяких питань, які стосуються Вашого відношення, і називаєте проблему, якій присвячено інтерв'ю. Заохочення до відповіді на складні питання досягається наступними простими прийомами: уважний погляд, схвальний кивок, піддакування. Іноді при відкритому питанні можна задати Зустрічне питання, сумнів у сказаному: "Ви так думаєте? Чи не можна це пояснити більш детально?"

(4) Важливий елемент мистецтва інтерв'ю - швидке відновлення контакту з респондентом в разі його втрати. Опитуваний може чомусь відмовитися відповідати на питання або починає відповідати невпопад.

Причини втрати контакту різноманітні.

(А) Респондент не має потрібної інформацією або не може згадати. Потрібно в цьому переконатися: Постарайтеся будь-ласка згадати. Якщо підозрюємо респондента в забудькуватості, уточнюємо обстановку, до якої відносяться події «Згадайте, будь ласка, може Ви цікавилися цією проблемою останнім часом?»

(Б) Опитуваний не зрозумів мету питання або характер очікуваної відповіді, не може сформулювати свою думку: треба перепитати те ж саме іншими словами

(В) Питання зачіпає почуття опитуваного, респондент не хоче відповідати тому, що не має бажання, бути відвертими на цю тему, він не думає, що інтерв'юер правильно його зрозуміє і т. п. Слід поставити питання в непрямій, безособовій формі. Можна сказати: В моїх інтерв'ю з іншими респондентами люди висловлювали різні думки на цю тему, а як Ви самі вважаєте?"

Один з прийомів інтерв'ю - "відлуння". Інтерв'юер просто повторює останні слова опитуваного, підкреслюючи увагу і спонукаючи до відвертості. Важливо вчасно зупинити такий прийом, в момент, коли або відновлений контакт з респондентом, або коли Ви бачите, що опитуваного це турбує або дратує. В останньому випадку його треба заспокоїти і переходити до наступних питань.

(5) Завершення бесіди. В ході бесіди інтерв'юер підсумовує логічні частини бесіди. На закінчення він може повернутися до деяких питань, на які отримані неповні відповіді, і просить дещо уточнити, посилаючись на те, що тепер це здається йому більш важливим, ніж уявлялося в ході розмови. Коли зміст інтерв'ю вичерпано, опитуваного просять дати деякі відомості про себе, підкреслюючи, що це треба тільки для обробки даних. Інтерв'юер дякує за розмову, ще раз підкреслює, що вона була дуже важлива для дослідження і що відомості, які він записав, не будуть використані ні в яких інших цілях, крім вивчення питання в цілому.

Іноді опитуваний цікавиться, що все-таки вийде з цього дослідження, чи принесе вона практичну користь. Інтерв'юер ні в якому разі не повинен роздавати обіцянки і фантазувати щодо кінцевих підсумків роботи. Він вказує лише загальну мету дослідження, а не її практичну значимість. Якщо респондент у відповідь на поставлене запитання цікавиться, яка думка самого інтерв'юера з цього приводу, останній говорить, що висловить свої міркування в кінці бесіди: «Зараз я не хотів би повідомляти, що думаю з цього приводу, адже це може змінити хід нашої бесіди. Давайте продовжимо, а потім повернемося до цих питань».

Інтерв'юер може обіцяти інформувати опитуваного про результати обстеження в цілому, якщо той звернеться в організацію (якщо це передбачено дослідниками).

Іноді від інтерв'юера потрібно крім заповнення опитувальника і анкети **оформлення протоколу інтерв'ю**. Оформлення протоколу інтерв'ю проводиться на основі запису бесіди відразу або незабаром після її закінчення. Слід максимально використовувати вирази, слова, інтонації опитуваного. Не тільки відповіді респондента, але і всі питання, зауваження інтерв'юера повністю заносяться до протоколу. Нотатки на полях протоколу служать іноді додатковим і важливим джерелом інформації. Тут відзначають короткими ремарками зовнішні експресивні особливості поведінки співрозмовника. Наприклад: "сильно схвилюваний", "жвавий", "мовчання", "нервує", "надихнувся", "хоче вгадати правильну відповідь", "довелося перервати бесіду - відволікли", "явно не бажав відповідати", "тут проявляє особливу зацікавленість". На закінчення протоколу бажано фіксувати загальне враження про співрозмовника, для чого виділяється розділ "Особливі відмітки. Загальне враження". Інтерв'юер підписує протокол, зазначає дату і місце проведення інтерв'ю.

Якість інформації, яку одержують шляхом інтерв'ю, залежить від усіх перерахованих факторів плюс від рівня відповідальності і сумлінності інтерв'юера.

Тому неодмінним правилом є вибірковий **контроль роботи кожного інтерв'юера**. З цією метою організатори дослідження або проводять коротке повторне інтерв'ю з раніше опитаними, або засвідчуються, що інтерв'ю дійсно мало місце в такий-то час.

У нашій практиці ми зазвичай проводили такий контроль, пояснюючи респондентам, що деякі отримані від них дані хотілося б доповнити або уточнити. Потім задаються контрольні питання відповідно до відповідей, занесеними до анкети або бланку інтерв'ю. Якщо виявляється, що відповідь не збігається або істотно відрізняється від запроTOCOLьованої, з'ясовують, у чому причина (чи змінилася колишня позиція, був невірний попередній запис, неточно зрозуміла думка респондента в даний момент). Служби опитувань громадської думки зазвичай мають для цієї мети співробітника, що перевіряє (часто по телефону), чи був інтерв'юер, як Ви відповіли на таке-то питання. "Інспектор" прямо повідомляє: "Вибачте, ми контролюємо роботу інтерв'юерів нашої служби опитувань громадської думки". Завдяки такому контролю: 1. підвищується відповідальність інтерв'юерів; 2. коригуються типові помилки окремих співробітників, їм даються додаткові інструкції. 3. у організаторів дослідження, його авторів формується необхідна впевненість в добротності даних, розуміння специфіки поведінки опитуваних, що істотно допомагає правильно інтерпретувати протоколи інтерв'ю при загальній обробці і аналізі даних.

Основні способи перевірки:

1. Повторне опитування (по телефону, або особисто).
2. Перевірка інтерв'юера на місці.

4. Інструкція інтерв'юеру.

Таким чином в період підготовки до опитування організатори дослідження проводять усний інструктаж про цілі і завдання дослідження про правила і організаційні умови опитування, проводять пробне навчальне інтерв'ю з аналізом техніки заповнення анкет і розбором всіх виникаючих труднощів.

Одним з документів соціологічного дослідження, що підсумовує ці процедури є інструкція інтерв'юеру. Так як в ході опитувань саме інтерв'юер є основним виконавцем «польових» робіт і забезпечує якість результатів дослідження.

Вона в принципі має вільну форму, але деякі пункти в ній присутні обов'язково.

- Зв'язок інтерв'юера з організаторами дослідження. У цьому пункті зазначаються Адреса і телефон організаторів опитування, на випадок якщо знадобиться пояснення того чи іншого питання.

- Зміст роботи і обов'язки інтерв'юера. У цьому пункті інтерв'юеру пояснюється його роль в дослідженні, описуються цілі дослідження, вказуються терміни проведення дослідження та задачі роботи. Вказується перелік документів які йому видаються. Це природно сама інструкція, посвідчення інтерв'юера, якщо воно необхідне, «маршрутна картка» в якій вказується яка кількість респондентів потрібно опитати і за якими критеріями їх відбирати. Наприклад, це може бути список точних адрес, або районів, вказується стать, вік і т.д. Так само надаються чисті бланки анкет. Бланки протоколів інтерв'ю та картки до них.

- Виклад правил роботи з опитувальником або анкетною. Спеціальні вказівки по техніці опитування.

- Вказуються форми звітності інтерв'юера. До якого терміну і в якому вигляді інтерв'юер повинен надати результати роботи.