

ИНТЕРВЬЮ - наиболее гибкий метод сбора социологической информации, предполагающий проведение беседы (по определенному плану) с респондентом, основанной на непосредственном, личном контакте социолога и респондента. И. по сравнению с другими видами опроса (см.) имеет свою специфику. Главное отличие кроется в способе общения социолога и респондента. При проведении, например, анкетного опроса оно полностью опосредовано анкетой (см.): анкетер (см.) пассивен, содержание и смысл вопросов интерпретируется самим респондентом в соответствии с теми представлениями и убеждениями, которые сложились у него по существу обсуждаемой проблемы.

Респондент совершенно самостоятельно формулирует свой ответ и фиксирует его в анкете. При проведении же социологического И. следует отметить особую роль интервьюера, его инициативу. В этом случае контакт между социологом-интервьюером и опрашиваемым осуществляется именно интервьюером: он задает вопросы, организует И. и ведет беседу, направляет ее, фиксирует полученные ответы. Этот совершенно особый статус интервьюера как мобильной, активной и направляющей беседу личности, делает сам процесс интервьюирования наиболее чутким, креативным, гибким, что позволяет получить максимум информации об изучаемом объекте исследования. Интервьюер может пояснять формулировку задаваемых вопросов в случае непонимания их респондентом (если это допускается инструкцией), а также уточнять точку зрения респондента, требовать от него дополнительной информации с целью наиболее адекватного, точного представления ее в опросном листе.

Совершенно очевидно, что для получения одного и того же объема информации в случае использования метода И. будет затрачено большее количество времени, нежели при использовании других видов опроса. Использование И. предполагает также наличие штата специально обученных интервьюеров, что требует определенных дополнительных финансовых и временных затрат. Само же проведение И. может занимать порой длительное время, что не всегда позитивно влияет на результат опроса (здесь сказывается усталость и интервьюера, и самого респондента) и позволяет собрать оперативно нужную информацию лишь при наличии достаточно полно сформированной и разветвленной опросной сети.

Несколько проблематичным становится обеспечение анонимности беседы (даже в случае личного, индивидуального И.), так как данный вид опроса предусматривает открытое словесное представление своей точки зрения опрашиваемым респондентом интервьюеру, что предполагает совершенно особый подход к поиску респондентов и процедуре самого интервьюирования.

Отмеченные нюансы, связанные со сложностями проведения и организации И., являются не столько непреодолимыми недостатками метода, сколько ориентируют на оптимизацию и совершенствование самой процедуры И., более серьезное отношение к

его организации с целью использования всех его преимуществ в социологической практике.

Особенности И. различны в зависимости от его конкретных видов.

По различным критериям можно выделить следующие виды И.:

По форме и технике опроса - 1) стандартизированное (формализованное, структурированное) И. (см. Интервью стандартизированное); 2) полустандартизированное (полуформализованное, полуструктурированное) И. (см. Интервью полустандартизированное); 3) нестандартизированное (свободное) И. (см. Интервью нестандартизированное).

По целевому назначению - 1) ретроспективное И. (имеет целью оценочное воспроизведение прошлых фактов, событий участниками или свидетелями ситуации); 2) интроспективное И. (имеет целью изучить мнения и оценки людей по поводу текущих событий); 3) прожективное И. (имеет целью выявить возможное отношение людей к виртуально возможным событиям или поведение людей в потенциально возможных ситуациях).

По типу опрашиваемых лиц - 1) И. экспертов (см. Опрос экспертный); 2) И. простых респондентов; 3) И. ответственных, должностных лиц.

По количеству опрашиваемых респондентов - 1) индивидуальное И.; 2) групповое И.

По процедуре - 1) однократное И.; 2) многократное (панельное) И. (предполагает сбор информации от одной и той же аудитории респондентов по единому вопроснику на протяжении определенного временного интервала); 3) фокусированное И. (см. Интервью фокусированное); 4) глубинное (клиническое, интенсивное) И. (см. Интервью глубинное); 5) ненаправленное И. (дает возможность высказаться респондентам по "наболевшим" вопросам, актуальным, злободневным проблемам дня.

В данном случае инициатива в большей степени принадлежит респонденту, который сам выбирает и называет проблему, ее содержание и даже возможные пути решения. Чаще такое И. является свободным по форме проведения. Задача интервьюера - корректировка темы разговора, создание условий для полного и свободного высказывания мнения опрашиваемого).

По способу общения социолога и респондента - 1) личное И.; 2) телефонное И. (опосредованная форма общения с респондентом). Такой вид И. имеет широкое применение в оперативных социологических исследованиях. Данный вид И. весьма специфичен. Он отличается краткостью, что ориентирует исследователя и интервьюера на работу в совершенно определенном режиме. Опросный лист такого И. чаще всего формализован и имеет небольшой веер вариантов ответов к каждому вопросу. Сами

вопросы должны быть конкретны, кратки, однозначны, а варианты ответов к ним - исчерпывающие (без дополнений, комментариев и уточнений). Интервьюер, проводящий телефонный опрос, должен представиться, назвать тему исследования, дать гарантию анонимности и предложить высказать свое мнение).

По месту проведения И. - 1) И. по месту жительства; 2) И. по месту работы (в ситуациях, когда проблема связана с изучением производственных ситуаций); 3) И. на улице.

По цели исследования - 1) И. разведывательное (при необходимости получить предварительную информацию о проблемном поле); 2) И. контрольное (с целью проверки результатов проведенного И., или пилотаж инструментария); 3) И. основное (сбор информации по проблеме исследования на соответствующей выборке).

По способу регистрации ответов - 1) И. с записью в опросном листе (информация регистрируется по "свежим следам", по ходу И.); 2) И. с записью на магнитофоне (проводится только в случае согласия использования техники со стороны респондента и предполагает дальнейшую работу по интерпретации, содержательному уплотнению записанной беседы); 3) И. с ассистентом (в этой ситуации интервьюер задает вопросы и ведет беседу, а ассистент записывает ее. Нужно помнить, что данная форма интервьюирования не удобна тем, что ассистент может сыграть роль "третьего лица", в присутствии которого снижается уровень анонимности беседы и уровень искренности ответов респондента).

Представленные виды И. свидетельствуют об инвариантности форм метода, ориентирует на возможность выбора и использования конкретного вида И. с учетом специфики исследовательских задач и целей, а также особенностей его организации, проведения и ситуации применения. Использование же самого метода И. требует тщательной разработки методических процедур и приемов его использования.

Процедура использования И. требует осуществления действий в двух направлениях:

1) Создание опросного листа (бланка И.) на базе программы социологического исследования.

Опросный лист - социологический инструментарий, предназначенный для сбора эмпирической информации в виде устных ответов интервьюируемых лиц. В опросном листе на основе сформулированных в программе исследования гипотез, целей и задач сформулированы вопросы, соответствующие тематике исследования. Типы и композиция вопросов, используемых в И., такая же, как в анкетном опросе (см. Опрос анкетный, Анкета). Бланк И. содержит введение (где кратко, но исчерпывающе оговариваются цель исследования, возможности использования его результатов, кто проводит опрос, указывается значимость участия данного лица в опросе), основную часть (вопросы по теме исследования с использованием различных их разновидностей), паспортную часть (содержит вопросы о статусе личности и ее демографических

характеристиках). В конце опросного листа уместны вопросы, позволяющие оценить качество проведенного И. респондентом, а также имеется информация о времени начала и окончания И., самом интервьюере и подтверждение интервьюером точного использования всех требований инструкции при проведении И.

2) Организация и проведение собственно И., что предполагает определение места, времени опроса, с одной стороны, и соответствующую подготовленность, опыт интервьюера - с другой.

Учитывая особый статус интервьюера как активного, деятельностного, мобильного лица, проводящего беседу по определенному плану, следует иметь в виду, что именно от качества его работы, чуткости, терпимости и профессионализма зависит качество и надежность получаемой информации. Поэтому особого внимания заслуживает личность интервьюера, система технических приемов, обеспечивающих чистоту процедуры И. и точность получения данных. Так, речь идет о правилах процедуры И. в самом широком смысле слова.

Проведение И. требует организационной подготовки, что предполагает выбор места и времени интервьюирования. И. может проводиться на дому (по месту жительства) - это наиболее оптимальный вариант, т.к. сама обстановка располагает к более искреннему общению, а респондент чувствует себя более защищенным; по месту работы (что создает определенные трудности, связанные с выбором свободного времени и соответствующего места для беседы: не рекомендуется брать И. в обеденный перерыв, нельзя отнимать и рабочее время респондента, следовательно дата и время И. оговариваются с потенциальным респондентом, чтобы выбрать наиболее оптимальный для него период; место проведения И. должно быть также подготовлено заранее и обеспечивать конфиденциальность и рабочую атмосферу); на улице (это, как правило, блитц-опросы).

Работа же самого интервьюера предполагает осуществление следующих целей: 1) налаживание контакта с респондентом; 2) правильная постановка вопросов И.; 3) правильная фиксация ответов.

Задача интервьюера - организационно подготовить И., найти соответствующих выборке респондентов, убедить их принять участие в исследовании. На протяжении всего времени общения с респондентом интервьюер обеспечивает социально-психологическое взаимодействие, создает дружескую атмосферу, в которой далее ведется беседа. Так, вся процедура И., начиная с появления интервьюера и с первых его слов, должна предусматривать для опрашиваемых мотивы, побуждающие давать искренние ответы.

Интервьюер лично, непосредственно взаимодействует с респондентом: он лично задает ему вопросы (соответственно опросному листу), лично регистрирует ответы.

Он ведет беседу, направляет ее. В связи с этим интервьюер должен точно формулировать вопрос; задавать все вопросы, находящиеся в опросном листе и строго в

той последовательности, в которой они в нем зафиксированы; точно фиксировать полученные ответы. В ходе опроса ничего не должно меняться - опрос должен быть одинаковым для всех по условиям проведения, по формулировкам и последовательности задаваемых вопросов.

Интервьюеру запрещается вступать в дискуссии с опрашиваемыми, прерывать их, подчеркивать личную заинтересованность в результатах исследования.

В процессе интервьюирования интервьюер должен занимать нейтральную позицию по отношению к предмету исследования. Во время И. интервьюер может потребовать от респондента добавочной информации, уточнения и пояснения своей мысли; имеет право указать на обнаружившиеся в ходе беседы противоречия в ответах опрашиваемых. Продолжительность И. не лимитируется; не рекомендуется торопить респондента с ответами. Темп И. определяется обстоятельствами: спецификой темы исследования; уровнем образовательного и культурного развития респондента; возрастом респондента. Если изучаемая проблема сложна, темп И. может быть медленным. Не следует допускать и другой крайности - чрезмерно долгого обдумывания ответов (это может привести к искажению информации). Для снижения проблем восприятия вопросов респондентами и социально-психологических проблем опроса необходимо по возможности использовать стандартизированные вопросы, учитывать особенности респондента (образование, пол, возраст и др.).

Способ регистрации данных зависит от вида И. При проведении глубинного или свободного И. может применяться стенография, запись по "горячим следам" в бланк И. или магнитофонная запись (с согласия респондента). Иногда может быть использована запись по памяти (если количество задаваемых вопросов не велико, интервьюер может записать ответы на вопросы по окончании И.).

Интервьюер, проводящий опрос, должен действовать строго по инструкции, полученной на инструктаже; он должен досконально знать содержание опросного листа с учетом всевозможных переходов и фильтров; знать, как регистрировать ответы, как работать с карточками, прилагающимися к инструментарию. Все указания по ведению опроса и работе с опросным листом, правилам заполнения опросных листов, поиска респондентов содержатся в инструкции и продублированы (как правило) в самом опросном листе (перед каждым вопросом другим шрифтом отмечается специфика работы с ним, указаны все переходы). Инструкция интервьюеру, где указаны все технические, методические, организационные аспекты И., которые могут вызвать затруднения в ходе интервьюирования, является важным методическим документом и должна быть подробно составлена. В инструкции описано содержание вводной беседы с респондентом, правила поиска и замены респондентов, принципы проведения И., способы регистрации ответов.

По окончании работ по сбору эмпирической информации интервьюер представляет в исследовательский центр следующие документы: 1) заполненные бланки И.; 2)

маршрутные листы; 3) отчет о проведенной работе, в котором указано, где и когда проводилось интервьюирование, какие отклонения от выборки имеются, какие есть замечания по процедуре опроса, каково было отношение респондентов к И. и исследуемой проблеме и др.

И. должно поставлять исследователю весь фактический материал. Следовательно, вопросы интервьюеров, ответы опрашиваемых, заметки интервьюера о наблюдениях по поводу ситуации И. и самих опрашиваемых создают основу для выводов исследователя, в которых зачастую содержатся выводы и решения, часто выходящие за рамки конкретного исследования.

В связи с этим особой проблемой представляется подготовка интервьюеров. Она включает в себя не только инструктаж накануне исследования (что является весьма важным), но и отбор и подготовку интервьюеров.

В качестве интервьюеров могут выступать профессиональные социологи, а также представители других профессий при условии успешного завершения обучения.

Практика социологических исследований говорит в пользу использования в качестве интервьюеров именно неспециалистов в связи с их большей беспристрастностью и нейтральностью по отношению к результатам исследования, а, значит, их большей изначальной объективности. Кроме того, при проведении И. целесообразно использовать как можно большее количество интервьюеров, что обеспечивает не только оперативность работы, но и дает больше возможностей сопоставимости результатов, помогает избегать субъективизма в восприятии и интерпретации ответов. При этом, кто бы ни проводил опрос (профессиональный социолог или специально обученный для исполнения этого рода деятельности человек), интервьюер должен изначально обладать набором качеств, потенциально облегчающих его работу в этой роли.

Это коммуникабельность, внимательность, добросовестность, честность, интеллектуальные способности, культура, поставленная дикция. При отборе кандидатов для работы в качестве интервьюеров возможно использование тестов на определение быстроты реакции, объема памяти, степени коммуникабельности, умения слушать и др. Половозрастные, национальные и другие особенности интервьюеров особого влияния на ход и результаты опроса не оказывают.

Скорее необходим учет специфики темы и аудитории с целью подбора интервьюеров

по конкретным признакам. После соответствующей подготовки (по специальным методикам) при условии положительных результатов проведения серии контрольных И. интервьюер зачисляется в опросную сеть. Хотя подбор и подготовка интервьюеров считается делом весьма хлопотным, необходимо стремиться к формированию многочисленной опросной сети. Наличие достаточного количества интервьюеров позволяет оперативно собрать искомую информацию и использовать принцип взаимозаменяемости (и сменяемости) сотрудников с целью контроля их работы и повышения надежности информации.

Следует затронуть проблему метода, касающуюся личности самого интервьюера. Речь идет о так называемом "эффекте интервьюера".

Это проявляется на уровне вербального и невербального общения интервьюера и респондента. Такое влияние может быть осознанным (в случае, если интервьюер пытается навязать респонденту ту или иную точку зрения) или бессознательным. Особую сложность представляет действие стереотипов восприятия, подталкивающих интервьюера заранее предугадывать ответы, ориентироваться на какой-либо типичный, с его точки зрения, ход мысли, переносить на потенциально возможные ответы свои ожидания, что порой приводит к объективации своих симпатий и антипатий в области обсуждаемой проблемы в процессе интервьюирования и др. Средства нейтрализации "эффекта интервьюера" - правильный подбор и подготовка интервьюеров, а также контроль за результатами их деятельности.

Указанные проблемы метода ориентируют на оптимизацию методики проведения и организации И. Необходимость совершенствования метода вызвана актуальностью и целесообразностью использования именно И. в социологической практике, что поставляет более полную, глубокую, качественную информацию.

Е.Е. Кучко