

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

Н. С. ЧЕРНЫШЕВА

ПРАКТИКУМ ПО ПСИХОЛОГИИ ИНТЕРВЬЮ



Владимир 2014

УДК 316.61
ББК 88.5в
Ч-49

Рецензенты:

Кандидат психологических наук
зав. кафедрой психологии и гуманитарных дисциплин
Владимирского филиала Столичной финансово-гуманитарной академии
В. А. Штраус

Кандидат психологических наук,
доцент кафедры общей и педагогической психологии
Владимирского государственного университета
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
А. Г. Писненко

Печатается по решению редакционно-издательского совета ВлГУ

Чернышева, Н. С.

Ч-49 Практикум по психологии интервью / Н. С. Чернышева ;
Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-
во ВлГУ, 2014. – 127 с. – ISBN 978-5-9984-0491-7.

Предназначен для изучения метода интервью, который относится к числу наиболее востребованных в современном обществе качественных социально-психологических методов исследования. Цель пособия – помочь овладеть данным методом для его применения в профессиональной деятельности социального психолога.

Адресован преподавателям и студентам психологических факультетов высших учебных заведений. Одновременно он полезен всем тем, чья профессиональная деятельность связана со сбором и анализом информации, – журналистам, социологам, менеджерам, маркетологам и др.

Рекомендовано для формирования профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС 3-го поколения.

Ил. 1. Табл. 3. Библиогр.: 31 назв.

УДК 316.61
ББК 88.5в

ISBN 978-5-9984-0491-7

© ВлГУ, 2014

Предисловие

Предлагаемое издание для проведения практических занятий по психологии интервью предназначено для студентов и преподавателей высших учебных заведений. Оно помогает студентам приобрести практические умения и навыки, необходимые для исследовательской работы в социальной сфере. Практикум по психологии интервью расширяет число учебных пособий, помогающих освоить методы глубинной работы с личностью, и способствует применению этих методов в практической работе психолога.

Содержание пособия дополняет лекционный материал спецкурса «Психология интервью», цель которого – овладение методом интервью для сбора информации в исследованиях разного типа (психологических, социологических, маркетинговых, в сфере журналистики).

Метод интервью относится к качественным методам исследования, которые позволяют получать достоверные результаты там, где особое значение имеет человеческий фактор. Они востребованы в современной российской действительности, поскольку раскрывают реальное бытие людей, выявляют скрытую мотивацию их поведения, установки и интенции по отношению к социальным объектам. Спецкурсы по изучению и применению качественных методов, введенные в программы преподавания высших учебных заведений, не только расширяют знания студентов по традиционным проблемам психодиагностики, но и одновременно формируют у них интерес к исследовательской работе, аналитические навыки и креативность в решении поставленных задач. Психологу, использующему слово как рабочий инструмент, освоение метода интервью помогает почувствовать силу слов и уловить оттенки их значения, учит логической организации связного текста и уместному употреблению речевых формулировок, а также их взаимному соотношению в общем контексте интервью.

Метод интервью давно используется в разных сферах психологии (клинической, консультационной, социальной и др.) и относится к классическим методам психологической науки. Со второй половины XX века он стал широко и эффективно применяться в таких актуальных для рыночной экономики областях, как маркетинг, менеджмент, реклама, политология, медицина и т.д. Владение данным методом обеспечит подготовку начинающих психологов к профессиональной деятельности. Современный рынок труда предъявляет высокие требования к системе знаний, умелости и активности специалистов, к их готовности работать в социальных группах разного масштаба (от малых частных до отраслевых и крупных региональных предприятий). Владение методом интервью даст молодым специалистам возможность достойно трудоустроиться и успешно участвовать в исследовательских проектах и программах,

таких как продвижение товаров и услуг, экспертиза рекламы и СМИ, организация политических движений и др.

Общая организация практических занятий по психологии интервью определяется логикой отработки всех этапов исследования, осуществляемого методом интервью. Она строится с учетом того, что на процесс интервью влияют, во-первых, особенности личности интервьюера и респондента, в том числе их осознанные и неосознанные намерения, и, во-вторых, техника проведения интервью, применяемая интервьюером. Поэтому на практических занятиях по психологии интервью преобладают активные формы обучения: упражнения, направленные на формирование навыков интервьюирования; тренинги, предназначенные для развития коммуникативной и речевой компетентности интервьюера; имитационные игры, воспроизводящие ситуации получения интервью разных видов; коллективная исследовательская работа на основе применения индивидуального и группового интервью; информативные сообщения по темам. Содержание каждого занятия описано по единому плану, который имеет четкую структуру: цель(и) занятия; вводные теоретические замечания; оснащение занятия; порядок работы; контрольные вопросы; задания для самостоятельной подготовки, от выполнения которых зависит успешность студентов на последующем занятии; списки литературы. Приложения, включающие раздаточный материал к занятиям, приводятся после текста конкретного занятия. В них использован материал исследований, проведенных кафедрой общей и педагогической психологии Владимирского государственного университета им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Описание и анализ конкретных исследований помогут студентам увидеть возможности качественных методов и особенно интервью в изучении меняющейся действительности, дадут опыт их реального применения и обработки полученных данных в соответствии с целью и задачами изучения.

В конце пособия находится общий раздел *Приложения*, который относится ко всему курсу в целом. Он открывается программой спецкурса «Психология интервью». Программа помогает соотнести практические и лекционные занятия и обозначить основные термины спецкурса.

Сущность спецкурса по психологии интервью предъявляет особые требования к личности преподавателя. Он должен обладать хорошими лингвистическими способностями и аналитическими умениями, искусством говорить и слушать, энергией и чувством юмора, эрудицией и гибкостью.

Большой вклад в написание данного пособия внесли студенты Е. А. Ершова, Е. В. Рахматова, В. С. Смирнова, Е. О. Лебедева, изучавшие спецкурс по психологии интервью. Автор выражает благодарность своим студентам, чьи наблюдения и творческое отношение к занятиям помогли в создании этого пособия.

ИНТЕРВЬЮ КАК КАЧЕСТВЕННЫЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью занятия является освоение качественной методологии анализа социально-психологических явлений; умение выбирать стратегию и методы исследования с учетом исследовательских задач.

Вводные замечания. То, какие методы изучения и процедуры измерения будут применяться в исследовании, зависит от его темы и задач. Если в исследовании содержится гипотеза, которая требует лишь количественного подтверждения, то предпочтительными являются точные, объективные методы, позволяющие подтвердить ее с помощью математической статистики. Там, где исследование предполагает определенную новизну, выявление и анализ неизвестных фактов или где исследуется уникальный случай, не обойтись без качественных методов изучения.

Качественные методы широко используются в различных областях современной психологии: в общей и социальной, педагогической и консультативной психологии, психологии личности и развития, этнопсихологии и психолингвистике. Однако наиболее востребованы качественные, или, как их называют, «мягкие», методы исследования в прикладных работах, охватывающих вопросы маркетинга, рекламы, политической психологии. По словам А. М. Улановского [11], в последние десятилетия в социальных и гуманитарных науках происходит «тихая методологическая революция», связанная с появлением и широким использованием качественных методов исследования.

Одним из первых, кто начал применять качественные методы в отечественной практике, сопоставил их с количественными методами и дал описание их функций, является отечественный исследователь С. А. Белановский [1]. В его работах подчеркивается, что за количественным и качественным методологическими подходами стоят разные системы мировоззрений. Различия между количественным и качественным методологическими подходами приводятся в таблице.

Несмотря на различия качественной и количественной стратегий, в современной науке отмечается взаимная дополнительность качественных и количественных методов. Она возможна, поскольку качественная стратегия позволяет формировать систему понятий конкретного исследования и обеспечивает смысловую связь количественных параметров.

**Различия между количественным и качественным
методологическими подходами**

Количественные методы	Качественные методы
1. В основе лежат позитивистская методология и математическая теория вероятности, согласно которым различия между анализируемыми объектами ограничены фиксируемым набором признаков. Например, члены социальных групп различаются по типу темперамента, социометрическому статусу и социальному интеллекту. Важно, что в любом конкретном задании набор признаков ограничен, а все прочие признаки считаются идентичными. Количественные методы направлены на выявление закономерности, которая, как предполагается, присутствует в действительности, и отвечают на вопрос «почему?»	1. В современной науке качественные исследования представляют собой неоднородную область, включающую символический интеракционизм, герменевтику, этнометодологию и т.д., но в ее основе лежит единая гуманитарная методология. Качественные методы направлены на глубокое изучение широкого круга явлений с учетом их процессуальных изменений и взаимосвязи. Работая с отдельным феноменом, сторонники качественной стратегии дают его описание, анализ, интерпретацию. Они не ставят целью проследить количественные закономерности, не опираются на статистические процедуры. Качественные методы отвечают на вопросы «как?» и «что?»
2. Проверка гипотез – одна из главных задач исследования	2. Совершенно нормально отсутствие гипотез, которые появляются в результате качественных исследований
3. Стандартизированная форма	3. Нестандартизированная форма
4. Результат исследования – ответ на вопрос о количественном преобладании того или иного признака	4. Исследование переживаний, мотивов, внутренней жизни, самораскрытия человека. Результаты исследования – значения и смыслы исследуемой личности
5. Основным критерием достоверности результатов количественного исследования статистического типа является надежность, т.е. воспроизводимость результатов	5. Качественные исследования ориентированы на изучение мнений, пристрастий, оценок и их глубинных причин
6. Выводы количественного исследования требуют обобщения и абстрагирования от отдельных результатов. Они основываются на больших выборках и массовых тенденциях	6. Применяются для рассмотрения единичных случаев и "разовых ситуаций", используются преимущественно на небольших выборках
7. Количественные методы – "жесткие", "точные", "фиксированные" и "объективные" методы	7. Качественные методы считаются "мягкими", "приблизительными", "гибкими" и "субъективными"

Общая структура качественного исследования включает:

- разработку самой идеи исследования, выделение его проблемы, формулировку цели исследования, выдвижение гипотезы;
- планирование исследования (составление схемы) и определение выборки;
- получение эмпирических данных об изучаемом явлении;
- разработку принципов анализа и представления первичных данных;
- интерпретативные процедуры, концептуализацию результатов исследования и написание отчета.

Отчет качественного исследования в зависимости от его предназначения (научного или практического изучения проблемы) может иметь разную форму.

В отечественной психологии выделяют шесть основных качественных методов исследования: *биографический* метод, предполагающий изучение жизненного пути человека, общей направленности личности и этапов ее биографии; *феноменологический* метод, направленный на описание переживаний человека, раскрытие смысла, который имеют для него те или иные события или явления; *метод обоснованной теории*, требующий концептуализации определенного феномена, создание связанной с ним теории; *этнографический* метод, применяющийся для изучения психических явлений и психологических особенностей представителей определенной культуры или группы; *исследование отдельного случая (кейс-стади)*, предусматривающее детальное изучение единичного явления; метод *дискурс-анализа текстовых интерпретаций* испытуемыми себя или мира [11]. Все эти методы допускают использование следующих процедур сбора качественных данных: наблюдение, ассоциативный эксперимент, интервью [1], анализ документов и аудио-визуальных материалов, данных фокус-групп [7] с помощью контент-анализа [2] и интент-анализа [3].

Среди перечисленных методов интервью отличается своей диалогичностью. По мнению С. Квале, «"интервью" буквально означает "взгляд между", то есть взаимный обмен взглядами между двумя людьми, обсуждающими тему, интересующую обоим» [5, с. 12]. Специфика данного метода в том, что в процессе беседы между интервьюером и респондентом рождается новое знание респондента о мире и о себе. Интервьюер фиксирует высказывания респондента, а затем

интерпретирует их, стремясь выйти не только на уровень фактов, но и на уровень смысла того, что сказано собеседником. Отмечая зависимость этого понимания от позиции исследователя, сторонники количественного подхода подчеркивают субъективность результатов, получаемых с помощью интервью [9].

Они считают, что данные, собранные с помощью качественных методов, являются менее достоверными, чем результаты, полученные на основе количественных тестов. В связи с этим Д. Кэмпбелл отмечает: «Количественные результаты могут быть столь же мало застрахованы от ошибок, как и качественные, поэтому я настоятельно рекомендую оба подхода как взаимно дополняющие средства перекрестной валидации. Неадекватность количественных данных часто обнаруживается лишь благодаря качественному знанию» [цит. по:1].

Для того чтобы избежать сомнений в данном вопросе, применяя качественные методы, используют следующее:

1. Проводят оценку достоверности качественных исследований по критериям, предложенным Д. Силверманом [7]. К этим критериям относят:

- соответствие методов исследования природе изучаемого явления;
- наличие связи с теоретической основой исследования;
- четкость критерия отбора случаев для изучения, сбора данных и их анализа;
- соответствие методов постановке вопроса исследования;
- систематичность отбора данных и ведение протоколов;
- обязательность ссылок на процедуры, проводимые в процессе анализа;
- систематичность анализа данных;
- адекватность обоснования того, каким образом темы, концепции и категории были выведены из полученных данных;
- обсуждение аргументов «за» и «против» позиции исследователя;
- наличие четкого разграничения между данными и их интерпретацией.

2. Применяют метод триангуляции – перекрестной интерпретации некоторого фрагмента несколькими исследователями [7]. Он обеспечивает коллективный междисциплинарный взгляд на изучае-

мый материал и результаты, полученные разными исследователями, и предусматривает:

- сопоставление интерпретаций разных исследований;
- сравнение интерпретаций с позиций разных методов;
- сопоставление результатов, полученных в данной ситуации, с аналогичными результатами других исследований;
- повторение результатов на том же объекте через определенное время.

3. Дополняют качественные процедуры исследования измерениями и количественными данными. Так, при изучении процесса формирования идентичности можно использовать качественный метод (интервью «Жизненная история» Д. Макадамса [12]) и личностные опросники, предполагающие количественный подсчет результатов с их последующей математической обработкой. Опыт интеграции обеих групп методов особенно эффективен там, где необходимо проникновение в глубинные структуры личности [6].

4. Осуществляют анализ полученных текстов интервью с помощью качественно-количественных методов исследования (контент- и интент-анализа), предусматривающих как математические подсчеты полученных данных, так и качественную интерпретацию результатов.

Таким образом, при «качественном» подходе интервью рассматривается не только как метод сбора данных, а как особый методический инструмент, с помощью которого можно создавать и проверять новые исследовательские гипотезы.

Сама процедура качественного полуструктурированного, или свободного, интервью предполагает творческий подход исследователя к его проведению и интуитивное, незаученное поведение с респондентом. Творческое использование метода допускает совмещение интервью с другими обычно проективными методами, благодаря которым сохраняется возможность изучать исследуемое явление как феномен в единстве с контекстом.

Оснащение занятия: материал исследований для обсуждения выбранной в них исследовательской стратегии.

Порядок работы

I. Обсуждение темы «Качественные и количественные исследования» по заранее предложенным вопросам:

1. Общая характеристика качественных методов.
2. Причины обращения к качественным исследованиям.
3. Сопоставление количественной и качественной методологий.
4. Преимущества и ограничения качественных методов.
5. Взаимодействие качественных и количественных методов.

II. Творческие задания

Студентам для группового анализа предлагается описание трех исследований [4, 8, 10]. Учащиеся должны обсудить их в мини-группах и ответить на вопросы:

1. Какая (количественная, качественная или смешанная) стратегия выбрана в данном исследовании?
2. Почему, по Вашему мнению, используется именно эта стратегия? Обоснуйте целесообразность такого выбора методов исследования.
3. Какие методики в данном исследовании относятся к количественным методам изучения, а какие – к качественным?

Исследование 1. Тема исследования: *Представления детей младшего школьного возраста о семейных отношениях героев сказки* [10].

Существенное изменение роли и содержания брака в современном мире связано с изменением отношений между полами, супругами, а также родителями и детьми. Эти сложные процессы требуют постоянного изучения, поскольку образ семьи, формирующийся у детей, влияет на их психологическое здоровье и последующую жизненную самореализацию. Поэтому *целью* исследования было выявление представлений младших школьников о семейных отношениях. *Предметом* изучения стали представления младших школьников об образах семейного круга сказки «Колобок». *Гипотеза* исследования состояла в том, что представления младших школьников о сказочных символических образах семейного круга отражают модель взаимодействий в современной российской семье.

Организация и методы исследования

Исследование проводилось в 2011 г. на базе лагеря «Икар» и в общеобразовательных школах № 1 и № 2 г. Суздаль Владимирской области. Испытуемыми выступили дети младшего школьного возраста от 6,5 до 11 лет (N = 70).

На первом этапе исследования для определения русской народной сказки, наиболее популярной среди детей, проводилось анкетирование (прил. 1.1) младших школьников (N = 157). Анкетирование показало, что такой предпочитаемой сказкой является «Колобок». На втором этапе исследования изучались представления младших школьников об основных образах данной сказки, символизирующих семейные отношения. Для этого использовались: метод фокус-групп, или групповое фокусированное интервью, проходившее в форме групповой дискуссии и направленное на получение «субъективной информации» о том, как испытуемые воспринимают образы семейного круга в сказке «Колобок» (прил. 1.2); метод семантического дифференциала, на основе которого испытуемые оценивали нравственные качества персонажей сказки (прил. 1.3); модифицированный метод моральных дилемм Л. Колберга (прил. 1.4); метод ассоциаций по цвету; метод цветовых выборов (модифицированный восьмицветный тест М. Люшера). Разработка семантических шкал производилась с использованием кластерного анализа методом иерархической кластеризации (N=100). Статистическая обработка полученных данных была произведена с помощью пакета SPSS 11.13. В процессе фокус-групп применялась видеосъемка.

Исследование показало, что в современной действительности происходит трансформация традиционных представлений о семейных ролях мужчины и женщины. Сказочные образы деда и бабушки в представлениях младших школьников содержат внутренние и внешние конфликтные тенденции, противостоят как два агрессивных, стремящихся к доминированию начала. Гипотеза исследования подтвердилась: представления младших школьников отражают трансформации в структуре семьи, в гендерных характеристиках мужчины и женщины, а также в нравственных характеристиках супружеских и детско-родительских отношений.

Исследование 2. Тема исследования: Этнокультурная детерминация образов сознания [4].

Целью данной работы стало выявление этнокультурной обусловленности образов сознания российских и итальянских учащихся, *предметом* исследования – этнокультурные особенности образов сознания. *Гипотеза* исследования содержала предположение, что суще-

ствуют сходства и различия образов сознания, обусловленные этнокультурными особенностями русского и итальянского этносов.

Организация и методы исследования

В исследовании приняло участие 30 россиян и 30 итальянцев в возрасте 15 – 16 лет ($N = 60$, из них 30 девушек и 30 юношей). Российскую группу составили учащиеся 10-х классов лингвистической гимназии № 23 г. Владимира; итальянскую – их ровесники, студенты гимназии г. Авеллино и классического лицея г. Рима.

В работе были использованы методы исследования, позволяющие выявлять особенности образов сознания: свободный ассоциативный эксперимент (список слов-стимулов приводится в прил. 1.5), методика «Пиктограммы» (список слов-стимулов приводится в прил. 1.6), контент-анализ письменных тематических высказываний «Мое будущее» (список категорий в прил. 1.7), рисуночный тест «Картина мира». Применялись методы математической обработки данных: определялись частота встречаемости единиц анализа, их удельный вес, коэффициент ассоциаций Юла, коэффициент близости ассоциативных полей (методика Ю. Н. Караулова), непараметрический критерий Манна-Уитни.

Полученные данные позволили выявить и описать различия и сходство в этнокультурных особенностях сознания российских и итальянских учащихся. Было установлено, что *этнодифференцирующие* признаки проявились в предпочитаемых временных планах: у россиян отмечалось преобладание образов прошлого, а у итальянцев – образов современности. Россияне отличались склонностью к глобальному взгляду на человека (антропоцентричностью), коллективизмом, пассивной верой во внешнюю силу и устойчивостью стереотипов, сложившихся еще в советские годы. Итальянцы в отличие от россиян больше внимания уделяли семейным отношениям, а не общечеловеческим проблемам. Вместе с тем они обнаружили интерес к вопросам экологии и превзошли россиян эмоциональностью и критичностью, особенно при обсуждении фактов общественной и политической жизни.

Этноинтегрирующие черты образов сознания у двух этнокультурных групп проявились в том, что и россияне, и итальянцы высоко ценят такие коммуникативные качества, как доверчивость, теплота, душевность; отдают предпочтение таким человеческим качествам,

как уважение к старшим и творчество; им свойственны эстетические чувства (любовь к природе, красоте и искусству). Сходство образов сознания обеих этнокультурных групп выявилось на уровне анализа структуры образа: в обоих случаях наиболее весомым оказывался такой компонент образа, как «значение», следующим по силе выступал «личностный смысл» и самый низкий удельный вес имел такой компонент образа, как «чувственная ткань».

Исследование 3. Тема исследования: *Психологические защиты у немецких студентов-эмигрантов* [8].

Целью исследования являлось изучение психологических защит у немецких студентов-эмигрантов для оказания им своевременной психологической поддержки. *Предметом* исследования были различия в психологических защитах у студентов-эмигрантов, живущих в Германии, и у российских студентов (как русских, так и этнических немцев). *Общая гипотеза исследования* состояла в том, что существуют различия в психологических защитах у студентов-эмигрантов, живущих в Германии, и российских студентов. *Частными гипотезами исследования* являлись предположения о том, что: 1) более конструктивные способы защит и совладания свойственны немецким студентам-эмигрантам, поскольку они ориентированы на новую культурную среду больше, чем на исходные этнокультурные традиции; 2) способы защит и совладающего поведения у студентов, проживающих в России, близки исходным этнокультурным традициям.

Организация и методы исследования

В исследовании приняли участие три группы испытуемых. Две первые группы составили студенты факультетов социальных наук (Fakultät für Kultur- und Sozialwissenschaften) и экономики (Fakultät für Wirtschaftswissenschaft) заочного университета Германии FernUniversität Hagen, а также Deutsche Universität für Weiterbildung (DUW), русской и немецкой этнической принадлежности, переехавшие в Германию из различных областей РФ, проживающие в Германии около 3 лет (N = 44, из них 28 женщин и 16 мужчин в возрасте от 25 до 35 лет). Третью группу составили студенты заочного отделения факультета психологии Владимирского государственного университета им. А. Г. и Н. Г. Столетовых (ВлГУ) и финансово-экономического факультета Всероссийского заочного финансово-экономического ин-

ститута (ВЗФИ), проживавшие до поступления в вузы в различных областях РФ (N = 22, из них 15 женщин и 7 мужчин 25 – 35 лет). Для проведения исследования использовались следующие методики: опросник «Индекс жизненного стиля» Плутчика-Келлермана-Конте, тест «Рисуночной фрустрации» С. Розенцвейга, опросник способов совладания (ОСС) Т. Л. Крюковой, шкала психологического благополучия К. Рифф, тест культурно-ценностных ориентаций (Дж. Таусенд в адаптации Л. Г. Почебут). Проводилась количественная обработка полученных результатов с использованием критериев Манна-Уитни и коэффициента ранговой корреляции Спирмена на основе статистической программы STATISTICA 10 Trial.

Было установлено следующее:

– у студентов-эмигрантов, проживающих в Германии, ведущими защитными механизмами являются механизмы проекции и рационализации. Таким образом, в целом у них преобладает конструктивный тип решения проблем, что очень важно для эмигрантов;

– у студентов, проживающих в России, ведущими защитными механизмами являются механизмы проекции, отрицания реальности и рационализации. Показатели типа реакции с фиксацией на удовлетворении потребности во фрустрационных ситуациях и восприятия культуры как динамично развивающейся сферы у российской выборки значимо выше, чем в группе немецких студентов-эмигрантов, что вызвано трансформациями современного российского общества.

Сравнение групп русских и немецких студентов-эмигрантов выявило следующие различия: русским студентам-эмигрантам более свойственна такая стратегия совладающего поведения, как бегство, а у немецких студентов-эмигрантов более высокие значения были получены по шкалам психологического благополучия. Также мера индивидуальной адаптации данных студентов к своему социальному окружению выше, чем у русских студентов-эмигрантов.

В исследовании при *сравнении результатов групп русских студентов, проживающих в России, и русских студентов-эмигрантов* более высокие значения по таким показателям, как общая напряженность защит, направленность реакции на самозащиту и стратегии совладающего поведения («самоконтроль», «принятие ответственности», «положительная переоценка у русских студентов, проживающих в России»), отмечены у второй группы.

III. Задания для самостоятельной работы. По аналогии с приведенными выше примерами студентам предлагается выбрать и обосновать стратегию исследования, а также разработать его схему. Темы: 1) представления о счастье замужних и незамужних девушек; 2) гендерные особенности ольфакторного поведения; 3) развитие профессионально значимых качеств у студентов-психологов.

Контрольные вопросы

1. Опишите преимущества и ограничения применения качественных методов.
2. Как решается проблема достоверности результатов, полученных с помощью качественных методов?
3. Что вы можете сказать о перспективах развития качественных методов?

Список литературы

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).
2. *Богомолова, Н. Н.* Контент-анализ / Н. Н. Богомолова, Т. Г. Стефаненко. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1992. – 62 с.
3. *Дэвис, Дж. Дж.* Исследования в рекламной деятельности. Теория и практика / Дж. Дж. Дэвис. – М. : Вильямс, 2003. – 864 с. – ISBN 5-8459-0482-X. – ISBN 0-1322-1813-5. – URL: <http://www.marketing.cfin.ru/lib-research/methods/q-meth.htm> (дата обращения: 16.09.12).
4. *Квале, С.* Исследовательское интервью / С. Квале. – М. : Смысл, 2003. – 301 с. – ISBN 5-89357-145-2.
5. *Лаба, Л. Я.* Способы интеграции качественных и количественных методов / Л. Я. Лаба // Мир психологии. – 2004. – № 1. – С. 35 – 47.
6. *Мельникова, О. Т.* Фокус-группы в маркетинговом исследовании. Методология техники качественных исследований в социальной психологии / О. Т. Мельникова. – М. : Академия, 2003. – 272 с. – ISBN 5-7695-0950-3.
7. *Савинская, О. Б.* Субъективность в качественном исследовании: новые подходы / О. Б. Савинская // Социол. исслед. – 2007. – № 10. – С. 122 – 131.

8. Улановский, А. М. Феноменологический подход как качественная исследовательская методология : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Улановский А. М. – М., 2005. – 15 с.

9. McAdams, D. P. (2001). The Psychology of Life Stories. Review of General Psychology. – Vol. 5. – № 2. – P. 100 – 122.

Приложение 1.1

Анкета

Ф.И. _____ Возраст _____ Класс _____

Инструкция: «Ответь на несколько вопросов о сказках. Здесь нет хороших или плохих ответов. Не трать много времени на обдумывание, запиши тот ответ, который первым придет тебе в голову».

1. Вспомни, пожалуйста, самую интересную для тебя сказку

2. Почему именно ее ты больше всего любишь?

3. Тебе больше нравятся:

А) русские народные сказки

Б) сказки других народов мира

В) авторские сказки

4. Среди русских народных сказок тебе больше всего запомнились:

5. Какие сказки других народов мира тебе понравились?

6. Сказки каких авторов ты знаешь?

7. Твои самые любимые герои сказок – это:

8. Почему именно они тебе больше всего нравятся?

9. Какие сказки тебе хотелось бы рассказать своему младшему брату (сестре)?

Приложение 1.2

Сценарий фокус-группы

Цель фокус-группы – исследовать семейно-нравственный аспект представлений младших школьников о сказочных образах.

Задачи:

1. Исследовать актуальное психическое состояние младших школьников в процессе групповой дискуссии по поводу образов семейного круга в сказке «Колобок».

2. Изучить семантическое содержание сказочных образов семейного круга сказки «Колобок» в представлениях детей.

3. Выявить типы идентификации школьников с героями сказки.

4. Описать представления младших школьников о нравственных качествах и мотивах героев семейного круга в данной сказке.

5. Изучить мотивы нравственного поведения сказочных героев семейного круга в представлениях школьников.

6. Выявить представления младших школьников о стратегиях межличностного взаимодействия Колобка.

Материалы: набор бланков и стимульного материала для каждого участника, видеокамера.

Ход фокус-группы:

1. Знакомство с респондентами. Заполнение бланков.

2. Коллективное обращение к сюжету сказки «Колобок» (при необходимости прочтение).

3. Выяснение особенностей восприятия нравственных качеств персонажей сказки «Колобок» с помощью методики «Личностный семантический дифференциал». Инструкция: «Оцени, пожалуйста, качества героев сказки «Колобок». В каждой строчке – два противо-

положных качества. Выбери, какое из них больше подходит сказочному герою, и оцени, как сильно оно выражено: 0 – совсем не выражено, 1 – слабо выражено, 2 – сильно выражено, 3 – максимально выражено».

Обсуждение результатов. В чем участники фокус-группы соглашались между собой? Были ли участники удивлены оценками других? Были ли обстоятельства, затруднившие оценивание героев, в чем они заключались? Стремилась ли участники изменить свои оценки после дискуссии и почему?

4. Исследование актуального психического состояния младших школьников с помощью метода цветowych выборов (модифицированного восьмицветного теста М. Люшера). Инструкция: «Выбери наиболее приятный понравившийся цвет». Процедура продолжается в соответствии с правилами проведения теста. Обсуждение не проводится.

5. Выявление неосознаваемого отношения к персонажам сказки, а также их цветовой символики с помощью метода направленных ассоциаций. Материалом выступают цветowych стимулы восьмицветного теста М. Люшера.

Инструкция: «У вас на листах есть список персонажей из сказки «Колобок». Посмотрите на цветowych карточки, которые лежат перед вами, и выберите подходящий цвет для каждого героя. Выбирайте не по цвету одежды или шерсти персонажа, а по его характеру. Не задумывайтесь. Ответ запишите в бланке».

Обсуждение результатов по каждому персонажу. Чьи цвета совпадают? Почему? Кто выбрал другой цвет? Почему? Менялись ли ассоциации в процессе обсуждения?

6. Изучение мотивов нравственного поведения сказочных героев семейного круга с помощью разрешения нравственных дилемм. Инструкция: «Представьте, что мы можем изменить сказку «Колобок», переписать ее или дополнить. Я начну, а вы продолжите. Кратко запишите свой вариант в бланке». Групповое обсуждение моральных дилемм, приведенных ниже (см. прил. 1.4).

7. Выявление представлений младших школьников о стратегиях межличностного взаимодействия Колобка с помощью методики «Продолжение сказки». Инструкция: «Сказка заканчивается для Колобка трагически, давайте попробуем придумать другой конец сказки. Колобок убежал от лисы, что произойдет дальше? Кратко запишите свой вариант в бланке».

Обсуждение результатов. В чем участники соглашались между собой? Были ли участники удивлены оценками других? Чем варианты завершения участников лучше оригинального финала? Были ли обстоятельства, затруднившие оценивание героев, в чем они заключались? Стремилась ли участники изменить свои оценки после дискуссии и почему?

9. Подведение итогов дискуссии.

При необходимости используются разминочные упражнения.

Приложение 1.3

Личностный семантический дифференциал

Инструкция: «Оцени, пожалуйста, качества героев сказки «Колобок». В каждой строчке – два противоположных качества. Выбери, какое из них больше подходит сказочному герою, и оцени, как сильно оно выражено: 0 – совсем не выражено, 1 – слабо выражено, 2 – сильно выражено, 3 – максимально выражено».

Бабка

Честная	3	2	1	0	1	2	3	Нечестная
Воспитанная	3	2	1	0	1	2	3	Невоспитанная
Добродушная	3	2	1	0	1	2	3	Злая
Отважная	3	2	1	0	1	2	3	Боязливая
Ответственная	3	2	1	0	1	2	3	Безответственная
Отзывчивая	3	2	1	0	1	2	3	Чёрствая

Аналогично дается оценка таких персонажей, как Дед, Колобок, Заяц, Волк, Медведь, Лиса.

Приложение 1.4

Моральные дилеммы

Дилемма 1. Как вы знаете, Бабка положила Колобка на окно, а он спрыгнул с окна, покатился да и убежал из дому. Но тут Колобок подумал, что Бабка с Дедом, когда увидят, что он пропал, станут плакать, переживать, искать Колобка повсюду. Как, вы считаете, должен

повести себя Колобок? Почему именно так? Есть ли еще какие-нибудь варианты?

Дилемма 2. Итак, Колобок спрыгнул с окошка и укатился. Дед с Бабкой остались ни с чем. Есть им больше нечего. Внуков у них нет, помочь им некому. Они старенькие и заработать себе на хлеб не могут. Можно украсть овощи с соседского огорода или придумать что-то другое. Что в такой ситуации будет делать Бабка? Почему? Как будет вести себя Дед? Почему?

Дилемма 3. Давайте представим, что сказка закончилась по-другому. Забрался Колобок на нос к Лисе, поет ей свою песенку. Лиса уже и рот открыла, чтобы съесть Колобка, да только тут откуда ни возьмись прилетела Сорока, захлопала перед Лисой крыльями. Лиса испугалась, Колобок и свалился с ее носа и спасся от верной смерти. Подружился Колобок с Сорокой и был безмерно ей благодарен. Но вскоре он узнал, что Сорока ворует у жителей леса последние запасы еды. Звери страдают, плачут и мечтают узнать, кто же этот подлый воришка. Колобок может сохранить тайну Сороки из благодарности за спасение жизни, но лесные звери будут страдать и даже умирать от голода, потому что кто-то их обворовывает. Или Колобок может выдать тайну Сороки, предать своего нового друга, и неизвестно, что тогда сделают звери с Сорокой. Как поступит Колобок? Почему?

Дилемма 4. Колобок обманул и Деда с Бабкой, и Зайца, и Волка, и Медведя, но остался жив. А лиса оказалась еще хитрее, она сумела обмануть Колобка, победила и получила то, что хотела. Получается, обманывать хорошо?

Приложение 1.5

Свободный ассоциативный эксперимент

Инструкция: «Перед Вами список слов. Вы должны читать их по порядку и писать рядом с каждым словом то первое слово (или несколько слов), которые приходят Вам в голову. Писать надо быстро, нераздумывая. Все, что вы напишите, будет правильно».

Список слов: честный, справедливый, красивый, природа, вежливый, власть, уважение, способный, творчество, богатство, удовольствие, разнообразный, свобода, успешный.

Рисуночная пиктограмма

Инструкция: «Представьте, что Вам надо запомнить следующие слова. Нарисуйте рядом с этими словами то, что могло бы помочь Вам запомнить их и воспроизвести. Затем расскажите о том, что Вы нарисовали, в 2-3 предложениях и запишите свой рассказ. Выполняя рисунки, не используйте буквы, слова и цифры. Качество рисунка не имеет значения».

Список слов-стимулов: веселый праздник, развитие, теплый ветер, болезнь, справедливость, страх, вина, тяжелая работа, неприятное прикосновение, семья, счастье, культура.

Смысловые категории и подкатегории

<p><u>А. Будущее</u> А1. Неопределенность будущего А2. Неуверенность в будущем А3. Невозможность предсказать будущее А4. Фатализм/вера в Бога А5. Уверенность в своих силах А6. Стремление самостоятельно строить будущее А7. Оптимистичные ожидания А8. Пессимистичные ожидания А9. Боязнь будущего А10. Удовлетворенность настоящим А11. Боязнь настоящего А12. Детские иллюзии по поводу будущего А13. Утрата иллюзий А14. Будущее как научный прогресс</p>	<p><u>Г. Родительская семья</u> Г1. Принятие мнения родителей Г2. Потребность в поддержке семьи Г3. Стремление к независимости Г4. Бунт против родительских наставлений Г5. Желание помогать родителям Г6. Принятие родительских ценностей Г7. Забота о родителях</p> <hr/> <p><u>Д. Собственная семья в будущем</u> Д1. Потребность в любви Д2. Желание создать семью Д3. Желание иметь потомство Д4. Значимость воспитания детей Д5. Желание быть примером для своих детей Д6. Значимость успешности детей Д7. Признание права детей на выбор</p>
---	---

<p><u>Б. Учеба</u> Б1. Учеба как потребность Б2. Учеба как необходимость для будущего блага Б3. Продолжение учебы в университете Б4. Отсутствие учебной мотивации</p>	<p><u>Е. Значимость материальных ценностей</u> Е1. Желание иметь достаток Е2. Потребность обеспечить близких</p>
<p><u>В. Профессиональная деятельность</u> В1. Неопределенность выбора В2. Определенность выбора В3. Влияние родителей на выбор В4. Самостоятельность выбора профессии В5. Самореализация в профессии В6. Любимая работа В7. Престижная работа В8. Достойно оплачиваемая работа В9. Работа для приобретения независимости В10. Увлечения, хобби В11. Мечты о творчестве В12. Желание иметь собственное дело В13. Желание работать за границей В14. Боязнь безработицы</p>	<p><u>Ж. Поведение в мире</u> Ж1. Потребность в любви и уважении Ж2. Значимость близких людей Ж3. Толерантность Ж4. Нонконформизм Ж5. Труд как способ достичь цели Ж6. Любовь к малой родине Ж7. Желание изменить мир к лучшему Ж8. Значимость общечеловеческих ценностей Ж9. Критичность к себе Ж10. Креативный подход к жизни Ж11. Собственная незрелость Ж12. Уход от реальности</p>

Раздел 2

ЛИЧНОСТЬ ИНТЕРВЬЮЕРА

2.1. Осознание и принятие роли интервьюера

Целью занятия является осознание психологических требований к роли интервьюера, освоение диалогического общения и профессионально значимых навыков наблюдения и слушания.

Вводные замечания. Поскольку интервьюер должен обладать умением гибко работать с респондентом, большое значение для его успешной деятельности имеет культура общения (коммуникативная компетентность). Чтобы сформировать те основные навыки, которыми должен обладать интервьюер, проводится специальный тренинг. Его проведение строится с учетом того, что студенты знают друг друга. Поэтому в задачи тренинга не входит традиционное первоначальное знакомство участников, определение их личностных особенностей и ознакомление студентов-психологов с принципами работы группы.

Содержание упражнений данного тренинга определяется коммуникативными требованиями к профессиональной деятельности интервьюера. Это, прежде всего, умение слушать. Опытные интервьюеры считают, что активное слушание важнее, чем знание техник расспрашивания, поскольку только оно помогает понять смысл высказываний респондента. Также интервьюер должен уметь устанавливать контакт, контролировать логику раскрытия темы, обладать связной грамотной речью.

Помимо приведенных ниже упражнений преподаватель в зависимости от особенностей конкретной учебной группы может добавлять другие задания.

Оснащение занятия: рабочая тетрадь для каждого участника (прил. 2.1), предназначенная для записей и рисования; фломастеры или цветные карандаши; тексты упражнений, приведенные в рабочей тетради; видеоаппаратура.

Порядок работы

I. Тренинг для осознания роли интервьюера и формирования желаемой модели поведения

Сценарий занятия

Приветствие. Работа группы начинается с выполнения приветствия. Участники по очереди обращаются друг к другу, заканчивая фразу словами: «Здравствуй, я рад тебя видеть...». Нужно сказать что-то хорошее, приятное, но обязательно от всей души, искренне.

Правила работы на тренинге. Преподаватель бегло напоминает основные принципы работы в группе социально-психологического тренинга: общение по принципу «здесь и теперь», принцип персонификации высказываний (добровольный отказ от безличных форм высказывания), принцип активности (участия каждого студента в групповом взаимодействии), принцип доверительного общения, предполагающий объективную и адекватную обратную связь по поводу работы всех участников группы.

Знакомство с рабочей тетрадью. Преподаватель обращает внимание участников тренинга на то, что на первой странице рабочей тетради имеется иллюстрация. На ней изображены интервьюер и респондент и оставлено пустое пространство, которое должно быть заполнено в конце занятия. Участникам тренинга предстоит записать здесь основной вывод, который они сделали относительно работы интервьюера. Так, например, главной мыслью, вынесенной из тренинга, может быть следующее правило: «Никогда не спорь с респондентом».

Упражнение «Главные качества интервьюера». Участники дают письменный ответ на три вопроса:

- Кто такой интервьюер?
- Какими знаниями и умениями он должен обладать?
- Какими знаниями и умениями, важными для проведения интервью, обладаю я?

Ответы зачитываются и обсуждаются.

Упражнение «Аудирование речи. Построение индивидуального профиля аудитора (слушателя)» [3, с. 184 – 185]. Участники слушают преподавателя, знакомятся с текстом упражнения и выполняют его в рабочей тетради (см. прил. 2.1).

Упражнение «Виды слушания» [4]. Знакомство с рисунками в рабочей тетради и их обсуждение:

– В чем суть каждого вида слушания?

– Каким видом слушания должен владеть интервьюер?

Упражнение «Внимание». Все члены группы встают в различные позы. Один из участников, находясь в центре, в течение 1 мин старается запомнить позы присутствующих. Затем он закрывает глаза, и участники тренинга что-то меняют в своем положении, стараясь действовать тихо, чтобы стоящий в центре не слышал звуков, вызванных перемещением. Открыв глаза, он должен определить, какие изменения произошли. Упражнение повторяется несколькими студентами.

Упражнение «Интервью у трудного респондента» [2]. Участники тренинга разбиваются на три подгруппы и готовятся взять интервью из пяти вопросов у Кощея Бессмертного (агрессивный респондент), Бабы-Яги (ворчливая и болтливая собеседница) и у Русалочки (немногословная респондентка). Вопросы, которые следует продумать:

– На какую актуальную современную тему можно взять интервью у этих респондентов? (*Например, у Кощея Бессмертного – об оздоровительной гимнастике или о межличностных отношениях с другими сказочными персонажами; у Бабы-Яги – о проблемах пенсионеров, их отношении к современной молодежи; у Русалочки – об экологических проблемах и чистоте водоемов, о роли пластической хирургии в изменении внешности и др.*).

– Как установить контакт с такими респондентами?

– Как контролировать раскрытие основной темы интервью в процессе беседы с респондентами?

Критерии оценки работы интервьюера: социальная значимость и актуальность интервью, естественность и непринужденность интервьюера, независимость интервьюера от заранее составленного письменного текста вопросника, культура речи (богатство словаря, краткость, ясность, доходчивость речи) [2, с. 132].

Групповое обсуждение результатов интервью со сказочными персонажами. Запись наиболее опасных ошибок интервьюера (см. прил. 2.1).

Подведение итогов. Обсуждение того, что участники вынесли из тренинга, и завершающая надпись на титульном листе рабочей тетради.

II. Задания для самостоятельной работы. 1. Проанализировать невербальное поведение диктора центрального телевидения [1] в соответствии с кодировочной таблицей (прил. 2.2). 2. Подготовить сообщение на тему «Изменение коммуникативной модели поведения интервьюера в зависимости от вида интервью». К разным видам интервью относятся: телефонное интервьюирование, биографическое интервью, фокусированное интервью для изучения социального объекта.

Список литературы

1. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева [и др.]. – М. : Учеб.-метод. коллектор «ПСИХОЛОГИЯ», 2000. – 362 с. – ISBN 5-93692-004-6.
2. *Муратов, С. А.* Телевизионное общение в кадре и за кадром : учеб. пособие / С. А. Муратов. – М. : Аспект-Пресс, 2003. – 101 с. – ISBN 5-7567-0300-4. – ISBN 5-7567-0300-9.
3. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии : учеб. пособие / В. Д. Балин [и др.] ; под общ. ред. А. А. Крылова, С. А. Маничева. – СПб. : Питер, 2000. – 560 с. – ISBN 5-8046-0100-8.
4. *Сидоренко, Е. В.* Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии / Е. В. Сидоренко. – СПб. : Речь, 2002. – 208 с. – ISBN 5-9268-0117-6.

2.2. Речь интервьюера

Цель занятия состоит в оценке речевых характеристик интервьюера и развитии умений анализировать речь и ее результаты.

Вводные замечания. Проведение интервью требует от интервьюера знания языковых норм и правил произношения. Сценарий интервью должен быть не только грамотно составлен, но и озвучен спокойным и доброжелательным тоном. Соответствие нормам особенно важно потому, что в процессе беседы интервьюер и респондент ориентируются на текущую ситуацию и личность партнера по общению,

а это создает условия для разных интерпретаций одной и той же фразы. Знание языковых норм и правил произношения позволяет интервьюеру задавать вопросы, формулируя их ясно, точно, сжато. Поэтому соблюдение интервьюером грамматических и орфоэпических стандартов облегчает респонденту понимание смысла вопроса. Кроме того, следуя нормам литературной речи, интервьюер сохраняет нейтральную исследовательскую позицию и безоценочный стиль взаимодействия.

Использование эмоционально окрашенной лексики должно быть продуманным, отвечающим задачам интервью. Профессиональные термины, необходимые и уместные в общении с экспертами, будут излишни, если интервьюер прибегает к ним только для повышения собственного статуса. Речь интервьюера должна быть ясной, доступной для понимания и точной в плане уместного использования специальной лексики или образных выражений. В процессе общения интервьюер учитывает личностные особенности и профессиональную компетентность респондента и в том случае, когда ценности, мнения, интересы интервьюера и респондента не совпадают, проявляет толерантность по отношению к точке зрения респондента. Он стремится выдерживать темп и тональность беседы, удобные для респондента, и менять речевые характеристики в зависимости от ситуации.

Грамотное владение речью необходимо на всех этапах интервью: при составлении опросника, в процессе устного интервьюирования и при обработке полученного материала (превращении его в текст). Однако эти три этапа различаются в зависимости от того, какой аспект речи выступает на первый план и какие речевые навыки интервьюера становятся доминантными.

Так, *составление опросника* требует, прежде всего, логики и последовательности речи, ее ясности и «прозрачности» для истолкования. Логика и последовательность интервью определяются его видом и композицией*. Например, если это портретное интервью, цель которого – раскрыть личность человека, его уникальность и своеобразие, то в процессе составления опросника важно определить, какие аспекты личности героя интервью и его жизнедеятельности будут раскрываться обязательно, а какие – факультативно. Если же интервью

* Композиция – строение текста, основанное на определенном расположении его частей и обусловленное направленностью и содержанием текста.

предполагает описание определенной ситуации, то логично воссоздать хронологию событий и более детально расспросить о фактах, значимых для исследователя. Вместе с тем конструирование интервью обычно осуществляется по общему правилу: от вводных, более легких в смысловом плане (начало) к глубоким (основная часть) и далее – опять к относительно легким (конец интервью) для респондента вопросам.

Непонятность речи в процессе устного интервьюирования может возникать из-за словесной избыточности или использования интервьюером специальных слов (профессиональных терминов и жаргонизмов, диалектных или иностранных слов), а также слов, находящихся на периферии языка (устаревших, малоупотребительных). Однако в определенных ситуациях их использование может быть уместным. Ясность речи интервьюера достигается за счет ее семантического соответствия теме интервью, личностным особенностям интервьюируемого, а также контексту конкретного интервью. Так, если в качестве респондента выступает эксперт, интервьюер должен знать его профессиональную терминологию.

В процессе устного интервью большое значение имеют хорошая дикция и темп речи. Хорошая дикция – это внятное произнесение фраз, отчетливое звучание гласных и согласных звуков в словах, правильная постановка ударений. Вопросы не должны произноситься торопливо, скороговоркой, сбивчиво. Необходима естественная интонация, без нервного повтора фраз, без междометий, которые встречаются в речи начинающих интервьюеров. Для точного понимания вопросов респондентами рекомендуется лаконичная форма вопросов, когда одна реплика включает только один вопрос. Кроме этого, важна взаимосвязь вопросов и реплик интервью. Чтобы интервью сохраняло непринужденность и имело характер диалога, исследователь должен увязывать вопросы с прозвучавшими высказываниями респондента, воспроизводить фрагменты его фраз. Тогда задаваемые вопросы не будут вызывать впечатление жесткого перечня и интервью превратится в непринужденную беседу.

Обработка текста интервью и перевод его в письменную форму зависят от психолингвистических знаний и стилистических умений интервьюера. Перечень наиболее распространенных стилистических ошибок включает неточное словоупотребление, оговорки,

тавтологии, повторение однокоренных слов, наличие эмболий, неоконченные высказывания, грамматические ошибки в построении фраз, неадекватное использование местоимений [2, с. 234].

Необходимые сведения по вопросам грамотного написания и произношения содержатся в специальных словарях. Важно, чтобы словари были новыми и отражали современные тенденции в развитии языка. Например: 1. Вербицкая Л. А., Богданова Н. В., Скляревская Г. Н. Давайте говорить правильно! Трудности современного русского произношения и ударения : краткий словарь-справочник. – М. : Академия, 2008. – 160 с. – ISBN 978-5-8465-0738-8, 978-5-7695-4792-8; 2. Введенская Л. А. Словарь ударений для дикторов радио и телевидения. – Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 352 с. – ISBN 5-241-00111-5.

Оснащение занятия: методика семантического дифференциала, упражнения для работы с речевым дыханием и голосом, методика градуального шкалирования, упражнения для предупреждения стилистических ошибок.

Порядок работы

I. Упражнения для оценки речи интервьюера. Методика семантического дифференциала [5, с. 193 – 195]. Семантический дифференциал, предложенный еще в 50-е годы XX в. Ч. Осгудом, дает возможность интегрального описания говорящего по комплексу его голосовых и речевых признаков. Смысл метода состоит в подготовке 30 – 40 субъективных оценочных шкал с 7 делениями на каждой, которые испытуемые индексируют в соответствии со своими предпочтениями. В приведенном ниже учебном варианте методики количество шкал сокращено до 15.

Список субъективных шкал

Фактор оценки качества

Безобразный	–3	–2	–1	0	1	2	3	Красивый
Противный	–3	–2	–1	0	1	2	3	Приятный
Плохой	–3	–2	–1	0	1	2	3	Хороший
Раздражающий	–3	–2	–1	0	1	2	3	Успокаивающий
Манерный	–3	–2	–1	0	1	2	3	Естественный

Фактор активности

Безжизненный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Оживленный
Медленный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Быстрый
Пассивный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Активный

Фактор эмоциональной выразительности, экспрессии

Тихий	-3	-2	-1	0	1	2	3	Громкий
Монотонный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Выразительный
Сдержанный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Экспрессивный
Вялый	-3	-2	-1	0	1	2	3	Бодрый

Фактор интеллекта

Вульгарный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Интеллигентный
Легкомысленный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Серьезный
Пустой	-3	-2	-1	0	1	2	3	Наполненный
Невнятный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Четкий

Каждая шкала имеет разметку в 7 баллов (от -3 до +3 включительно) с нулевым показателем в центре. Испытуемые должны с помощью индексации шкал и последующего соединения отметок составить свой семантический речевой профиль и проинтерпретировать его по показателям четырех факторов.

Инструкция: «Приготовьте бланк с приведенными выше шкалами. Отметьте на нем те баллы, которыми Вы оцениваете свой голос по каждой шкале. Посчитайте сумму баллов по каждому фактору. Начертите график: на оси абсцисс обозначьте факторы, на оси ординат – суммы баллов, полученные по каждому из них».

Во втором задании испытуемые должны на этих же шкалах показать свое личное представление об идеальной речи.

Инструкция для выполняющего тест: «Отметьте знаками те позиции на шкалах, которые соответствуют вашим представлениям об

идеальной речи. Какой вы хотите видеть свою речь?» Точно так же, как и в первом задании, испытуемые составляют свой идеальный речевой профиль и сравнивают его с первым. Для составления профилей используется один и тот же график, но профили вычерчиваются карандашами разного цвета. Расхождения в профилях более чем в 1 балл свидетельствуют о неудовлетворенности своими речевыми показателями и помогают откорректировать недостатки. Однако иногда достаточно просто выявить их и учитывать в работе, поскольку не все речевые особенности можно изменить, в частности темповые характеристики.

В третьем задании испытуемые должны на чистом бланке на тех же шкалах получить экспертный речевой профиль с помощью кого-либо из своих хороших знакомых или даже родственников, способных дать объективную оценку речи.

Инструкция: «Отметьте, пожалуйста, на шкалах с помощью знаков ваши представления о моей речи. Какой вы слышите мою речь?»

Точно так же, как и в первых двух заданиях, отметки соединяются между собой, образуя экспертный речевой профиль. Испытуемые сравнивают первый, собственный, профиль с третьим, объективным. Расхождения между субъективной самооценкой и объективной оценкой величиной более чем в 1 балл интерпретируются как неадекватность самооценки в любую сторону – завышения или понижения. Как и во втором случае, такое расхождение позволяет осознать сущность различий и принять ряд мер коррекционного характера. Если, например, по вашему профилю вы говорите отчетливо и выразительно, а по экспертному – невнятно и монотонно, задумайтесь над своими результатами, попробуйте сосредоточиться и изменить их в желаемую сторону.

В идеальных вариантах все три профиля имеют приблизительно одинаковую конфигурацию, что свидетельствует об адекватной самооценке, социальной зрелости и осознанности.

После получения общего графика запишите выводы по результатам выполнения методики.

II. Упражнения для активизации работы органов речевого аппарата [4, с. 123 – 124]. Подготовка интервьюера начинается с обязательного речевого тренажа. Опытные интервьюеры говорят, что у каждого своя артикуляционная гимнастика, которая выполняется

для того, чтобы преодолеть вялость языка, освободить мышцы рта и восстановить их подвижность. Вот пример такой речевой разминки:

а. Откашляться, как оратор перед выступлением. Поглотать, вдохнуть-выдохнуть, ослабить воротничок. Расслабить шею, на спокойном и негромком звуке "а-а" наклонить голову вперед, вбок, назад, вслушиваясь в изменения звука. *(Это упражнение также подходит для работы с позой, в которой ведется разговор по телефону, так как положение головы "окрашивает" звук. Одновременно в этом упражнении происходит не прямой массаж голосовых связок, звук становится полнее, чище, и это слышно).*

б. Легко помассировать шею спереди (пальцы ложатся по обеим сторонам щитовидного хряща и двигаются вертикально). Несколько секунд такой массаж делается молча, затем подключается звук – все то же негромкое спокойное "а-а-а". Слышно смешное "блеяние", о чем лучше сразу предупредить, чтобы не вызвать смущения у участников. *(Голосовой аппарат готовится к нагрузке, и качество звука продолжает улучшаться).*

в. Вспомнить о тяжелом утомительном дне, ежедневной вечерней усталости и... сладко зевнуть несколько раз. *(Так продолжают сниматься запреты на выражение "неправильного" состояния усталости "неправильным" же способом – зевком).*

г. С закрытым ртом "помычать", как это делают люди в задумчивости, начиная с самых низких своих нот и постепенно повышая тон. Затем вновь перейти к низким звукам и закончить упражнение в среднем комфортном регистре. По ходу упражнения отслеживаем ощущения вибрации в теле, голове, лице.

Приведенный здесь разогрев в реальном времени занимает 5 – 6 минут. Десятки полезных технических упражнений можно найти в любом руководстве по культуре и технике речи. Например: Савостьянов А. И. Техника речи в профессиональной подготовке учителя. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2001. – 144 с. – ISBN 5-691-00287-2. При систематической работе с техническими составляющими обязательно делается блок дыхательных упражнений, прорабатывается связь голоса с осанкой, позой и т. д. [4].

Снятие мышечных зажимов. Прочитайте вслух, сильно стиснув зубы, приведенный ниже текст. Старайтесь, чтобы он был понятен. Затем выполните данное упражнение в привычной форме, не сжимая зубы. Смена нагрузки и расслабления убирает зажимы мышц и улучшает произношение.

Текст для чтения. «Книга «Фокусированное интервью», авторами которой являются американские ученые Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл, представляет собой углубленный анализ опыта проведения интервью, полученного в процессе исследований по изучению воздействия на аудиторию кинофильмов антифашистской направленности. Она содержит обстоятельный перечень и разбор ошибок, встречающихся в практике интервьюирования. В книге приводятся основные направления применения метода интервью и критерии его эффективности. Утверждается, что критерии взаимосвязаны, но рассматривать их следует отдельно».

III. Упражнение для работы над смыслом слова. *Методика градуального шкалирования* [3, с. 143 – 145]. Используя словари [1], расположить в ряд приведенные ниже определения в следующей последовательности: от наиболее негативного до наиболее позитивного (например, упрямый, настойчивый, неуступчивый, поддающийся, покладистый и т.д.).

Нехороший, превосходный, плохой, добрый, славный, невозможный, гнусный, паршивый, отменный, отличный, великолепный, несносный, аховый, отвратительный, пакостный, идеальный, нормальный, омерзительный, мировой, замечательный, дрянной, распрекрасный, никудышный, дурной, прекрасный, неплохой, гадкий, паскудный, нестерпимый, скверный, важный, невыносимый, худой, ладный, мерзкий, мерзостный, хороший.

IV. Упражнение на правильное употребление слов и грамотное построение фраз. Дается задание найти ошибки в словосочетаниях и прокомментировать их (примеры взяты из студенческих работ).

Для женского образа характерен рациональный подход; внешняя схожесть с актрисой; информативность является положительным качеством человека; испытываемые применяют в своих образах коричневый цвет; свободная вакансия, юная молодежь, будущие перспективы; пытаться предостеречь некрасивые поступки; скучать по вам;

сфера интересов меняет свою значимость; прослеживается тенденция к структуре; рядом с респондентом нет посторонних людей и явлений; формы и линии рисунков развивали несколько вариантов представлений; предметность рисунков делится на две темы; распределение оценок испытуемых по психологическим характеристикам.

V. Задания для самостоятельной работы. Самостоятельно составить по аналогии с методикой семантического дифференциала Ч. Осгуда перечень шкал для анализа коммуникативных умений интервьюера. Примерный вариант приводится в прил. 2.3.

Контрольные вопросы

1. Что можно узнать о говорящем на основе его семантического речевого профиля?
2. Где можно найти сведения по вопросам постановки ударения?
3. Почему интервьюеру следует избегать нарушений норм и правил речи?

Список литературы

1. *Абрамов, Н. (Переферкович, Н. А.)* Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Н. Абрамов (Н. А. Переферкович). – 8-е изд., стер. – М. : Русские словари, 2008. – 667 с. – URL: http://www.zipsites.ru/slovari_enc/filologicheskie/abramov_slovar_russkikh_sinonimov/ (дата обращения: 21.05.12).
2. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).
3. *Белянин, В. П.* Психолингвистика : учебник / В. П. Белянин. – М. : Флинта : Моск. психол.-социол. ин-т, 2003. – 232 с.
4. *Инструменты развития бизнеса: тренинг и консалтинг / сост.: Л. Кроль, Е. Пуртова.* – М. : Независимая фирма „Класс”, 2001. – 464 с. – ISBN 5-86375-036-7.
5. *Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии : учеб. пособие / В. Д. Балин [и др.] ; под общ. ред. А. А. Крылова, С. А. Маничева.* – СПб. : Питер, 2000. – 560 с. – ISBN 5-8046-0100-8.

**Рабочая тетрадь
интервьюера**

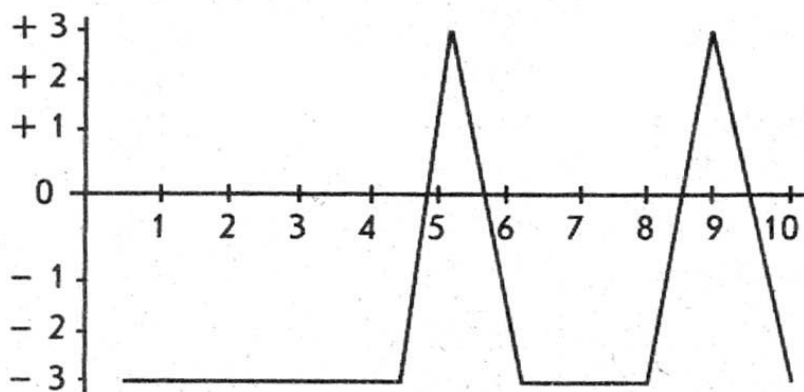


Построение индивидуального профиля аудитора (слушателя) [3]

Процесс аудирования является ведущим среди остальных речевых видов. Он включает в себя слушание и одновременное понимание звучащей речи и является самым частым по использованию (до 45 % общего времени). Аудирование может быть частичным, неполным, удовлетворительным, отличным, неудовлетворительным. Это зависит от многих факторов: степени знакомства с языковой системой, формой представления речевой информации, интересности и важности темы, наличия помех в окружающей среде, индивидуально-психологических особенностей аудитора, развития у него таких важных для аудирования качеств, как обостренное внимание и хорошая память. Экспериментально было подсчитано, что до 70 – 80 % информации может быть потеряно, если эти глобальные зависимости не будут учтены при организации приема речевой информации.

Хороший слух, интерес к теме обсуждения, знание языковых особенностей, отсутствие внешних помех, правильная организация речи со стороны говорящего (оптимальный темп, четкая артикуляция, логика, выразительность), достаточно устойчивое внимание, неплохой объем оперативной памяти, свойства нервной системы по силе, личностные особенности (например, интровертированность) – все эти показатели улучшают аудирование и способствуют уменьшению потерь информации.

Текст упражнения: «С целью определения индивидуальных особенностей аудирования используется метод «Построение профиля слушателя», позволяющий проанализировать свои собственные недостатки. Для этого испытуемые отвечают на вопросы, касающиеся различных аспектов аудирования, и отмечают графически их положение по осям. На оси абсцисс перечисляются номера вопросов, на оси ординат – ответы на них по развернутой шкале от + 3 до –3 баллов, соответствующей степени оценки: +3 – характерно для меня; +2 – достаточно характерно для меня; +1 – иногда проявляется; –3 – никогда не может быть; –2 – обычно не бывает; –1 – почти никогда не бывает; 0 – не знаю. В идеальных вариантах график приобретает следующий вид (см. рисунок).



Построение профиля слушателя

Список вопросов к аудитору:

1. Легко ли я отвлекаюсь во время слушания?
2. Не делаю ли вид, что я слушаю?
3. Не слушаю ли я просто из вежливости?
4. Не мечтаю ли я, когда собеседник говорит медленно?
5. Слушаю ли я, если слушать надоело?
6. Часто ли я перебиваю собеседника?
7. Может быть, я не слушаю, а обдумываю свой ответ?
8. Не делаю ли я поспешных выводов?
9. Стараюсь ли я сохранить в памяти основные факты?
10. Занимаю ли я негативную позицию по отношению к говорящему?

Анализ результатов: соотнесение собственного графического профиля с идеальным позволяет определить свои недостатки в аудировании. Первые 5 вопросов оценивают главное качество аудирования – внимание. Если испытуемый регулярно показывает пониженные результаты, можно предположить, что именно в свойствах внимания надо искать причины недостаточно успешного аудирования. Вопросы 6, 7, 8 связаны с такими качествами аудитора, как его нетерпеливость, желание проявить свое Я. Вопрос 9 оценивает свойства памяти аудитора. Вопрос 10 соотносится с эмоциональной устойчивостью аудитора, его умением отделять личные пристрастия от объективных данных. Желательно использовать также при анализе

свойств аудитора и объективные критерии типа ответов на контрольные вопросы, пересказа услышанного, перечисления основных фактов сообщения и так далее, т. е. те критерии, которые приняты в психолого-педагогической деятельности.

ВЫВОД на основе полученных результатов.

ВИДЫ СЛУШАНИЯ



ТРИ ЛОВУШКИ СЛУШАНИЯ

ПРЕДВЗЯТОЕ СЛУШАНИЕ (заранее знать, что хочет сказать человек; при этом мы заранее определяем отношение к сказанному).

ИЗБИРАТЕЛЬНОЕ СЛУШАНИЕ (слышать только то, что хотим услышать; мы слышим респондентов через определенные фильтры).

ОТВЛЕЧЕННОЕ СЛУШАНИЕ (думать о чем-то другом).

НАИБОЛЕЕ ОПАСНЫЕ ОШИБКИ В ОБЩЕНИИ С РЕСПОНДЕНТОМ

1. Вы спорите с респондентом или излагаете свое мнение.
2. Вы прерываете респондента на полуслове.
3. Вы не показываете, что внимательно слушаете респондента.
4. Вы не используете интонации соответствующим образом.
5. Вы заканчиваете за респондента фразы.
6. Вы проявляете нетерпение, чтобы начать говорить самому.
7. Вы не делаете пауз.
8. Вы не задаете вопросы, а рассуждаете вместе с респондентом.
9. Вы жестко следуете вопроснику.

Выслушивание – очень важный навык. Он используется для создания атмосферы доверия, чтобы даже неразговорчивый респондент включился в диалог.

ТЕХНИКИ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ

№ п/п	<i>Техники</i>	<i>Как это сделать?</i>
1	Поддакивание	Слушая собеседника, Вы произносите, подтверждая свое внимание к его словам: Да-да. Угу-угу. Конечно. Понимаю. Хорошо
2	Повторение (эхо) Дословное воспроизведение, цитирование сказанного партнером	Вставляйте цитаты из высказываний партнера в собственные фразы: Итак, Вы считаете... (далее цитата). Насколько я понял... (далее цитата). Повторите дословно последние слова партнера. Повторите с вопросительной интонацией одно или два слова, произнесенные партнером
3	Перефразирование Краткая передача сути высказываний партнера	Старайтесь лаконично сформулировать сказанное партнером. Следуйте логике партнера, а не собственной логике. Начинайте предложение со слов: – Насколько я понял Вас... – Значит, Вы считаете, что... – То есть... – Иными словами...
4	Уточнение	Выделяется один из затронутых вопросов и уточняется смысл: – Правильно ли я понял... – Другими словами, да... – Когда Вы говорили о ..., то Вы имели в виду...?

№ п/п	Техники	Как это сделать?
5	Интерпретация Высказывание предположения об истинном значении сказанного или о причинах и целях высказывания партнера	1. Задавайте проясняющие вопросы: – Вы, наверное, имеете в виду...? – Вы, наверное, говорите это потому, что...? – По-видимому, Вы хотите, чтобы...? 2. Используйте пробные вопросы или условные гипотезы: – А может быть так, что Вы хотели бы ...? – А может быть так, что Вас устроило бы...?
6	Резюмирование, или обобщение	Воспроизведение сути высказывания респондента в сжатом, обобщенном виде. Возможны следующие вводные фразы: – Итак, Вы рассказали о ... – Самым важным для Вас является... – Обобщая сказанное, следует отметить, что ...

Приложение 2.2

Схема экспертного анализа для оценки коммуникативного невербального репертуара телевизионных ведущих

Кодификатор, описывающий признаки категорий анализа невербального коммуникативного поведения ведущего [1]

1. Характеристика мимики телеведущего (0 – отсутствие признака; 1 – наличие признака)	
Положение рта	Балл
Открыт	
Закрит	
Подвижность мышц рта	
Положение губ	Балл
Уголки губ опущены	
Уголки губ подняты	
Линия губ горизонтальная	
Губы поджаты	

Форма глаз	Балл	
Глаза сужены		
Обычная форма глаз		
Глаза прищурены		
Быстрота взгляда (0 – 5 баллов)		
Степень яркости глаз	Балл	
Глаза блестят		
Глаза тусклые		
Блеск глаз не выражен		
Свет глаз ровный		
Положение бровей	Балл	
Обычное положение бровей		
Брови сдвинуты к переносице		
Брови подняты		
Дуга бровей полукруглая		
Брови надломлены		
Уголки бровей загнуты к виску		
Уровень динамики бровей (0 – 5 баллов)		
2. Характер визуального контакта со зрителем, гостем в студии, с аудиторией		
Особенности взгляда	Балл	
Взгляд пристальный		
Взгляд рассеянный		
Точка фиксации взгляда далеко за линией расположения зрителя		
Частота визуального контакта с аудиторией (оценивается по шкале от 1 до 7 баллов)	Балл	
3. Особенности жестикуляции		
Категории анализа	Категории вынесения суждения (0 – отсутствие указанного жеста на протяжении периода наблюдения, 1 – факт использования жеста ведущим)	Балл
Описательно-изобразительные жесты	Указывающие на особенности предмета сообщения	
	Описывающие размер или форму предмета	
	Резюмирующий жест	

Жесты состояния	Оживления	
	Растерянности	
	Сжатия	
	Протеста	
	Неудовольствия	
	Радости	
	Удивления	
	Воодушевления	
	Сомнения	
	Недоумения	
Коммуникативные жесты	Подбадривающие	
	Приветствия	
	Отдаляющие	
	Приближающие	
	Одобряющие	
	Оскорбляющие	
	Останавливающие	
	Прощания	
	Прерывающие	
	Прикосновение к партнеру	
	Благодарности	
	Поддерживающие	
	Угнетающие	
Адаптационные жесты	Снятие/надевание очков	
	Потирание кончика носа или уха	
	Постукивание карандашом	
4. Характеристика позы		
Категории анализа		Балл
Поза внимания		
Поза ухода от взаимодействия		
Поза подавленности		
Поза экспансивности		
Корпус тела расслаблен		
Отклонение корпуса тела влево (Л), вправо (В)		
Частота жестикуляции (0 – 5 баллов)		
Ширина жеста (от 0 до 5 баллов)		

Методика оценки коммуникативных навыков интервьюера

Инструкция. «Охарактеризуйте коммуникативные качества интервьюера. Каждое качество имеет оценку от -3 до +3 баллов включительно с нулевым показателем в центре».

Шкалы		
<i>Владение темой</i>		
Осведомленность в теме интервью	-3 -2 -1 0 1 2 3	Неподготовленность к интервью
Логичность построения интервью	-3 -2 -1 0 1 2 3	Содержательная разбросанность
Полный охват темы	-3 -2 -1 0 1 2 3	Поверхностное раскрытие темы
Банальные вопросы	-3 -2 -1 0 1 2 3	Творческий подход к теме
<i>Коммуникативная компетентность</i>		
Внимание к респонденту	-3 -2 -1 0 1 2 3	Равнодушие к собеседнику
Тактичность	-3 -2 -1 0 1 2 3	Бесцеремонность вопросов
Навязывание собственного мнения	-3 -2 -1 0 1 2 3	Интерес к позиции респондента
Доброжелательность	-3 -2 -1 0 1 2 3	Манипулирование респондентом
<i>Ясность речи</i>		
Краткость речи	-3 -2 -1 0 1 2 3	Пространные формулировки
Точность словоупотребления	-3 -2 -1 0 1 2 3	Многозначность речи
Отсутствие дефектов произношения	-3 -2 -1 0 1 2 3	Нарушение произносительных норм
Доступность речи	-3 -2 -1 0 1 2 3	Избыток научной терминологии

Раздел 3

СОСТАВЛЕНИЕ ВОПРОСНИКА ИНТЕРВЬЮ

Цель занятия – понимание роли вопроса и логической цепи вопросника в получении релевантной информации; умение создавать вопросники, понятные любому респонденту.

Вводные замечания. Главная особенность глубинного интервью заключается в том, что его структурной единицей является *тема*, а не вопрос или блок вопросов, как это бывает в анкете. Поскольку вопросы служат раскрытию определенной темы, они должны обладать смысловой последовательностью. Поэтому «главная проблема при составлении вопросников, предназначенных для глубинных интервью, – определение последовательности тем и степени их детализации» [1].

Последовательность тем по характеру смысловых связей:

– повествование с прямой, обратной хронологией или с прямой хронологией с отступлениями;

– рассуждение, основанное на причинно-следственных отношениях, когда обсуждение темы идет от предпосылок к выводу, в форме умозаключения, доказательства, опровержения;

– описание, т.е. последовательное отображение составных частей сложного объекта или явления.

Обычно в вопроснике эти последовательности комбинируются. Если повествование и описание применяются на начальной и основной стадиях интервью, то рассуждение – в конце, при подведении итогов.

К основным правилам составления вопросника относят:

– соответствие теме и цели исследования. Четко понимая тему и цель исследования, интервьюер подберет необходимые вопросы и облегчит себе последующую обработку материалов интервью;

– доступная, понятная формулировка вопросов;

– соблюдение правил логической детализации вопросников путем деления большой темы на составляющие ее частные темы, а также прогнозирования логических развилок. Логической развилкой называют ситуации, когда в зависимости от ответа на вопрос выборка

респондентов распадается на несколько разных совокупностей. Дальнейшая часть интервью будет для каждой из них специфической [1].

Поскольку качество ответов зависит от того, как респондент вспоминает известный ему материал, форма вопроса должна быть той, которая ориентирует его на поиск в памяти конкретной информации, важной для интервьюера.

Вопросы должны иметь краткую простую форму, доступную для понимания респондента. Однако краткие вопросы приводят к лаконичным ответам [3, с. 126]. Поэтому оптимальным является сочетание вопросов как кратких, так и развернутых. Исследователи интервью дают разные классификации видов вопросов, наиболее употребительных в глубинном интервью. Однако все они приводят такие виды вопросов, как *открытые* (начинающиеся вопросительными местоимениями «Почему...», «Как...» «Каково...» и др.); *закрытые* (предполагающие выбор ответа, чаще всего между «да» и «нет»); *количественные* (начинающиеся словами «Сколько...», «Когда...», «Как часто...»).

Типы вопросов интервью

1. *Вводный вопрос*: «Не могли бы вы рассказать о Ваших родителях?»; «Что произошло, когда Вам пришлось заняться образованием?». После вводного вопроса респондент способен сам начать давать обстоятельные ответы.

2. *Отслеживающие вопросы* появляются, когда интервьюер внимательно слушает респондента и повторением наиболее важных слов, выражением внимания (например, кивками), прямыми вопросами побуждает его к расширению и уточнению прозвучавшего высказывания.

3. *Проясняющие вопросы* с просьбой подробнее рассказать о поднятой теме: «Что еще здесь можно вспомнить?», «Все ли детали были здесь названы?».

4. *Конкретизирующие вопросы*, направленные на получение более определенных и точных ответов: «Что вы тогда почувствовали?», «О чем вы думали, когда ощутили внутреннее беспокойство?».

5. *Прямые вопросы* рекомендуется задавать после того, как респондент уже высказался по сути вопроса, поскольку в этих вопросах интервьюер прямо формулирует темы и откровенно выпячивает те стороны темы, которые его особенно интересуют: «Вы готовы оказаться в такой ситуации?», «Когда вы говорили о чувствах, вы имели в виду симпатию или, напротив, отвержение?».

6. *Косвенные вопросы.* Их задают, чтобы, получая информацию, связанную с другими лицами или событиями, узнать мнение или отношение к ним самого интервьюируемого: «Как, вы считаете, ваши коллеги относятся к происходящим в организации изменениям?». Отвечая, респондент может высказаться не только об оценках коллег, но и косвенно обнаружить свое мнение об изменениях и коллективе. Применение подобных проективных вопросов приводит к дополнительным корректным и осторожным вопросам интервьюируемому, снижающим риск ошибки в интерпретации его собственного отношения.

7. *Структурирующие вопросы.* Отслеживая ход интервью, интервьюер должен видеть, когда тема оказывается исчерпанной, и обеспечивать переход к другому вопросу, например: «Спасибо, и еще я хотел бы поговорить о...».

8. *Молчание.* Чтобы интервью имело свободный непринужденный характер, важно не превращать его в непрерывное расспрашивание по жесткой схеме. Так же, как и психотерапевты, интервьюеры могут прибегать к паузам и молчанию, чтобы дать собеседнику время подумать над вопросом, и нарушить молчание для сообщения того, что респондент вспомнил и считает особенно важным.

9. *Вопросы-интерпретации.* Они, как правило, задаются в форме перефразированного ответа («То есть вы считаете, что...?») или же в виде попыток прояснить высказывание: «Если я правильно понял, вы почувствовали, что...?», «Можно ли то, о чем вы сейчас говорили, описать такими словами: ...?» [2, с. 135 – 136].

Подбирая вопросы, интервьюер должен помнить, что после проведения интервью его текст будет анализироваться, а полученные данные – обобщаться для отчета. Поэтому интервьюер, четко представляющий, зачем и о чем он расспрашивает собеседника, постарается избежать возможных трудностей в процессе смыслового анализа текста. Во время интервью он будет стремиться прояснять смысл высказываний респондента, преодолевать их двусмысленность, чтобы облегчить последующую обработку материалов интервью. При правильно проведенном интервью к его завершению интервьюер уже заканчивает проверку гипотез и находит подтверждение собственным интерпретациям смысла ответов.

Оснащение занятия: возможный вариант интервью для анализа вопросника, вопросник для изучения потребительского спроса.

Порядок работы

I. Обсуждение и анализ возможного варианта вопросника интервью (прил. 3.1). Вопросы для анализа:

- Какова цель исследования?
- Соответствует ли вопросник цели исследования?
- Какой тип последовательности вопросов применяется в интервью?
- На какие микротемы можно разделить вопросник?
- Везде ли соблюдается правило минимального объема вопроса?
- Есть ли в вопроснике логические развилки?
- Определите тип вопросов, которые в нем применяются.
- Сильные стороны вопросника, на Ваш взгляд.
- Назовите слабые стороны вопросника.
- Ваши предложения по совершенствованию вопросника.

II. Работа в микрогруппах. Студентам выдается бланк вопросника для изучения потребительского спроса на бизнес-обучение (прил. 3.2). Задание: проанализировать вопросник интервью в соответствии с приведенными выше вопросами.

III. Задания для самостоятельной работы. Составить аналогичный вопросник для изучения регионального рынка бизнес-обучения с учетом его социально-экономической специфики.

Контрольные вопросы

1. Какую последовательность следует соблюдать при составлении вопросов интервью?
2. Назовите виды вопросов, возможных в глубинном интервью.
3. Назовите возможные ошибки при конструировании интервью.

Список литературы

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).
2. *Квале, С.* Исследовательское интервью / С. Квале. – М. : Смысл, 2003. – 301 с. – ISBN 5-89357-145-2.
3. *Матвеева, Л. В.* Психология коммуникаций: методология, модели, методы : учеб. пособие / Л. В. Матвеева. – М. : Акropolis, 2011. – 160 с. – ISBN 978-98807-051-1.

Жесткие правила как прелюдия корпоративной культуры*



ПЕТР АВЕН

Личность Петра Авена, президента «Альфа-Банка», всегда приковывала к себе внимание: он работал в правительстве Егора Гайдара, создал один из крупнейших и самых надежных банков России, а также заявил на всю страну об ошибках реформаторов. Петр Авен признан лауреатом номинаций ИНЭС/ЭС в категории «Управленец года».

– В нашей стране не самые благоприятные условия для развития бизнеса. Как Вам удается успешно работать, несмотря ни на что?

– Мы живем и работаем в России и уезжать не собираемся, поэтому приходится адаптироваться. Это во-первых, а во-вторых, я бы не сказал, что ситуация безнадежна. Мне кажется, она улучшается: налицо позитивные изменения в налоговом законодательстве; баланс распределения доходов между федеральным бюджетом и регионами ощутимо смещается в пользу федерального центра, хотя этого, конечно, недостаточно. Я уверен, что мы с каждым годом будем жить все лучше и лучше. Вопрос, насколько лучше? Китайская экономика, например, растет на 10 % в год. Если мы не сможем экономически противостоять Китаю, то потеряем Сибирь и Дальний Восток. Мы просто обязаны быть сильнее. Пока что Россия сдает свои позиции в мировых рейтингах. Определенные шаги, направленные на улучшение положения, уже предпринимаются, но это делается медленно и не

* Цит. по: Авен, П. Жесткие правила как прелюдия корпоративной культуры // Экономические стратегии. – Т. 2. – 2000. – № 6. – С. 80 – 85.

всегда последовательно, что не позволяет обеспечить необходимых темпов экономического роста.

– ***Какой Вам видится Россия через 10 лет?***

– Нашей стране необходимы серьезные реформы. Трудно сказать, дождемся ли мы их в течение ближайших лет, но рано или поздно это случится. Практика показывает, что радикальные преобразования требуют времени. Карлос Менем, например, начал реформы в Аргентине только через полтора года после прихода к власти. Реформы сегодня так же неизбежны, как и в эпоху Петра I. Россия не может занимать промежуточное положение между Востоком и Западом. Уверен, что ее будущее – на Западе, и она сделает определенные шаги в этом направлении. Надеюсь, произойдет это при Путине. Сейчас мы приблизительно на сотом месте по доходам на душу населения, если ничего не изменится, то через 10 лет окажемся на сто двадцатом и будем жить в стране, похожей на сегодняшнюю Россию: с тяжелым бюджетом, неэффективной социальной сферой, остатками большой науки, которая, я надеюсь, окончательно не умрет. Постепенно теряя свою ядерную исключительность, мы можем потерять и свое политическое влияние в мире. Мне бы этого не хотелось.

– ***Как Вы считаете, можно ли сегодня отождествлять два понятия – элита и олигархия?***

– У нас сейчас нет олигархов, я имею в виду людей из бизнеса, которые реально влияют на власть, как это, например, было при Ельцине, когда Березовский официально или полуофициально формировал политику отношений России и стран СНГ. Бизнес умеет решать свои проблемы во взаимоотношениях с властью, при этом одни отрасли или компании получают определенные преимущества за счет других. Что касается элиты, то, на мой взгляд, ее генезис еще не завершился, поэтому пока трудно сказать, есть ли у нас элита, а тем более определить ее состав.

– ***А что Вы лично понимаете под элитой?***

– Настоящая элита – это просвещенная и внутренне не коррумпированная прослойка населения, это такая социальная группа, в которой общественное, безусловно, превалирует над личным, а национальные интересы являются доминирующими. В России есть люди, которые отвечают подобным требованиям, но их мало. Основная мас-

са тех, кто считает себя элитой, – это тщеславная, эгоистичная, любящая деньги «тусовка». Другой элиты у нас пока нет.

– ***Каких перемен Вы ждете в будущем?***

– Будущее вероятно. Задумываясь над тем, что может произойти через 10 лет, не следует забывать, что через полгода, не дай Бог, конечно, каждый из нас может попасть в катастрофу. Что касается страны, то есть два базисных сценария: один – это радикальные перемены через год-два, в результате которых мы сможем существенно укрепить экономику и к концу десятилетия достичь устойчивых темпов роста в пределах 7 – 8 %. Это позволит нам привлечь значительные инвестиции и составить конкуренцию Китаю. Второй сценарий – та стагнация, о которой я уже говорил. Оба варианта сегодня кажутся в равной степени возможными.

– ***Обратимся непосредственно к Вашей работе. Каков алгоритм выработки новых идей в «Альфа-Банке»?***

– Банк – дело традиционное. Не могу сказать, что мы целенаправленно генерируем новые идеи, скорее, пытаемся привнести их с Запада и поэтому пользуемся услугами американских специалистов. Нас постоянно консультируют ведущие компании: «Brain», «McKinsey», «Boston Consulting». «McKinsey» оказала нам существенную помощь в создании схемы организации бизнеса, в том числе работы с частными клиентами. Сейчас мы делаем упор именно на это. Наши идеи суть не что иное, как трансформированный опыт западной банковской системы.

– ***Какими методами Вы прививали западную бизнес-культуру на отечественной почве?***

– С одной стороны, заставляли читать, учиться, а с другой – наказывали материально. У нас зарплата состоит из двух частей, выдаваемых ежемесячно. Назначается также премия, которая выплачивается, если нет нарушений. В случае, когда таковые имеются, эта премия сокращается.

– ***С помощью зарубежных консультантов можно научиться фактически всему?***

– Любого человека можно заставить работать по правилам.

– ***То есть правила существуют?***

– И очень жесткие. У нас пока отсутствует надлежащая культура бизнеса, поэтому правила необходимы. Люди иногда по-разному по-

нимают, что они должны делать и как. Мы сейчас регламентировали даже работу с клиентами: заниматься этим запрещено всем, кроме специальных отделов (фронт-офисов), численность сотрудников которых составляет от 5 до 10 процентов общего числа наших служащих. Если клиенты бегают по банку, это безобразие. За каждого клиента должен отвечать конкретный служащий, которому вменяется в обязанность решать все его проблемы. Это правило неукоснительно соблюдается в западных банках. У нас ушло два года на то, чтобы внедрить такие регламенты.

– ***Каковы критерии подбора кадров в «Альфа-Банке»?***

– Это прежде всего грамотность, оперативность, порядочность. Как я уже сказал, наш банк создавался по образу и подобию западных аналогов. Поэтому с иностранцами нам работать просто. Тем не менее мы готовим им замену, делая ставку на российскую молодежь, прошедшую школу западного бизнеса, ведь иностранцам нужно сильно переплачивать.

– ***Какова стратегия банка, кто занимается ее разработкой и какое место в ней отводится реальному сектору?***

– Мне кажется, стратегия – это переоцененное слово в отношении бизнеса. Стратегия на самом деле очень простая. Мы хотим сделать большой универсальный банк. Сказать, что кто-то пишет стратегию или она существует, такого нет.

Что касается реального сектора, то ему посвящен почти весь кредитный портфель «Альфа-Банка». Кстати, я считаю, что государство должно поддерживать те сферы, где формируется частный сектор, скажем, в сельском хозяйстве – это сахарная промышленность. Ее сегодня нужно защищать.

– ***Какие аспекты управления большой организацией Вам кажутся не самыми приятными?***

– Вопрос не совсем ко мне. Я не занимаюсь текущей ежедневной работой. Сейчас это вменяется в обязанность главному управляющему, директору банка Александру Кнастеру и в какой-то мере – председателю совета банка Михаилу Фридману. В мои функции входит стратегическое планирование и контакты с крупнейшими клиентами, государственными организациями, зарубежными партнерами.

Если говорить о том, чего я не люблю, то самое неприятное – это необходимость общаться с клиентом, когда делать этого не хочет-

ся. Приходится, например, уговаривать малосимпатичных людей работать с банком. Для меня это большая нагрузка. Еще я не люблю повторять одно и то же много раз, не умею вдалбливать. Таким талантом в полной мере обладает Михаил Фридман, уже и поэтому он, безусловно, лучший организатор, чем я. Будучи человеком реактивным, предпочитаю работать с энергичными, деловыми людьми, например с Сергеем Глазьевым: он быстро принимает решения. Зато я обладаю одним очень важным для руководителя качеством: люблю и умею систематизировать. Я давно заметил, что получаю удовольствие, когда сортирую книжки... Систематизация как процесс доставляет человеку наслаждение, особенно если он занимается управлением.

Приложение 3.2

Бланк интервью

Компания:	
Фамилия:	
Имя:	
Телефон	
Должность	

Добрый день, Татьяна Михайловна.

Вам звонят из компании «Профессионал». Мы проводим исследование о том, какие вопросы, связанные с развитием российских компаний, актуальны для обсуждения на семинарах или «круглых» столах. Мы просим Вас выступить в роли эксперта и поделиться своим мнением. Вы согласны?

(Если «нет», то: Возможно, у Вас найдется время позже. Когда можно перезвонить? Если «да», то: Для этого надо ответить на несколько вопросов. Это займет у Вас приблизительно 7 – 8 минут).

Вопрос 1

Скажите, пожалуйста, актуально ли для Вас участие в деловых профессиональных встречах:

1. Да.
2. Нет.
3. Не знаю.

4. Прочее.

Вопрос 2

Учитывая специфику деятельности Вашей компании, назовите актуальные вопросы, по которым Вы хотели бы получить квалифицированный ответ.

Вопрос 3

Какой формат должны иметь деловые встречи?

1. Разовые встречи.
 1. Постоянные встречи, то есть еженедельные собрания.
 2. Бизнес-клуб.
 3. Интернет-сообщество, то есть обсуждение в формате форума.
 4. Прочее.
-

Вопрос 4

Что должны получить участники в результате данных встреч?

1. Обмен информацией.
 2. Совместное решение сложных вопросов.
 3. Разработку новых техник работы (например, в таких областях, как кадры, мотивация, маркетинг, финансы и т.д.).
 4. Рекламу Вашей компании благодаря участию СМИ в деловых встречах.
 5. Прочее.
-

Вопрос 5

Нужна ли, на Ваш взгляд, Интернет-поддержка для деловой встречи?

1. Да.
2. Нет.
3. Затрудняюсь сказать.

Если «нет», то нижеследующие вопросы А и Б не задаются. Если «да», то:

А. Какая Интернет-поддержка уместна для деловых профессиональных встреч?

1. Сайт – «визитная карточка».
2. Сайт – «хранилище информации».
3. Сайт – «новостной ресурс».
4. Сайт – «информационный портал».
5. Прочее.

Б. Уточните, пожалуйста, какая информация должна размещаться на Вашем варианте сайта?

Вопрос 6

Скажите, пожалуйста, какие вопросы требуют решения в Вашей компании?

1. Повышение уровня продаж, увеличение сбыта.
 2. Организация каналов для получения маркетинговой информации.
 3. Активное продвижение продуктов компании на рынке, расширение рынков сбыта.
 4. Организационная структура компании. Структура отдела сбыта (создание дилерской сети).
 5. Управление филиалами и дочерними компаниями.
 6. Управление издержками, снижение издержек, перенос финансовой нагрузки, минимизация расходов и издержек.
 7. Оптимизация налогообложения.
 8. Создание документооборота и корпоративных стандартов.
 9. Создание систем мотивации персонала.
 10. Формирование команды.
 11. Обучение персонала.
 12. Прочее.
-

Вопрос 7

Что из перечисленного выше требует решения постоянно?

Вопрос 8

Какие вопросы, связанные с развитием Вашей компании, вы считаете наиболее важными?

1. Инвестирование.
2. Налоговое планирование.
3. Продажи.

4. Кадровые вопросы.
5. Другое (что конкретно).

Вопрос 9

Считаете ли Вы полезным привлечение внешних консультантов к решению поставленных задач?

1. Да.
2. Нет.
3. Затрудняюсь сказать.

Если «да», то:

А. Каким Вы видите их участие?

1. Диагностика и анализ текущего состояния дел.
2. Консультирование по проблеме.
3. Разработка необходимых корпоративных документов.
4. Другое.

Б. В чем Вы видите результат их работы?

1. Аналитический отчет по итогам изучения бизнес-процессов компании.
2. Рекомендации по оптимизации бизнес-процессов.
3. Обучающие программы.

Вопрос 11

Из каких источников Вы обычно узнаете информацию об услугах консалтинговых компаний?

1. Из Интернета (определить источник (сайты), но не рассылки).
2. Из газет (определить источник).
3. Из журналов (определить источник).
4. От друзей и коллег.
5. Из семинаров.
6. От руководства.

Татьяна Михайловна, спасибо Вам за то, что помогли нам и дали свою экспертную оценку.

Интервью проводил (а)

Раздел 4

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ ИНТЕРВЬЮ: ВИДЫ И ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ

4.1. Телефонное интервью

Цели занятия – получение навыков телефонного общения с респондентом, умение договариваться о проведении исследовательского интервью.

Вводные замечания. Общение по телефону отличается от непосредственного «живого» общения тем, что партнеры ориентируются лишь на голосовые данные собеседника, и от их голосовых особенностей во многом зависит понимание смысла сказанного. Такое общение кажется более легким, поскольку телефон избавляет интервьюера от необходимости заботиться о внешнем облике. В случае телефонного контакта не надо контролировать жесты и походку, продумывать одежду и аксессуары. Поэтому, на первый взгляд, может показаться, что при телефонном интервьюировании достаточно иметь гибкий послушный голос и хорошо понимать цель беседы. Однако и то и другое требуют со стороны интервьюера специальных усилий. Опытные интервьюеры знают, какое значение при телефонном общении имеют акустическая и смысловая составляющие речи. В характеристиках голоса выражаются различные функциональные и эмоциональные состояния человека, и то, как это происходит, давно интересует психологию. Основы данного направления психологических исследований были заложены Ч. Дарвином в работе «О выражении эмоций у человека и животных» (1872). На фонетическом уровне эмоционально-оценочное отношение человека к действительности проявляется в разнообразных формах эмоционально-экспрессивной интонации, передающей оттенки чувств и переживаний: страха, любви, ненависти, уверенности, гнева и т.д.

Речь является наиболее информативным средством передачи информации. Интервьюер прибегает к телефонному интервьюированию вынужденно, чаще всего тогда, когда необходимо оперативно связаться с респондентом, а тот в силу объективных причин не может

встретиться непосредственно. В случае исследовательского интервью телефонное общение затрудняет установление доверительного контакта и лишает интервьюера возможности наблюдать невербальное поведение респондента. Поэтому обычно интервьюер общается с респондентом по телефону тогда, когда ему необходимо договориться о личной встрече для получения интервью в благоприятных условиях или когда интервью возможно только на основе телефонного контакта. В последнем случае предполагается деловое интервью (для сбора информации о социальных объектах), а не личностное (раскрывающее внутренний мир человека).

Телефонное общение осуществляется в соответствии с нормами этикета, поскольку их нарушение может помешать установлению и поддержанию контакта с респондентом. Завершение телефонного общения должно быть приятным. Это важная часть диалога интервьюера с собеседником, поскольку она позволяет сделать конец интервью запоминающимся; выразить внимание и благодарность собеседнику, свою благодарность за деловое содействие; взять контактную информацию для дальнейшего взаимодействия; выяснить, когда можно вновь обратиться к респонденту.

Оснащение занятия: видеоаппаратура для записи и последующего обсуждения стиля общения интервьюера с собеседником.

Порядок работы

I. Знакомство с правилами телефонного этикета. Чтение текста о культуре телефонного общения (прил. 4.1). Вопрос студентам: Чем еще можно дополнить прочитанные рекомендации?

II. Тренинг общения с секретарем. Ситуация телефонного звонка, когда секретарь не хочет соединить с руководством (лицом, у которого нужно взять интервью). Ситуация проигрывается несколько раз. Ее участники сидят спиной друг к другу, чтобы создать видимость телефонного общения. После проигрывания проводится просмотр видеозаписи и анализ телефонных разговоров. Анализ помогает прийти к выводу, что для общения с секретарем необходимы стандартные фразы, позволяющие сохранять самообладание, даже если тот недоброжелателен. Начинаящий интервьюер в ситуации барьера способен забыть о цели интервью и деталях, связанных с организацией встречи, тогда как фразы, подготовленные заранее, помогают справиться с ситуацией и реализовать поставленную цель (примерный вариант общения с секретарем приводится в прил. 4.2).

III. Упражнение «Речевой портрет телефонного собеседника». Работа в парах. Рассказать собеседнику две истории: приятную (например, рассказ о любимом празднике) и неприятную (например, воспоминание о неудовлетворительном ответе на занятиях). Затем проанализировать особенности речи партнера по следующим показателям:

– *голосовые данные*: скорость речи, ритм (снижение, повышение скорости в зависимости от содержания), громкость речи, отчетливость речи, высота голоса, окраска его звучания, энергичность/вялость речи, дыхание собеседника, паузы, междометия, характерные звуки;

– *тип речи*: монолог, диалог;

– *характеристики высказывания*: вопросы, сообщение фактов, выражение отношения или чувств; аргументы, доказательства, выводы;

– *оценка чего-либо*: позитивная/ негативная.

IV. Задания для самостоятельной работы. Подготовьте стандартизованное интервью для исследования восприятия СМИ. Для разработки интервью используйте следующую литературу: 1. Богомолова, Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. – М. : Изд-во МГУ, 1991. – 127 с.; 2. Матвеева, Л. В., Аникеева, Т. Я., Мочалова, Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. – М., 2000. – С. 333 – 338; 3. Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество. – М., 2003. – С. 206 – 210.

Контрольные вопросы

1. Когда интервьюеру приходится общаться по телефону?
2. Какого типа интервью можно получить в процессе телефонного общения?
3. Почему интервьюер стремится соблюдать этикет телефонного общения?

Список литературы

1. *Кузнецов, М.* Как позволить другим делать по-вашему (речевые и поведенческие стратегии журналиста) : учеб.-практ. пособие / М. Кузнецов, И. Цыкунов. – М. : ПРИОР, 2001. – 112 с. – ISBN 5-7990-0277-6.
2. *Рыбкин, И. В.* Эффективный телефонный контакт / И. В. Рыбкин. – М. : Ин-т общегуманитар. исслед., 2005. – 144 с. – ISBN 5-88230-158-0.

4.2. Анализ проведенных интервью

Цель занятий – сформировать умения и навыки проведения полуструктурированного индивидуального интервью

Вводные замечания. Наиболее эффективным способом обучения интервьюированию считается активное участие в проведении учебных интервью и их анализе. Обсуждение только что проведенного интервью позволяет оперативно выявить недочеты и ошибки, увидеть и сравнить разные индивидуальные стили интервьюирования. Собственная активность на таких игровых занятиях развивает у будущих интервьюеров способность к импровизации, находчивость и наблюдательность.

Однако любая роль, которая только осваивается, не может быть сыграна успешно, поскольку играющий имеет о ней поверхностное представление. Поэтому, овладевая ролью интервьюера, студенты сначала смотрят, как в этой роли выступали их предшественники (просмотр видеозаписей студенческих интервью), и участвуют в обсуждении сильных и слабых сторон просмотренных интервью. Такое обсуждение предполагает анализ внешних данных интервьюера, его невербального поведения, уровня его подготовленности к интервью, умения контролировать как логику и полноту раскрытия темы, так и эмоциональное состояние респондента на протяжении интервью. Наблюдение за работой других обеспечивает адаптацию к роли интервьюера, дает опору для грамотного поведения в процессе интервьюирования.

Затем студенты осваивают роль интервьюера, участвуя в имитационных учебных играх. Важно, чтобы при организации этих игр соблюдалось правило постепенного усложнения условий игры. Вначале ситуация интервьюирования полностью соответствует традиционной схеме, разобранный на теоретических занятиях. Но затем от упражнения к упражнению в этой схеме начинают появляться неожиданные изменения: меняются обстоятельства интервьюирования или, например, интервьюер должен выступить в роли человека другой возрастной категории. Такие изменения помогают студентам справляться с обстоятельствами, которые интервьюер не всегда может предусмотреть, приучают быстро реагировать, замечать новые нюансы в поведении респондента, стимулируют творческий поиск, развивают аналитические навыки. Соединение игрового и профессионального начал повышает интерес к обучению, а совместное групповое обсуждение собственных интервью дает опыт коллективного взаимодействия.

Оснащение занятия: видеозаписи учебных интервью студентов, биография телеведущего А. Малахова.

Порядок работы

I. Просмотр видеозаписей учебных интервью студентов и их коллективное обсуждение в соответствии со следующими критериями:

- 1) адекватность проведенного интервью цели опроса;
- 2) соответствие структуры интервью требованиям, которые к ней предъявляются;
- 3) контроль интервьюера за раскрытием темы респондентом;
- 4) мотивационный контроль в процессе получения интервью.

II. Экспресс-интервью. Студенты в микрогруппах разрабатывают совместное интервью с популярной современной личностью (актером, спортсменом, ученым, общественным деятелем по выбору студентов). Каждая микрогруппа берет интервью у одного и того же персонажа по отдельной возможной теме. Например: интервью у телеведущего Андрея Малахова берут на темы: 1. «Путь "звезды"»; 2. «Отношение к телевидению»; 3. «Коллеги телеведущего»; 4. «А. Малахов – актер кинематографа». «Звездное» интервью относится к интенсивно развивающимся формам массовой коммуникации и представляет собой специфическую разновидность интервью, которая отличается следующими особенностями: возможным нетрадиционным вступлением; зависимостью содержания и структуры интервью от социального статуса интервьюируемого; более активной ролью интервьюера; использованием нетрадиционных источников информации; открытым обсуждением третьих лиц [2]. Тексты «звездных» интервью интересны тем, что отражают значительные изменения в языковых вкусах и речевом поведении нашего современника.

III. Упражнение на формирование умения провести интервью в трудных условиях (присутствие третьего лица). Ролевая игра, когда в ситуации интервью возникает третье лицо (коллега, родственник или друг интервьюируемого, проявляющий активный интерес к происходящему). Начинаящий интервьюер испытывает растерянность, проявляет неумение нейтрализовать третье лицо. Видеозапись интервью и обсуждение.

IV. Задания для самостоятельной работы. Предварительное обращение к биографии выдающегося психолога (самостоятельный выбор студента) и составление вопросника для воображаемого интервью с ним.

Список литературы

1. *Макурина, О. А.* Имидж «звезды» и «звездное» интервью / О. А. Макурина // Ярослав. пед. вестн. – 2006. – № 2. – С. 27 – 29. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=10365302> (дата обращения: 24.10.13).
2. *Швец, Е. В.* "Звездное" интервью в коммуникативно-прагматическом аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Швец Е. В. ; Воронеж. гос. архитектурно-строит. ун-т. – Воронеж, 2008. – 23 с. – URL: http://www.kantiana.ru/science.old/avt_shvec.doc (дата обращения: 24.10.13).

4.3. Биографическое интервью

Цель занятия – овладение методом биографического интервью.

Вводные замечания. Материалы, собранные на основе биографических интервью, являются ценным источником научных данных. В них отражаются общие исторические события и факты биографии отдельного человека – интервьюируемого. Если в его роли выступает ученый, то он, включая в повествование рассказ о коллегах и научном сообществе, может отразить борьбу научных идей, становление новых теорий и парадигм, поскольку их возникновение и развитие всегда связаны с биографией конкретных представителей научных направлений [1, с. 4]. Свидетельства и воспоминания, которые содержатся в тексте биографического интервью, помогают воссоздать этапы развития общественной или научной мысли, провести реконструкцию научных открытий и идей. Безусловно, в большей мере биографическое интервью предназначено для изучения творческой личности, тогда как применение биографического интервью для изучения истории науки или судьбы целого поколения имеет вспомогательный и дополнительный характер.

Как правило, биографические интервью различаются соотношением личных и профессиональных тем, количеством и объемом воспоминаний о значимых событиях как профессиональных, так и автобиографических. Особенностью таких интервью является наличие в них важных для автора идей мировоззренческого характера [1, с. 98 – 99]. Респондент сообщает их, обращаясь к фактам профессиональной деятельности или к событиям автобиографического плана. Такие философские размышления могут вызывать нарушения в логике интервью, но неизменно углубляют портрет интервьюируемого, раскрывают его как личность.

Считается, что более яркие биографические интервью получает интервьюер, равный по статусу интервьюируемому, знакомый ему и пользующийся доверием. Однако биографические интервью, проведенные обычными грамотными интервьюерами, также обладают научной ценностью, поскольку если интервьюер ориентируется в теме, имеет разработанный вопросник и в процессе интервью придерживается его главного направления, то он собирает материал менее яркий, но сопоставимый по ряду намеченных тем. Благодаря этому в биографических интервью, проведенных более отстраненным и унифицированным способом, возникает общая линия, облегчающая анализ интервью по большинству позиций.

Сложилась традиционная схема проведения биографических интервью с деятелями науки. Обычно она содержит следующие темы (смысловые блоки): родительская семья, особенности воспитания, поиск собственного пути в юношеские годы, обучение и профессиональное становление, наставники и их влияние, круг научных интересов, вклад в науку, основные труды, характерные эпизоды личной и научной жизни, статус в профессиональном сообществе, итоги творческого пути.

Так, в социологических исследованиях используется вариант вопросника на тему «Профессиональная карьера» для изучения профессионального пути ученого. Он включает анкету (паспортчку) и путеводитель недирективного типа для слабоформализованного интервью. Путеводитель представляет собой список основных положений (тем), которые следует осветить в интервью: «1) основные этапы карьеры, мотивы выбора профессии; представления о профессии, типе работы при поступлении в вуз и при выборе места работы; последующие смены основных мест работы, формирование и развитие исследовательских интересов; 2) интеллектуальные и идейные влияния; 3) профессиональные контакты, связанные с совместной работой, работой на «общем тематическом поле», получением и оказанием помощи и поддержки («учителя», «ученики»), идейным противостоянием и нанесением вреда (враги, недоброжелатели); прочие значимые контакты; 4) профессиональные достижения; 5) поколенческая преемственность в семье; 6) перспективы и проекты дальнейшей работы; 7) возможные жизненные сценарии – лучший, худший; желательный с настоящей точки зрения; 8) оценка жизненного успеха, общая удовлетворенность жизнью.

На основе такого вопросника строятся следующие переменные: 1) основные события, называемые респондентом, типы событий; частота событий; связи между ними; 2) ситуации принятия наиболее важных решений («поворотные моменты», кризисные точки) и их мотивация: выбор профессии, направлений исследований, руководителей, мест работы и т. д.; 3) наличие привязанности к определенной институции (организации), частота их смены; 4) основные источники доходов; 5) взаимоотношения с научным сообществом, объем и интенсивность контактов; 6) основные источники влияния (люди, книги, идеи и т. д.); 7) достижения и виды признания; 8) факторы, прямо или косвенно способствующие развитию карьеры или препятствующие ей» [1, с. 100].

После проведения интервью на основе этих переменных строятся карьерные профили ученых и проводится их типологизация [там же].

Однако, как правило, если интервьюер имеет дело с незаурядной личностью, трудно придерживаться унифицированной схемы повествования, так как респонденты, обладая личностным своеобразием и неповторимым стилем мышления, дают яркие авторские рассказы.

Наиболее повторяющимся элементом в таких биографических интервью является обсуждение автором состояния и перспектив развития той научной области, в которой осуществляется его профессиональная деятельность.

Оснащение занятия: учебное интервью П. Б. Гурвича (прил. 4.3); видеоаппаратура для записи имитационной игры с ее последующим обсуждением; презентация, раскрывающая этапы биографии П. Я. Гальперина (прил. 4.4).

Порядок работы

I. Анализ свободного интервью биографического плана (см. прил. 4.3) по следующим вопросам: 1) структура вопросника (логическая последовательность, виды вопросов, логический объем вопросов); 2) отбор биографического материала и его соответствие целям интервью; 3) качество отредактированного текста (читаемость интервью, сохранность особенностей речи респондента).

II. Составление вопросника для воображаемого интервью П. Я. Гальперина (см. прил. 4.4) на основе презентации его биографии с последующим проигрыванием интервью.

III. Ролевая игра «Интервью со знаменитым ученым» на основе подготовленного домашнего задания. Наблюдения за интервью по составленному дома вопроснику проводятся на основе показателей, представленных в таблице.

Протокол наблюдения в процессе интервьюирования¹

Объект наблюдения	Поведенческие реакции участников интервью	Ситуация проявления
<i>Респондент</i>	<i>Адекватность ответа</i>	
	<i>Затрудненность ответа</i>	
	<i>Неадекватность ответа</i>	
	<i>Потребность в уточнении вопроса и подготовки к ответу</i>	
	<i>Затруднения, вызванные присутствием другого лица или записью беседы</i>	
	<i>Обращение к дополнительным источникам информации</i>	
	<i>Сомнения в адекватности ответа</i>	
<i>Интервьюер</i>	<i>Повторение вопросов, предусмотренных сценарием</i>	
	<i>Предложение вопроса, не предусмотренного сценарием, не провоцирующего определенного ответа (недирективная просьба)</i>	
	<i>Предложение вопроса, не предусмотренного сценарием, провоцирующего определенный ответ (директивная просьба)</i>	
	<i>Уточнение содержания вопроса</i>	

¹ Поведенческие реакции приводятся в книге: Матвеева, Л. В. Психология коммуникаций: методология, модели, методы : учеб. пособие. – М. : Акрополь, 2011. – С. 129 – 130. – 160 с. – ISBN 978-5-98807-051-1.

IV. Задания для самостоятельной работы. Разработка вопросника и проведение свободного интервью на тему «Иностранный студент в России» (респондент подбирается самим студентом).

Контрольные вопросы

1. Чем отличается биографическое интервью от других видов интервью?
2. Каким должно быть соотношение профессиональных и автобиографических моментов в биографическом интервью?
3. Перечислите основные положения, которые рассматриваются в биографическом интервью.

Список литературы

1. Мазлумянова, Н. Я. Биографические интервью с российскими социологами : методико-методологические аспекты / Н. Я. Мазлумянова // Социолог. журн. – 2007. – № 2. – С. 88 – 108.
2. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – М. : Добросвет, 2001. – 596 с.

4.4. Интервью о жизненной истории

Цель занятия: углубить полученные на лекциях знания о нарративной психологии и интервью как методе нарративной психологии; умение проводить личностное глубинное интервью.

Вводные замечания. Методика «Интервью о жизненной истории» Д. Макадамса создана в нарративной психологии для исследования Я и идентичности. Методика уже получила признание в зарубежной академической психологии [2, с. 9], но в отечественной практике применяется редко. Теоретические основания методики рассмотрены в работах ее автора [3, 4] и в трудах российского исследователя Ф. И. Барского [2]. В русле нарративной психологии жизненная история (life-story) является той конфигурацией личной идентичности, которая сохраняет динамику ее изменений от прошлого к будущему. Жизненная история позволяет вписать мир отдельного человека в

масштабы истории и социальной действительности. Интервью дает материал о культурных темах, маргинальных и типичных для общества, с точки зрения существующей культуры. Автор подчеркивает, что оно имеет психодиагностический, а не терапевтический характер. Все разъяснения к интервью даются Д. Макадамсом во вступительной части (брифинге). Для качественного проведения интервью особенно важно: 1) разъяснение респонденту, что интервью не ставит своей целью моральную или профессиональную оценку рассказанных историй; 2) равенство статусов собеседников [2, с. 29].

Специфика качественного интервью в том, что исследователь и испытуемый превращаются в нем в собеседников. Характер их общения становится главным условием успешного интервью. Значимым фактором является доверие респондента к исследователю. Доверительные отношения позволяют исследователю задавать глубинные личностные вопросы; понимать не только то, что сказано, но и то, что пытался выразить интервьюируемый. Только такой доверительный контакт позволяет увязать рассказы на личные темы в общую картину жизненного пути респондента.

Оснащение занятия: методика «Интервью о жизненной истории» Д. Макадамса [3].

Порядок работы

I. Проведение интервью. Оно осуществляется в течение занятия. Процедура проведения интервью несколько отличается от требований Д. Макадамса [4]. Студенты работают в микрогруппах: интервьюер и респондент, два студента, которые по очереди осуществляют запись интервью, и студент, выполняющий роль эксперта-супервизора. Необходимость двух записывающих объясняется объемом интервью и временными затратами на него². Запись на диктофон не только желательна, но и возможна, однако не проводится потому, что студентам необходим текст для анализа материала интервью на следующем занятии, когда оно будет обрабатываться и анализироваться.

² Продолжительность интервью в студенческих группах обычно составляла приблизительно 1,5 часа, в отличие от тех 2 часов, которые называются в интервью автора – Д. Макадамса.

Наличие супервизора позволяет учащимся увидеть контроль надежности и валидности данных. Осуществляя независимое включенное наблюдение, студент-супервизор фиксирует в кодировочной таблице невербальное поведение респондента и интервьюера в процессе проведения интервью (см. с. 67). Комплексность процедуры проведения интервью «Жизненная история» позволяет уменьшить потери информации и облегчает анализ и интерпретацию результатов на стадии обработки материалов интервью.

Вопросник интервью «Жизненная история»

Вступление

Это интервью об истории Вашей жизни. Как психолог, я заинтересован(а) в том, чтобы услышать историю Вашей жизни, включающую прошлое (так, как вы его помните) и будущее (как Вы его себе представляете). История не должна включать в себя все, что когда-либо случилось с Вами, расскажите ее выборочно. Я прошу Вас сосредоточиться на нескольких ключевых моментах Вашей жизни. Не думайте о правильных или неправильных ответах на мои вопросы, поскольку Ваша задача – просто рассказать о некоторых наиболее важных моментах Вашей жизни, бывших в прошлом и возможных в будущем³.

Наше интервью будет продолжаться приблизительно полтора часа или даже меньше.

Помните, что в мои цели не входят глубокий клинический анализ интервью или «сеанс терапии». Это исследовательское интервью, и его основной целью является Ваша жизненная история. Мы, психологи, собираем истории жизни людей, чтобы понять наше общество и те способы, которые используют современные люди, живущие в нем и желающие разобраться в себе и своей жизни. Все, что Вы сообщите должно быть сказано добровольно, и мы обещаем Вам соблюдать анонимность и конфиденциальность.

Я думаю, что интервью будет приятным для Вас. Есть ли у вас вопросы?

А. Жизнь

Думая об истории своей жизни, представьте, пожалуйста, что это книга или роман. Как книга, она может иметь оглавление, которое

³ В переведенном варианте вопросника на основе опыта применения интервью сокращено незначительное количество повторяющихся вопросов.

содержит названия основных глав Вашей истории. Для начала, пожалуйста, опишите вкратце, какие основные главы могут быть в Вашей книге. Дайте каждой главе название, коротко опишите, чему посвящена каждая глава, и скажите несколько слов о том, как развиваются события от одной главы к другой. Как рассказчик делайте обобщение в конце каждой главы и всего сюжета в целом. Ваша книга может иметь столько глав, сколько вы захотите, но я хочу предложить, чтобы она включала примерно от 2 до 7 глав. Первая часть интервью должна занимать не более 20 минут, поэтому желательно, чтобы Ваше описание глав было достаточно коротким.

(Интервьюер должен, не стесняясь, задавать уточняющие вопросы на протяжении всего интервью, особенно в его первой части. Продолжительность первого раздела интервью – от 15 до 30 минут).

В. Ключевые сцены истории жизни

Теперь, когда вы описали общую сюжетную канву вашей жизни, я бы хотел, чтобы вы сосредоточились на нескольких ключевых сценах, которые выделяются в истории. Ключевой сценой может служить событие или конкретный инцидент, который произошел в определенное время и в определенном месте. Ключевые сцены – это моменты в истории Вашей жизни, которые выделяются Вами, возможно, потому что были особенно хорошими или плохими, особенно яркими, важными или запоминающимися. О каждом из восьми ключевых событий, которые мы будем рассматривать, я прошу Вас подробно рассказать: что произошло, когда и где это произошло, кто был вовлечен в происходящее, какие мысли и чувства эти события вызывали у Вас. Кроме того, я прошу Вас объяснить, почему эта конкретная сцена важна или значительна для Вашей жизни. Что эти сцены говорят о Вас как о человеке? Пожалуйста, будьте конкретны.

1. Высокая точка. Пожалуйста, опишите сцену, эпизод или момент Вашей жизни, из которого Вы вынесли положительный опыт. Это может быть высшая точка всей вашей жизни или же особенно счастливый, радостный, захватывающий момент Вашей истории.

Пожалуйста, опишите этот момент подробнее. Что случилось, когда и где, кто в нем участвовал, о чем Вы тогда думали и что чувствовали? Кроме того, следует коротко пояснить, почему вы считаете этот момент настолько хорошим и что он говорит о Вас как о человеке.

2. Низкая точка. Вторая сцена противоположна первой. Вспоминая всю свою жизнь, назовите ту сцену, которая выделяется как низкая точка в истории Вашей жизни. Хотя это событие неприятное, буду признателен Вам за детальный рассказ о нем. Что произошло, где и когда, кто был участником событий, о чем Вы тогда думали и что чувствовали? Кроме того, объясните, почему Вы думаете, что данный момент был настолько плохим, и что эта сцена может сказать о Вас или Вашей жизни. *(Если респондент неохотно говорит об этом случае, скажите ему или ей, что это событие на самом деле не столько самая низкая точка в истории, а, скорее, лишь какой-то очень неудачный опыт).*

3. Поворотный момент. Оглядываясь на свою жизнь, выделите некоторые ключевые моменты – поворотные события, которые привели к важным изменениям в Вас или Вашей жизненной истории. Пожалуйста, определите конкретный эпизод в истории Вашей жизни, который Вы теперь рассматриваете как поворотный момент. Если Вы не можете четко определить ключевой поворотный момент, пожалуйста, опишите некоторое событие в Вашей жизни, которое вызвало в Вас важные изменения. Опять же, говоря об этом событии, пожалуйста, опишите, что произошло, где и когда, кто принимал в нем участие и что вы думали и чувствовали. Кроме того, скажите, пожалуйста, несколько слов о том, что, по вашему мнению, это событие говорит о Вас как о личности и о Вашей жизни.

4. Положительные воспоминания детства. Четвертая сцена ранних воспоминаний относится к периоду детства или подростковому возрасту и выделяется как в некотором роде особенно положительная. Это событие сделало очень позитивными, счастливыми воспоминания Ваших ранних лет. Пожалуйста, опишите этот эпизод в деталях. Что произошло, где и когда, кто принимал в нем участие, каковы были Ваши мысли и чувства? Кроме того, что эти воспоминания говорят о Вас или о Вашей жизни?

5. Отрицательные воспоминания детства. Пятая сцена ранних воспоминаний относится к периоду детства или подростковому возрасту и выделяется как особенно отрицательная. Она связана с негативными событиями Ваших ранних лет, возможно, вызвавшими печаль, страх или другие очень неприятные эмоциональные переживания. Пожалуйста, опишите эти тягостные воспоминания в деталях.

Что произошло, где и когда, кто участвовал в этих событиях, какие у Вас были мысли и чувства? Кроме того, что эти воспоминания говорят о Вас или о Вашей жизни?

6. Светлые воспоминания из взрослой жизни. Обратившись к Вашим взрослым годам, назовите одну сцену, о которой Вы еще не говорили. Другими словами, не повторяйте эпизоды позитивного или негативного характера, поворотный момент. Эта сцена должна выделяться как особенно яркая или исполненная особого смысла. Она должна быть особенно запоминающейся, яркой или важной сценой, положительной или отрицательной в Вашей взрослой жизни. Пожалуйста, опишите эту сцену в деталях, скажите, что произошло, когда и где, кто принимал участие и что Вы думали и чувствовали тогда. Кроме того, что эти воспоминания говорят о Вас или Вашей жизни?

7. Проявление мудрости. Пожалуйста, опишите событие в Вашей жизни, когда Вы поступили мудро. Это может быть эпизод, когда Вы действовали особенно мудро, самостоятельно или вместе с другими, когда Вы дали мудрый совет, приняли мудрое решение, или повели себя особенно мудро. Что произошло, где и когда, кто участвовал в этом, что Вы думали и чувствовали? Что эти воспоминания говорят о Вас или Вашей жизни?

8. Религиозный, духовный или мистический опыт. Независимо от того, религиозны они или нет, многие люди признают, что в их жизни был опыт переживания чувств трансцендентного или сакрального, чувства Бога или некоторых всемогущих или конечных сил, или чувства единения с природой, миром и Вселенной. Вспоминая свою жизнь, назовите эпизод или момент, когда Вы испытывали что-то подобное. Это может быть религиозный, духовный или мистический опыт любого рода. Пожалуйста, опишите этот трансцендентный опыт в деталях. Что произошло, где и когда, кто в этом участвовал и о чем Вы думали, что чувствовали? Кроме того, что эти воспоминания говорят о Вас или Вашей жизни?

Теперь мы будем говорить о будущем.

С. Будущие сценарии

1. Следующая глава. История Вашей жизни включает в себя основные сцены прошлого, такие, как Вы описали их, а также будущее, как Вы видите или представляете его себе.

Пожалуйста, опишите, какой вы видите следующую главу Вашей жизни. Что будет следующим в Вашей жизненной истории?

2. Мечты, надежды и планы на будущее. Пожалуйста, опишите Ваши планы, мечты или надежды на будущее. Чего Вы надеетесь достичь в будущем?

3. Проект жизни. У вас есть жизненный проект? Жизненный проект представляет собой планы того, над чем Вы собираетесь работать в будущих главах вашей жизненной истории. Проект может включать события семейной или трудовой жизни, хобби, призвание или времяпрепровождение. Пожалуйста, опишите любой проект, над которым Вы в настоящее время работаете или планируете работать в будущем. Расскажите мне о проекте, в который Вы были вовлечены или в котором будете принимать участие. Как проект может развиваться, и почему Вы думаете, что этот проект важен для Вас и/или для других людей?

D. Проблемы

В следующем разделе рассматриваются различные проблемы, трудности, встречающиеся в Вашей жизни. Начну с общей задачи, когда я буду фокусироваться на трех конкретных областях, в которых многие люди сталкиваются с проблемами, испытывают трудности или кризисы.

1. Жизненный вызов. Оглядываясь на всю Вашу жизнь, пожалуйста, определите и опишите то, что Вы сейчас считаете самой значительной проблемой, с которой Вы столкнулись в своей жизни. Что это было: вызов или проблема? Как задача или проблема развивалась? Как Вы справлялись с этой проблемой или трудностями? Каково значение этой задачи или проблемы в Вашей жизненной истории?

2. Здоровье. Оглядываясь на всю Вашу жизнь, пожалуйста, определите и опишите сцену или период в Вашей жизни, в том числе в настоящее время, когда Вы или близкий член семьи столкнулись с проблемами здоровья или кризиса. Пожалуйста, опишите подробно, какие проблемы со здоровьем есть или были и как они развивались. Если уместно, пожалуйста, расскажите о Вашем опыте взаимодействия с системой здравоохранения по поводу этого кризиса или проблемы. Кроме того, пожалуйста, расскажите о том, как Вы справились с проблемой и какое влияние кризис или проблемы, связанные со здоровьем, оказали на Вас и историю Вашей жизни в целом.

3. Потеря. Когда люди становятся старше, они неизменно терпят убытки того или иного рода, несут потери. Я здесь имею в виду потерю важных в Вашей жизни людей, возможно, их смерть или отделение. Эти межличностные потери – потери человека. Оглядываясь на

всю Вашу жизнь, пожалуйста, определите и опишите наибольшие межличностные потери, которые Вы испытали. Это может быть потеря, пережитая в любой период Вашей жизни, начиная с детства и до сегодняшнего дня. Пожалуйста, опишите эту потерю и сам процесс утраты. Как Вы справились с потерей? Какие последствия она имела для Вас и Вашей жизненной истории?

4. Неудача, сожаление. Все люди переживают неудачи и испытывают сожаление, даже если жизнь складывается счастливо и удачно. Оглядываясь на Вашу жизнь, пожалуйста, определите и опишите величайшие провалы или сожаления, которые Вы испытали. Выход из строя или сожаления по поводу произошедшего могут случиться в любой области Вашей жизни: в работе, семье, дружбе и т.д. Пожалуйста, опишите ошибку, сожаление и то, каким образом это случилось. Как Вы справились с неудачей или сожалением? Какие последствия имели для Вас и для Вашей жизненной истории эти неудача или сожаление?

Е. Личная идеология

Теперь я хотел бы задать несколько вопросов о Ваших главных убеждениях и ценностях, о вопросах морали и их значении в Вашей жизни. Пожалуйста, подумайте над каждым вопросом.

1. Религиозные/этические ценности. Задумайтесь на минуту о религиозных или духовных аспектах Вашей жизни. Пожалуйста, опишите в двух словах Ваши религиозные убеждения и ценности, если, конечно, они важны для Вас. Религиозны Вы или нет? Опишите Ваш общий этический или моральный подход к жизни.

2. Политические/социальные ценности. Как Вы относитесь к политическим или социальным вопросам? У вас есть определенная политическая точка зрения? Есть ли конкретные социальные вопросы, в которых Вы чувствуете себя сильнее? Пожалуйста, объясните.

3. Изменение, развитие религиозных и политических взглядов. Расскажите, пожалуйста, историю того, как складывались Ваши религиозные, моральные и/или политические взгляды и ценности на протяжении определенного периода. Менялись ли они? Пожалуйста, объясните.

4. Главная ценность. Что является главной ценностью человеческой жизни? Пожалуйста, объясните.

5. Другое. Что еще Вы можете сказать из того, что помогло бы мне понять Ваши главные убеждения и ценности? Что еще Вы можете сказать, чтобы помочь мне понять Вашу общую философию жизни?

Ф. Тема жизни

Оглядываясь на историю всей Вашей жизни со всеми ее главами, сценами и проблемами, с их корнями, уходящими в прошлое, или устремлениями в будущее, Вы различаете центральную тему или идею, которая просматривается на протяжении всей повести? Какова главная тема Вашей жизненной истории? Пожалуйста, объясните.

Г. Размышление (рефлексия)

Спасибо Вам за это интервью. У меня есть еще один вопрос для Вас. Многие истории, которые Вы рассказали мне, были выделены в том опыте, который накапливается изо дня в день. Так, например, мы говорили о высокой точке, переломном моменте, проблемах со здоровьем и т.д. Учитывая, что большинство людей не обращаются к их жизненным историям регулярно, мне интересно, чем это интервью было для Вас сегодня, здесь? Каковы были Ваши мысли и чувства во время интервью? Как Вы думаете, это интервью повлияло на Вас? Хотели бы Вы сказать что-то еще о процессе интервью?

II. Обсуждение впечатлений от процедуры интервью, обмен суждениями.

III. Задание для самостоятельной работы. Придать тексту записанного интервью форму, удобную для его дальнейшей обработки и анализа [1, 2].

Список литературы

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения 13.03.12).
2. *Барский, Ф. И.* «Интервью о жизненной истории» Д. Макадамса как метод исследования нарративной идентичности / Ф. И. Барский, А. Г. Грицук // Психологическая диагностика. – 2008. – № 5. – С.3 – 32.
3. *McAdams, D. P.* The Life Story Interview / D. P. McAdams ; пер. с англ. Н. С. Чернышевой. – URL: <http://www.sesp.northwestern.edu/foley/instruments/interview/> (дата обращения 19.04.12).
4. *Макадамс, Д. П.* Психология жизненных историй / Д. П. Макадамс // Методология и история психологии. – 2008. – Т. 3. – Вып. 3. – С. 135 – 166.

4.5. Фокусированное групповое интервью (фокус-группы)

Целью занятия является овладение методом фокус-групп и проективными методиками, которые могут применяться на фокус-группах.

Вводные замечания. Метод группового фокусированного (полустандартизированного) интервью, проходящего в форме групповой дискуссии, – это один из качественных методов социально-психологических исследований. Он направлен на получение от участников группы субъективной информации о том, как они воспринимают различные социальные объекты. Групповая дискуссия является основным психологическим механизмом фокус-группы. К обязательным условиям ее проведения относят создание в группе доброжелательной атмосферы и благоприятных условий для участия в дискуссии каждого члена группы, а также соблюдение фаз развития групповой дискуссии. В групповой дискуссии принято выделять три фазы: ориентировки, оценки и завершающую.

Эффективность метода фокус-групп также зависит от того, насколько условия их проведения приближены к условиям повседневного общения людей. Участники фокус-групп в ходе дискуссии могут спонтанно выражать свои эмоции. Проявление эмоций и способы их выражения становятся для модератора дополнительным источником информации о том объекте, по поводу которого проводится фокус-группа.

При ее проведении следует учитывать возрастные возможности участников. Они важны тогда, когда фокус-группа проводится с детьми (недостаточный уровень развития речи и рефлексии, особенности взаимоотношений в подростковой группе и т.д.). Однако детские фокус-группы возможны, если предусмотреть их сложности заранее. Так, фокус-группа с детьми младшего школьного возраста возможна по следующим причинам: 1) продолжительная фаза ориентировки способствует активному высказыванию своих мыслей, мнений, догадок, что отвечает стремлениям младших школьников; 2) условия фокус-группы максимально приближены к повседневному общению, допускают свободное выражение эмоций и поэтому привлекательны для детей; 3) наличие сверстников превращает фокус-группу в коллективное взаимодействие, которое нравится детям, все еще близким к возрасту сюжетно-ролевой игры.

Перед проведением фокус-группы создается своего рода сжатый «стратегический» план (топик-гайд). Он представляет собой перечень тем или блоков вопросов и заданий, которые предполагается обсудить и выполнить в ходе фокус-группы. Также топик-гайд может содержать ключевые слова или словосочетания, которые необходимо использовать при формулировке вопросов в соответствующих тематических блоках фокус-группы. Топик-гайд выступает альтернативой подробному плану, в котором прописываются точные формулировки всех вопросов.

Оснащение занятия: видеозапись фокус-групп, на которой проводилось изучение роли женских рекламных фотографий в процессе половой идентификации современных девушек [3].

Порядок работы

I. Просмотр видеозаписей фокус-групп. Чтение фокус-группового исследования.

Тема исследования: *женская рекламная фотография как фактор половой социализации девушек* [3].

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что жизнь современного человека немыслима без рекламного фона, без его глянца и гламура, привлекающих молодежь и навязывающих ей рекламные ценности и нормы жизни. Реклама, являясь составной частью массовой культуры, активно формирует традиции и обычаи современного общества. К числу наиболее популярных источников рекламы относятся гляцевые журналы. Отличительной особенностью такой журнальной рекламы является широкое использование женских образов. Их психосексуальная привлекательность помогает рекламе воздействовать на процессы половозрастной идентификации. *Цель исследования* – определить характеристики женских рекламных образов, привлекательных в аспекте половой идентификации девушек. *Предмет исследования* – характеристики женских рекламных образов, являющихся привлекательными в аспекте половой идентификации девушек.

Исследование проводилось на базе ВлГУ им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. В исследовании принимали участие студентки факультета психологии, социальной педагогики и исторического факультета в возрасте от 18 до 25 лет (N = 25). Экспертную группу составили фотографы (N = 5) с опытом работы более 2 лет. Для исследования были

отобраны все выпуски владимирского глянцевого журнала «100ЛИЦа» с изображением женских образов за период с 10.2011 по 02.2013 гг.

Схема эмпирического исследования

На *первом* этапе исследования были рассмотрены психологические аспекты рекламной фотографии, задачи фотографического образа в психологии рекламы, проблемы идентификации современной молодежи, а также роль рекламы в создании идентификационных образцов.

На *втором* этапе исследования для выявления наиболее привлекательных рекламных образцов проводился *экспертный опрос* специалистов в области рекламной фотографии. В качестве экспертов выступили практикующие фотографы (N = 5). Экспертный опрос проводился на основе принятых в рекламной фотографии критериев оценивания фотографических изображений [1].

Метод экспертной оценки

Сущность метода экспертных оценок заключается в проведении экспертами интуитивно-логического анализа проблемы с количественной оценкой суждений и формальной обработкой результатов. Организация экспертизы включает определение ее цели и задач, постановку проблемы; определение меры ответственности, прав и полномочий рабочей группы экспертов; установление сроков проведения экспертизы; подбор экспертов, формирование экспертных групп (при необходимости определение их компетентности). Основным этапом экспертизы связан со сбором данных, проведением исследовательской работы, анализом и экспертной оценкой имеющегося материала.

После проведения опроса экспертов (он может быть индивидуальным или групповой; личный, очный или заочный; устный или письменный) осуществляется оформление документа (отчета, справки, рецензии и пр.) и принятие экспертного заключения. Обработка собранных мнений экспертов проводится как количественно (численные данные), так и качественно (на основе содержательного анализа полученной информации). Обработка экспертных данных и расчеты степени их согласованности (конгруэнтности) требуют вычислений. Как правило, рассчитывается средняя экспертная оценка по группе экспертов, имеющих показатели согласованности (конгруэнтности) более 80 %.

В данном исследовании с помощью коэффициента конкордации был подсчитан уровень согласованности мнений экспертных оценок.

Коэффициент конкордации W (т.е. согласованности, от фр. 'concorde' – согласие) показывает, насколько мнения экспертов согласуются друг с другом, т.е. принадлежат к одной и той же генеральной совокупности оценок. Величина коэффициента конкордации может меняться в пределах от 0 до 1, причем его равенство единице означает полную согласованность мнений экспертов, а равенство нулю – что связи между оценками, полученными от разных экспертов, не существует. В случае, если $W < 0,2 - 0,4$, говорят о слабой согласованности мнений экспертов, а при $W > 0,6 - 0,8$ можно говорить о существовании сильной согласованности оценок экспертов [2].

Коэффициент конкордации рассчитывается по следующей формуле:

$$W = \frac{12 \sum_{j=1}^n (R_j - \bar{R})^2}{m^2 (n^3 - n)},$$

где 12 – постоянная величина в формуле расчета коэффициента конкордации, предложенной Кендаллом;

n – число показателей;

m – число экспертов;

R_j – сумма баллов j -го показателя;

\bar{R} – средняя сумма баллов всех показателей.

В результате экспертного опроса было отобрано 5 наиболее эффективных женских рекламных образов журнала «100ЛИЦа».

На *третьем* этапе исследования для отбора испытуемых создавалась *отборочная анкета*, описывающая необходимые социально-демографические характеристики участников: возраст, пол, образование, место работы, семейное положение.

Далее для получения информации о характеристиках женских рекламных образов применялся метод фокус-групп.

Работа фокус-групп строилась по определенному плану: знакомство с участницами; обсуждение целей и задач фокус-группы; основная часть, построенная с использованием проективных методик; подведение итогов. Продолжительность работы – около 40 минут. Обсуждение фиксировалось с помощью видеозаписи.

Размер фокус-группы колебался в пределах от 8 до 12 человек.

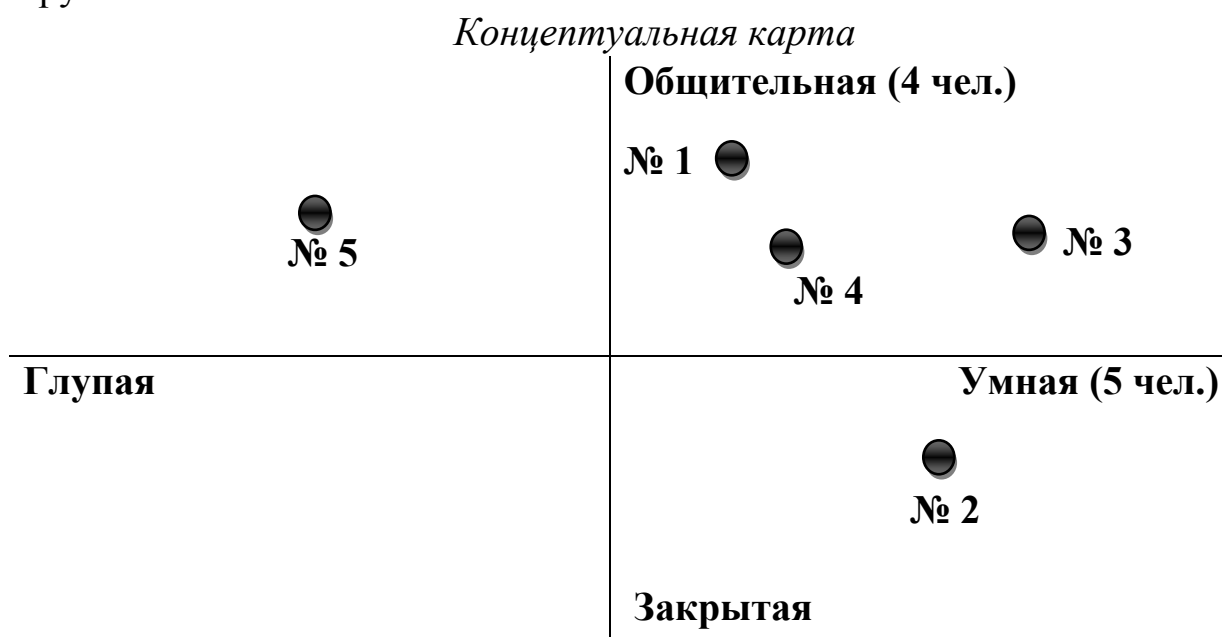
При проведении фокус-групп использовались следующие методы.

Для определения характеристик женского образа рекламной фотографии применялись методика семантического дифференциала Чарльза Осгуда и метод контент-анализа. Подробное описание процедуры контент-анализа и количественного подсчета его категорий приводится далее (см. 101 – 102).

Для определения характеристик образов современной девушки применялись метод коллажа «Символический образ современной девушки» и методика «Концептуальная карта восприятия женских образов».

Целью проведения методики «Символический образ современной девушки» стало выявление глубоких бессознательных представлений респондентов о роли и образе женщины в современном мире.

Методика «Концептуальная карта восприятия женских образов» является одной из зондирующих методик, помогающих выделить характеристики изучаемого социального объекта и категоризировать их. В процессе применения данной методики каждый участник фокус-группы записывает ряд характеристик, свойственных современной девушке. Далее создается график, где по осям *X* и *Y* располагаются характеристики, которые набрали большее количество голосов. Затем респонденты, ориентируясь на выбранные характеристики, должны разместить предложенные им фотографии из гляцевых журналов в пространстве графика. Важно определить логику категоризации, проводимой респондентами при группировке различных женских образов. Ниже приводится пример концептуальной карты одной из фокус-групп.



Так, по мнению участниц фокус-группы, выделенные ими характеристики женских образов можно было условно разделить на две категории: «общительная – закрытая» и «умная – глупая». Они считали, что девушка в современном мире, прежде всего, должна уметь легко налаживать контакты и быть коммуникабельной. Кроме этого женский образ отличается такими качествами, как образованность, незаурядность, рассудительность и смышленность.

Следовательно, можно предположить, что, с точки зрения испытуемых, современная девушка – это разумная представительница своего пола, которая комфортно чувствует себя в любом обществе и в процессе общения легко устанавливает контакт. Женские образы двух других героинь журнальных обложек участницы фокус-группы посчитали более закрытыми и даже глупыми, «несмысленными». Однако в категорию «глупая - закрытая» не попала ни одна из героинь предложенных обложек.

Для определения взаимосвязи характеристик женских рекламных образов и характеристик образов современных девушек в представлениях испытуемых, выявленных в процессе группового обсуждения, использовался коэффициент Юла. Он предназначен для измерения связи в двух дихотомических признаках в корреляционной таблице размером 2×2. Таблица имеет следующий вид.

	<i>B</i>	\bar{B}	Σ
<i>A</i>	a	b	a+b
\bar{A}	c	d	c+d
Σ	a+b	b+d	n

Коэффициент Юла выражает одностороннюю связь, т. е. влияние одного признака на другой [4], и вычисляется по формуле

$$Q = \frac{ac - bd}{ac + bd}.$$

1. Q равен нулю для независимых переменных.
2. Q может быть равен +1 или -1, даже если зависимость неполная («односторонняя»).

На четвертом этапе обрабатывались результаты исследования и делались выводы.

Использование качественных методов в данном исследовании обусловлено тем, что они позволяют не только констатировать нали-

чие явления, но и выявить его возможные причины и последствия. Качественные методы выбраны в роли основных методов исследования, так как помогают наиболее полно раскрыть смысл ситуации и позволяют проанализировать внутреннюю структуру и взаимосвязи изучаемого явления.

Данная исследовательская стратегия применима для анализа общественного мнения в сфере средств массовой информации и маркетинга. Основным качественным методом проведенного исследования является фокус-группа, обладающая рядом преимуществ перед остальными качественными методами. Так, внутригрупповое взаимодействие и групповая динамика:

- побуждают участников думать и выражать свое мнение;
- заставляют участников фокус-группы смотреть на предмет дискуссии с разных точек зрения;
- обеспечивают большую глубину обсуждения;
- напоминают о тех вещах, которые без взаимного обсуждения могли быть забыты участниками фокус-группы;
- помогают испытуемым вербализовать свои мысли и мнения, уточнить их содержание.

При групповом обсуждении участники фокус-групп чувствуют себя более свободно, чем респонденты при проведении фокусированных глубинных интервью. Свободная атмосфера групповой дискуссии способствует выявлению фактических мнений участников.

Фокус-группы позволяют собрать большой объем информации в короткие сроки, и их материалы анализировать легче, чем текст глубинных интервью. Проведенное исследование помогает увидеть, как именно качественные методы позволяют изучать скрытые механизмы влияния массовой коммуникации на индивидуальное сознание, проследить процесс восприятия социальной информации.

В рамках фокус-групп применялся метод контент-анализа. Названия категорий и подкатегорий контент-анализа были выделены на основе ответов, полученных на вопросы топик-гайда.

Категории и единицы контент-анализа (в скобках указана частота встречаемости):

А. Характеристики женского рекламного образа – 57

А₁– Успешность (15).

А₂– Сексуальность (13).

А₃– Женственность (16).

А₄– Неповторимость (13).

Б. Местонахождение девушки с рекламной обложки – 28

Б₁– Места развлечения (10).

Б₂– Офис (11).

Б₃– Культурные мероприятия (10).

Б₄– Политика (7).

Б₅– Телевидение (14).

В. Круг общения девушек с рекламной обложки – 30

В₁– Родные и близкие (6).

В₂– Подруги/друзья (8).

В₃– Знаменитости (11).

В₄– Служащие в сфере культуры (5).

С. Характеристики презентабельной девушки – 25

С₁– Внешняя привлекательность (8).

С₂– Ответственность (17).

Итак, для проверки правильного выделения ключевых категорий подсчитывалась частота встречаемости категорий контент-анализа и их удельный вес. Результаты показали, что испытуемые считают характеристику *женственность* наиболее важной и рассматривают ее как совокупность качеств, ожидаемых от женщины, таких как эмоциональность, нежность, хрупкость, искренность, легкость. Выбраны такие качества, которые вызывают в мужчине желание оберегать и защищать женщину.

Второй по значимости выступает *успешность*. Она рассматривается девушками как способность и умение достигать успеха как в профессиональной сфере, так и в личной. Также к числу наиболее значимых для испытуемых характеристик были отнесены *сексуальность* (привлекательность, обеспечивающая близость с противоположным полом) и *неповторимость*, под которой понимается своеобразие, неподражаемость, оригинальность.

На основании результатов исследования был сделан вывод о том, что перечисленные характеристики рассматриваются испытуемыми как основные в образе современной девушки.

II. Задания для самостоятельной работы: 1) студентам, выступающим в роли заказчиков, описать проблемную ситуацию с продвижением на рынке конкретного выбранного ими товара. Оформить заказ на исследование, указав, как планируется применять результаты исследования; 2) студентам, выступающим в роли представителей ор-

ганизации, выполняющей заказ, подготовить программу выполнения заказа; 3) всем остальным разработать список критериев для оценки эффективности программы исследования.

Контрольные вопросы

1. Опишите этап подготовки фокус-группы.
2. Какие проективные методики могут применяться на фокус-группах?
3. С какой целью применяется экспертный опрос?
4. Какие качественно-количественные процедуры используются при проведении фокус-групп?

Список литературы

1. *Гуреев, С. В.* Анализ рисунков в социологических исследованиях / С. В. Гуреев // Социол. исслед. – 2007. – № 10. – С. 132 – 139.
2. *Лагутин, М. Б.* Наглядная математическая статистика : учеб. пособие / М. Б. Лагутин. – М. : БИНОМ, 2007. – 472 с.
3. Теория вероятностей и математическая статистика : учеб. для вузов / В. С. Мхитарян [и др.]. – М. : Academia, 2012. – 416 с. – ISBN 978-5-7695-8147-2.

Приложение 4.1

Культура телефонных разговоров⁴

Какой бы номер телефона вы ни набрали, кто бы ни подошел, нужно обязательно поздороваться.

Если вы по делам службы звоните в учреждение, то, поздоровавшись, нужно тут же представиться. Если вы звоните своему другу, а к телефону подходит кто-то другой, нужно и тогда представиться.

Здороваться нужно всегда и со всеми. Раньше исключение составляли пожарная охрана и справочное бюро. Теперь возродилась старая традиция. Телефонистки, сняв трубку, приветствуют вас и называют свой номер.

⁴ Цит. по: Панфилова, А. П. Имидж делового человека : учеб. пособие для студентов вузов / А. П. Панфилова; С.-Петербург. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2007. – 490 с.

Кто бы ни позвонил, никогда не задавайте некультурных вопросов типа: "А кто это говорит?", "А кто его спрашивает?", "Зачем он вам нужен?" Человек, который звонит и хочет представиться, сам все скажет. Если это частная квартира, а не учреждение, то вместо вопроса "А кто это говорит?" следует деликатно спросить: "Простите, а что ему (ей) передать?"

Если вы берете номер телефона у вашего знакомого, сотрудника, подчиненного, то обязательно должны поинтересоваться, в какое время ему можно звонить.

Бывает так, что во время телефонного разговора на линии произошел сбой и разговор прервался, тогда перезванивает тот, кто только что звонил, и заканчивает разговор первым тот, кто звонил.

Если вы звоните своей приятельнице и хотите с ней подольше поговорить, обязательно узнайте, есть ли у нее сейчас свободное время. Нелишне поинтересоваться, может ли ваш приятель на работе выслушать вас по личному вопросу. Может быть, он в этот момент ведет прием сотрудников, занят срочной работой и времени на телефонный разговор у него нет.

Начинать телефонный разговор словами "алло", "да" на работе не рекомендуется никому, тем более секретарю и начальнику. Это форма, недопустимая в деловой этикете. Слово "да" служит для утверждения, и в случае, когда разговор еще не начался, никаких вопросов не последовало, оно воспринимается как бессмыслица.

Существуют определенные правила, как закончить телефонный разговор. Вот они:

- первым кладет трубку тот, кто позвонил;
- мужчина, который позвонил женщине, ждет, когда женщина первой положит трубку;
- если начальник позвонил своему подчиненному, подчиненный ждет, когда положит трубку начальник. Субординацию нарушать нельзя.

Категорически запрещается секретарю, референту нижестоящего начальника подменять собой своего руководителя в разговоре с более высоким начальством (допустим, с министром). Когда звонит секретарь, скажем, этого министра и просит секретаря подведомственного учреждения соединить с начальником, тот должен доложить своему руководителю, кто звонит, но ни в коем случае не вступать в разговор с министром, а потом соединить министра со сво-

им непосредственным начальством. Старший по положению никогда не должен ждать. Ждать может и должен его секретарь, т.е. тот, кто получил указание позвонить.

С некоторых пор в нашей жизни появились телефонные автоответчики. Не все сразу приняли их. Некоторые и сейчас иногда теряются, услышав голос автоответчика в трубке, поэтому либо говорят не очень вразумительно, либо вообще молчат. Нужно назвать себя, задать свой вопрос или что-то сообщить, а потом, напомним свой номер телефона, попросить позвонить вам. *Важно сказать главное и очень кратко.*

Если вы хотите передать приглашение, оставлять его на автоответчике не следует, лучше попытаться дозвониться и лично пригласить, тогда вы точно будете знать, принято ваше приглашение или нет.

Приложение 4.2

Переговоры с секретарем

I этап

Интервьюер:

- Добрый день, здравствуйте!
- Меня зовут Иван Громов. Исследовательский центр «Поиск».
- 1. Я хотел бы поговорить с Вашим руководителем.
- 2. Мне необходимо поговорить с Вашим руководителем.
- 3. Соедините меня с Вашим руководителем.

Секретарь:

- По какому вопросу?
- Для чего?
- Что Вы хотите узнать?

Интервьюер:

– Дело в том, что наш центр проводит исследование «Перспективы нашего города» и мне необходимо узнать:

- 1) что по этому поводу мог бы сказать Ваш руководитель;
- 2) в каком объеме ваша организация может принять участие в исследовании;
- 3) каким видит свое участие в данном проекте ваша организация.

Секретарь:

– Это долго?

Интервьюер:

– По-разному. Зависит от Вашего руководителя.

Секретарь:

- 1) директора нет;
- 2) директор на заседании;
- 3) директор в командировке.

Интервьюер:

- Посоветуйте, когда удобнее перезвонить.
- Посоветуйте, к кому можно обратиться по этому вопросу.
- Подскажите, как зовут Вашего руководителя.

II этап

Интервьюер:

– Здравствуйте, Николай Николаевич! Меня зовут Иван Громов. Исследовательский центр «Поиск». Вы можете сейчас говорить? Николай Николаевич, в этом месяце у нас проводится исследование «Перспективы нашего города». Мне хотелось бы встретиться с Вами и обсудить возможные варианты:

- 1) Вашего участия;
- 2) участия Ваших сотрудников.

Много времени это не займет (5 – 10 минут).

Вам удобно на этой неделе?

В первой или во второй половине недели?

Хорошо, давайте встретимся во вторник.

Вам удобно в первой или второй половине дня?

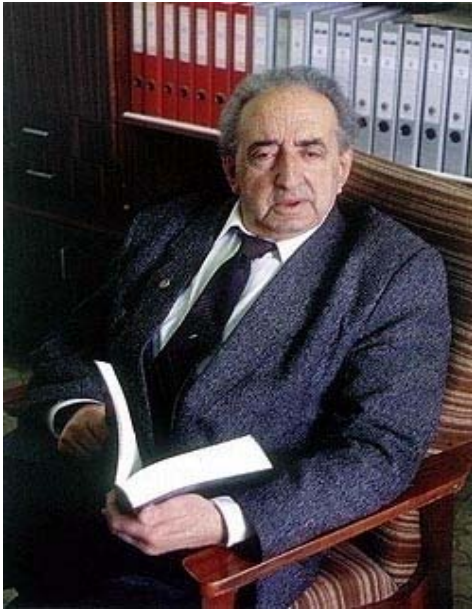
Во сколько мне подъехать?

Хорошо, я записываю адрес... Если Вас не затруднит, пометьте, пожалуйста, меня зовут Иван Громов, «Перспективы нашего города», в 12.00.

До свидания.

«В 85 лет юбилей отмечают только глупцы!»

Интервью с П. Б. Гурвичем (интервьюер Г. Е. Шibaева⁵)



П. Б. Гурвич (1919 – 2011 гг.) – кандидат исторических наук, доктор педагогических наук, профессор. Почетный гражданин г. Владимира. Получил образование в Рижском университете, Гетеборгской высшей школе. Владел русским, немецким, латышским, шведским, английским, французским, туркменским языками, ивритом. В 1941 – 1944 гг. был узником рижского гетто. В 1950 – 1955 гг. репрессирован. После освобождения преподавал в вузах г. Риги, Чарджоу, Тулы. С 1968 г. заведующий кафедрой методики преподавания иностранных языков Владимирского государственного педагогического университета. Автор учебников для вузов и средних школ. Публицист. Писатель. Более 10 лет являлся депутатом городского Совета народных депутатов г. Владимира.

Личность Перси Борисовича Гурвича всегда приковывала к себе внимание студентов, где бы он ни преподавал. Перед интервью он сказал, что будет говорить о прошлом, настоящем и будущем.

– Перси Борисович, Вы во Владимире человек известный, но немногие знают о Ваших знаменитых родственниках...

– Максим Литвинов (Макс Баллах), нарком иностранных дел СССР в 1930-х годах, приходится мне двоюродным дедом. Он был двоюродным братом моей бабушки. Когда я в молодости стал прини-

⁵ Шibaева Г. Е. – кандидат психологических наук, преподаватель кафедры пенитенциарной педагогики, психологии и социальной работы Владимирского юридического института ФСИН России (в момент проведения интервью студентка 4-го курса Владимирского государственного педагогического университета, дата проведения интервью – март 2004 г.).

мать участие в подпольном рабочем движении в Латвии, бабушка будучи богатой женщиной была возмущена этим, поднимала руки и кричала: «Ты что, хочешь петербургский Баллах? Он же у этих бандитов министром работает». Для нее было неважно, что ее кузен является министром иностранных дел огромной страны.

Лично я его не видел, но знаю, что Литвинов был очень принципиальным. В конце тридцатых годов прошлого века Сталин предлагал ему вести переговоры с гитлеровцами, на что Максим Максимович ответил: «Товарищ Сталин! Я вел переговоры с капиталистами, монархистами, но за один стол с фашистами не сяду». В 1939 году его перевели в замы наркома.

Знаю, что он рассказывал (об этом нигде не написано), как президент Т. Рузвельт относился к нему, когда Литвинов был послом в США. Однажды Рузвельт у него спросил: «Господин Литвинов! Вы не хотите поговорить со своими домашними?» Посол СССР, конечно, согласился. На следующий день Рузвельт назначил встречу в Белом доме. Литвинов приехал и видит: в зале весь Сенат, вся Палата представителей, правительство, профсоюзы, а посередине стоит столик с телефоном. Он подумал, что это провокация, но все же позвонил. Когда все разошлись, Рузвельт его обнял и сказал: «Господин Литвинов! Вы не испугались? Я просто хотел показать этим олухам, что вы такой же человек, как они, что у вас жена, семья, что вы озабочены благополучием семьи. Мне это удалось».

Художник Марк Шагал тоже мой родственник. Правда, «третья вода на киселе». По моим предположениям, он мой троюродный дед.

– ***Как вы относитесь к творчеству Шагала?***

– Конечно, положительно. Шагал – один из немногих, не утративших реализма. Пусть у него на картинах жених с невестой по воздуху летают, но эти жених с невестой вполне реалистичны. Кстати, когда первый раз смотрел его полотна, я даже не знал, что Шагал – наш родственник. Считал и считаю его гением.

– ***Правда ли, что Вы слышали выступление У. Черчилля?***

– Да. Видел его и слышал всю речь. Это было еще до того, как Черчилль стал премьер-министром. Он даже не был в правительстве. Черчилль был блестящим оратором. Он умел говорить с собранием, как с одним человеком. Естественность при высоком стиле.

– Говорят, Вам довелось услышать и другого известного оратора – Л. Троцкого?

– Меня пригласили на его выступление где-то под Парижем. Французский я знал не очень хорошо, а Троцкий выступал именно на нем. Мне не понравилась его мимика. Нижняя часть лица была раздраженная и злая.

Вообще мне удалось лично послушать трех великих ораторов первой четверти XX века: У. Черчилля, Л. Троцкого и лидера сионистского движения Владимира Жаботинского. По мне, Черчилль – лучший из них.

– А с кем из советских деятелей удалось встретиться?

– С Анастасом Микояном. С Арвидом Пельше в Риге вместе работал. Когда стали притеснять за новые учебники по английскому языку, Арвид Янович меня поддержал.

– Если вернуться в настоящее, то здесь последнее значительное событие – выборы в Государственную Думу и выборы президента России. Какое впечатление у Вас оставили предвыборные кампании?

– Вполне нормальное. Две вещи должен сказать. Первое: нельзя столько народа обобрать, ввергнуть в неустроенность, а потом удивляться, что люди проголосовали за человека, давшего надежду. Второе: «демократы» ни разу не сказали слова в защиту простого человека (кстати, Сергей Валентинович Казаков – приятное исключение). Такое ощущение, что для Явлинского, Хакамады, Немцова не существует простого рабочего. Как я, социал-демократ, могу за них голосовать?

Надо быть просто умалишенным, чтобы поставить во главе партии А. Чубайса. Вспомните, когда захотели «угробить» А.Б. Шамова⁶, по ящикам разбросали листовки с «текстом поддержки» от его имени. А коммунисты?! Они берут к себе батьку Кондрата. Но он же глуп! А глазьевский список?! Кто не знает, что Варенников участвовал в путче 1991 года?!

Лично я выдвинул лозунг: «Не к старому, не к гайдаровому!» Поясню. Люди, выступающие против Путина, малейшие его шаги, направленные на вмешательство в экономику, преподносят как возврат к коммунизму, а это нечестно. Вся Европа живет при регулируемом рынке. Именно этим объясняется благополучие европейских стран.

⁶ И.В. Шамов – мэр г. Владимира с 1990 по 2002 гг.

– *А как вы относитесь к Егору Гайдару?*

– Видите ли, Гайдар является исторической личностью, и ему все равно, как я к нему отношусь. Он – преобразователь мира. Как Хрущев, Горбачев... Гайдар ликвидировал государственный социализм, но КАК. По-моему, был другой путь. Но госсосоциализм надо было ликвидировать. По Марксу, он мешал развитию производственных сил.

– *Считаете ли Вы, что президентские выборы безальтернативны?*

– Давайте прекратим разговоры об этом. Вспомните: Черчилль выиграл мировую войну, был на Потсдамской конференции, а 70 % англичан проголосовало за лейбористов. Лейбористы просто заботились о зарплате. Путин показал реальные дела.

– *Через четыре года будет ли альтернатива В.В. Путину?*

– В США Рузвельт был на посту президента четыре срока и ничего. Хотя соперники достойные были.

Сам Владимир Владимирович твердит, что нам нужны сильные партии. Сейчас ведь нонсенс: левая партия включает в себя Рогозина! России нужна и сильная правая партия.

Я бы посоветовал Владимиру Владимировичу Путину разобрататься до конца с миллиардерами, ввести для них прогрессивный налог. А главной целью назвал бы достойную зарплату, а не «зарплату вовремя», как твердит «Единая Россия». Бывает, получают зарплату и плачут.

– *Как Вы считаете, В.В. Путин – западник по своим политическим взглядам?*

– Он западник не только потому, что он свободно говорит на немецком и хорошо образован. Путин понимает, что из капитализма два выхода: временный и ужасный (ленинский) и общий, который должен закончиться созданием государства социальной справедливости. Это можно сделать за счет прогрессивного налога, природной ренты. У нас же олигархи даже на Корейко⁷ не похожи: он копил и ждал капитализма, а они дождались капитализма и спешили «нахапать».

⁷ Герой романа «Золотой теленок» И. Ильфа и Е. Петрова.

– ***В чем Вы видите реальные угрозы для России? Терроризм, цены на нефть?***

– Приходится говорить о Чечне. Я уважаю чеченцев: мы вместе сидели в сталинском лагере, я читал лекции в Грозненском университете.

Вы знаете, СССР не был колониальной державой (пожалуй, только по отношению к Прибалтике). Советский Союз был «империей ответственных работников». Когда коммунистическая идеология рухнула, на помощь для удержания власти пришли национализм и радикализм. Новоявленные лидеры типа Дудаева, Удугова, Яндарбиева накинули ярмо на чеченский народ.

Дать независимость Чечне можно лишь тогда, когда она станет похожей на Россию. Сейчас этот вопрос не стоит. Я надеюсь, что будет все сделано, чтобы не нервировать чеченцев. Посмотрите, ирландцы много лет проводят теракты в Великобритании, но ни одного разбомбленного (подобно Грозному) ирландского города нет. Надо терпеть и ждать.

А что до жертв... В Священном Писании сказано: «Все простится, но невинно пролитая кровь не простится».

В экономике России пока все благополучно. Во-первых, цены на нефть так просто не падают. Во-вторых, в России много разных укладов хозяйства. Дефолт нам не грозит.

– ***Как Вы относитесь к утверждениям, что миру угрожает терроризм?***

– Чеченский народ из этого дела вышел. Теперь надо успокоить арабов. Необходимо общими силами прижать Израиль, чтобы они пошли на переговоры. Надо ликвидировать очаг в виде израильских поселений на палестинской территории. Надо, чтобы у спонсоров террористов из числа арабских нефтяных королей не было смертников из числа палестинцев.

– ***Вы верите, что арабо-израильский конфликт будет разрешен?***

– Формула выхода есть. Если бы в Израиле победили лейбористы, то они пошли бы на уступки Палестине. Но они не победят потому, что террор поддерживают арабские шейхи. Партия «Ликуд» (Ариэль Шарон) предупреждает, что в случае победы лейбористов государство Израиль перестанет существовать.

- Наш мир – это Владимир. Сколько лет вы живете во Владимире?

– Тридцать шесть. Все эти годы работаю во Владимирском государственном педагогическом университете.

- Вы трижды избирались депутатом горсовета, возглавляли комитет по ЖКХ. Как вы можете оценить изменения, которые произошли в городе за последнее десятилетие?

– Наша работа принесла три результата: улучшение теплоснабжения, горячего водоснабжения и телефонизации. Осталось много проблем: надо отремонтировать внутридворовые дороги, восстановить мусоропроводы в домах, установить скамейки в парках и на улицах, построить несколько туалетов (хотя бы из дерева), осветить улицы. Есть вопросы с лекарствами.

- Как бы вы охарактеризовали владимирцев?

– Жителям Владимира свойственно отсутствие злобливости. С горожанами приятно общаться. Так вот и живу здесь. Наверное, и похоронят во Владимире. Жалко, «Интернационал» не сыграют (улыбается).

- Сегодня у Вас будет много поздравлений с 85-летним юбилеем. Как вы относитесь к своему юбилею?

– Отрицательно. В цивилизованном мире 85 лет не является юбилейной датой. 85-летие как юбилей отмечают только глупцы. Знаете, давайте через пять лет встретимся и отметим настоящий юбилей – 90-летие!

- Хорошо. Желаю вам здоровья и благополучия. С днем рождения! Спасибо за встречу.

Приложение 4.4

Сценарий презентации «Творческая биография П.Я. Гальперина»

1-й слайд: Эпиграф: Трудно определить, где кончается биография настоящего ученого, а где начинается большая наука...

2-й слайд: Тема презентации: Биография и творческий путь «мастера».

Перечень научных званий и наград П. Я. Гальперина и фотография ученого.

3-й слайд: Детство. Петр Яковлевич Гальперин родился в 1902 г. в Тамбове. Его отец, Яков Абрамович Гальперин, был тогда уездным врачом-отоларингологом, который спустя годы станет известным нейрохирургом. Мать, София Моисеевна Маргулис, была дочерью купца первой гильдии. В 1911 г. семья переехала в Харьков, где их маленький сын пошел учиться в единственную в России гимназию с совместным обучением мальчиков и девочек. В той же гимназии, в том же классе училась и Тамара Израильевна Меерзон, впоследствии жена Петра Яковлевича Гальперина. По воспоминаниям сестры Петра Яковлевича Полины Яковлевны Слободской, брат рос живым и озорным мальчиком. Однажды на школьной перемене он так бегал, прыгал и танцевал на крыше погреба, что провалился прямо в бочку со сметаной.

Самое сильное переживание детства связано с трагической гибелью матери: ее сбила машина на глазах у сына (по разным сведениям, ему в то время было двенадцать или пятнадцать лет). Петр Яковлевич вспоминал, как в детстве любил сидеть рядом с матерью и распутывать нитки для вязания. Впоследствии, когда предстояло найти ответ на вопрос о происхождении психологических явлений, он говорил о поисках нити Ариадны. Можно предположить, что Петр Яковлевич видел двойной смысл этого выражения, мысленно возвращаясь в далекие детские годы. После смерти матери в дом вошла сотрудница отца – операционная сестра Анна Ивановна, которая благодаря своей доброте смогла стать детям второй матерью.

4-й слайд: Студенческие годы. Когда пришло время определиться в выборе профессии, а это были первые послереволюционные годы, отец посоветовал ему заняться медициной. С 1921 (по другим данным, с 1920) по 1926 гг. Петр Яковлевич обучался в Харьковском медицинском институте и получал квалификацию врача-психоневролога. Начиная с третьего курса, Гальперин посещал неврологическую клинику профессора Платонова, который увлекался проблемами гипноза. Первая научная работа и первая публикация будущего ученого были посвящены влиянию гипноза на пищеварительные лейкоциты. В 1926 г. он начал работать в амбулаторном лечебном центре для наркоманов. Обследуя больных, он пришел к выводу, что в основе наркомании лежит нарушение процессов метаболизма, которые можно восстановить с помощью яда.

5-й слайд: Харьковская школа психологов. В 1928 г. Петр Яковлевич стал работать в психоневрологической лаборатории, которая так же, как и клиника наркомании, была частью Психоневрологического института. В 1930 г. он совместно с другими сотрудниками пытался объединить Психоневрологический институт с психиатрической клиникой, чтобы основать Всеукраинскую психоневрологическую академию. Хотя официальное учреждение академии так и не состоялось, она стала приглашать в Харьков специалистов из других городов. Именно с этого времени Петр Яковлевич вплотную занялся психологическими исследованиями. Вначале он работал с А. Р. Лурией, но в 1931 г. присоединился к харьковской психологической группе, возглавляемой А. Н. Леонтьевым. В состав группы входили Л. И. Божович, А. В. Запорожец, Н. А. Морозова, Р. Е. Левина, Л. С. Славина. Хотя Петр Яковлевич говорил о большом значении для него, прежде всего, встречи с А. Н. Леонтьевым, можно предположить, что все эти люди, ставшие впоследствии известными психологами, а в то время просто влюбленные в психологию, оказывали сильное взаимное влияние друг на друга. Работая в составе харьковской группы, в 1930-е гг. Петр Яковлевич пытался обоснованно доказать недопустимость сведения психологии к павловской теории высшей нервной деятельности. В Харькове он несколько раз виделся с Л. С. Выготским (Выготский умер в 1934 г.), а впоследствии назвал его «действительно гениальным человеком, единственным в истории советской и русской психологии».

В 1932 г. Гальперин был призван на годичную военную службу, по возвращении до 1936 г. работал в отделе психологии Академии медицинских наук. В это время он писал кандидатскую диссертацию на тему «Орудие и средство. Различие между орудиями человека и вспомогательными средствами животных», которую защитил в 1936 г. перед медицинским научным советом Психоневрологического института. Но диссертация была принята лишь в 1938 г., так как имела выраженную психологическую направленность. В этой работе впервые было показано четкое психологическое различие между двумя видами действий с предметами: если животные пользуются предметами как продолжением естественных частей тела, то человеческие орудия очень сложные, к ним рука должна приспособиться.

6-й слайд: Профессиональная деятельность в военные годы. В 1942 г. Харьков был оккупирован. Психоневрологический институт, превращенный в госпиталь, переехал в Тюмень. П. Я. Гальперин проработал здесь врачом до начала 1943 г., затем по приглашению А. Н. Леонтьева переехал в Свердловск, где Леонтьев создал реабилитационный центр для лечения двигательных нарушений, возникших в результате ранений. Здесь П. Я. Гальперин вплотную занялся исследованиями по формированию умственных действий.

7 – 10-й слайды: Трудовая деятельность в период работы в Московской школе психологии.

Осенью 1943 г. П. Я. Гальперин приехал в Москву и занял должность доцента кафедры психологии философского факультета МГУ. В конце 40-х – начале 50-х гг. он провел исследования, которые позволили затем сформулировать гипотезу о поэтапном формировании умственных действий и понятий. В июле 1953 г. в Москве состоялось совещание по вопросам психологии, на котором Петр Яковлевич сделал доклад «Опыт изучения формирования умственных действий». С этого времени начинается история теории поэтапного формирования (ТПФ) умственных действий. Петр Яковлевич выделил основные свойства – параметры действия, представления о которых менялись с получением новых экспериментальных фактов и теоретических обобщений. Данные теоретические положения легли в основу докторской диссертации, которую Петр Яковлевич защитил в 1965 г.

11 – 14-й слайды: Ученики и последователи.

Подольский Андрей Ильич – доктор психологических наук (1987), заслуженный профессор МГУ (2002), заведующий кафедрой психологии образования и педагогики факультета психологии МГУ. Член Международного общества по исследованию развития поведения (ISSBD) и президент Российского отделения этого общества (с 1993); председатель Российского отделения Европейского общества по исследованиям в области учения и обучения (EARLI); действительный член Академии педагогических и социальных наук (с 1995). Области научной деятельности: общая и прикладная психология, возрастная и педагогическая психология. Тема кандидатской диссертации, защищенной под руководством профессора П. Я. Гальперина – «Формирование и развитие умственной деятельности» (1973).

Обухова Людмила Филипповна – доцент кафедры возрастной психологии факультета психологии МГУ (с 1974 г.), кандидат психологических наук (с 1972 г.), доктор психологических наук (с 1996 г.). Эксперт ЮНЕСКО по проблеме «Маленький ребенок и семья» (с 1988 по 1990 гг.), член редколлегии журнала «Вестник МГУ. Серия 14. "Психология"».

15-й и 16-й слайды: Работы Петра Яковлевича Гальперина

При жизни Петр Яковлевич публиковался мало, поэтому предстоит большая работа по внимательному изучению и систематизации его научного архива. Среди важных событий последних лет хочется отметить выход сборника трудов П. Я. Гальперина «Психология как объективная наука», а также труд «Введение в психологию».

Всю жизнь Петр Яковлевич прожил со своей женой Тamarой Израильевной Меерзон. Они были рядом в течение всей долгой совместной жизни и умерли в один год. Книге "Введение в психологию" Петр Яковлевич предпослал посвящение: "Моему дорогому другу, моей жене Тамаре Израильевне Меерзон". Это искреннее выражение любви и признательности. Далеко не каждый оказывается способным испытывать и вызывать такие чувства.

Петр Яковлевич умер 25 марта 1988 г. Но его идеи живы и актуальны в мире современной психологии. Гальперин создал не знающее аналогов в современной науке о человеке психологическое мировоззрение, не только открывающее радикально новые перспективы для переосмысления психической реальности, но и являющиеся надежной основой для качественного улучшения обучения различным предметам, на разных возрастных уровнях⁸.

⁸ Источник текста: Степанов С.С. Психология в лицах. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 384 с. – ISBN 5-04-006603-1.

Раздел 5

ОБРАБОТКА МАТЕРИАЛОВ ИНТЕРВЬЮ И НАПИСАНИЕ ОТЧЕТА

Цель занятия: понимание материала интервью как промежуточного продукта в процессе исследования, практическое освоение техник анализа качественных данных с учетом особенностей индивидуального интервью; определение оптимального варианта качественно-количественного анализа в соответствии с поставленной задачей исследования.

Вводные замечания. Как правило, интервью записывается традиционным способом: интервьюер ведет с респондентом устную беседу, фиксируя ее с помощью диктофона. Затем эта магнитофонная запись расшифровывается, и для анализа полученного материала текст интервью обрабатывается либо самим интервьюером, либо кем-то из исследовательской группы. Если обработку первичного материала осуществляет не интервьюер, а другой человек, то интервьюеру необходимо просмотреть окончательный вариант текста, который должен быть доступным для чтения.

Перевод интервью из устной формы в письменную связан с определенными трудностями, поскольку текст, с одной стороны, должен сохранять индивидуальный стиль речи интервьюируемого, а с другой – стать легким для чтения, понимания и анализа. Чтобы придать тексту необходимую форму, редактор корректирует его, добиваясь связного последовательного изложения, и устраняет речевые погрешности, обусловленные спонтанной речью респондента. Так, например, из текста интервью убираются оговорки, повторяющиеся слова («ну», «значит», «понятно», «как бы»), нелитературные выражения. В нем устраняют грамматические и стилистические погрешности. Корректируется все, что мешает понять смысл записанного интервью вне ситуационного контекста. Текст уменьшается в объеме, так как из него удаляются повторы слов и те части, где респондент вновь возвращается к уже прозвучавшему материалу. Степень важности повторов и необходимость сохранения или изменения последова-

тельности изложения событий в тексте интервью определяет интервьюер в зависимости от цели и задач исследования. Одновременно текст интервью сопровождается комментариями интервьюера, раскрывающими невербальное поведение респондента и дополняющими его речь. Например: «Респондент (*бросив блокнот на стол и повысив голос*): Как руководитель, я сам решаю, соответствует ли сотрудник требованиям компании». В итоге отредактированное интервью не совпадает с исходным текстом, но воспроизводит его максимально близко к исходному варианту.

Мнение исследователей относительно окончательного текста интервью расходятся. Одни стремятся сохранить первоначальный вариант и, прибегая к редактированию интервью, оставляют в архиве все его версии, как отредактированные, так и неотредактированные. При этом важной и ценной признается близость исходной и окончательной записей интервью. Другие утверждают, что мнение респондента более полно и точно представлено именно в отредактированном варианте, поскольку там уточняются и дополняются первоначальные формулировки. Проводя сравнение двух стратегий обработки интервью, отечественный социолог Н. Я. Мазлумянова отмечала: «Во втором случае мы имеем дело с сырым материалом, который при попытке его осмысления также подвергается многократным преломлениям и искажениям в результате ряда причин: 1) содержание ответов, записанных здесь и сейчас, несбалансированно, нередко зависит от конкретной обстановки, сиюминутных настроений респондента; 2) не все способны четко выразить свои мысли в режиме непосредственного реагирования; соответственно устная, не очень гладкая речь не всегда воспринимается адекватно, возможны всякого рода искажения при восприятии, недопонимание; 3) на все это накладывается субъективная трактовка текста исследователем, которая несет отпечаток его личности... В первом случае мы имеем дело с сознательным и целенаправленным искажением реальности, которое отражает личность респондента, возможно, с систематическим смещением, вызванным «работой на образ»; во втором – с неосознанным и несистематическим, непредсказуемым искажением» [4, с. 323 – 324].

Дословная запись текста интервью дает возможность учитывать психологические аспекты его проведения, вербальное и невербальное поведение респондента в ситуации интервьюирования, когда он про-

является и раскрывается в своей активности. В данном случае уместным и эффективным оказывается последующий контент-анализ текста интервью, сохраняющего непосредственную реакцию интервьюируемого на задаваемые вопросы. Иными словами, в первом случае исследователь сохраняет позицию диалога, не только раскрывающую мнение респондента, но и создающую условия для совместного обсуждения изучаемой проблемы именно в том ракурсе, в котором это необходимо самому интервьюеру.

Однако при любой стратегии редактирования исследователи сходятся в том, что окончательный текст, как того требует исследовательская этика, должен быть обязательно согласован с респондентом.

Применение конкретных методик, позволяющих анализировать текст интервью, определяется целью и задачами исследования. Так, например, для выявления установок респондента в отношении различных объектов используют блок методик, последовательное применение позволяет исследователю получить организованный набор объектов, оцениваемых интервьюируемым, с приписанными им качественными и количественными характеристиками. Работа с этими методиками включает выделение в тексте интервью оценочных суждений; минимизацию таких суждений, т.е. приведение их к обобщенному виду, и составление списка объектов оценки, содержащихся в тексте; составление иерархии предикативных суждений по степени их значимости для смысла текста.

К числу наиболее распространенных методов анализа текста относится контент-анализ.

Контент-анализ (от англ. «contens» – содержание) – метод качественно-количественного анализа содержания документов [2]. Может использоваться как:

- основной метод исследования (например, контент-анализ интервью для выявления отношения интервьюируемых к социальным явлениям, общественным или политическим событиям);
- параллельный, применяющийся одновременно с другими методами (например, для получения мнения эксперта по определенному вопросу, при изучении которого используются не только интервью, но и различные тесты);
- вспомогательный, или контрольный (при анализе текста свободного, нестандартизированного интервью).

Метод контент-анализа начали использовать, чтобы добиться объективности и строгости в оценке текстов, минимизировать влияние на результаты исследования личности самого исследователя и ситуации проведения исследования. Поэтому контент-анализ есть смысл применять, когда важные для изучения элементы текста встречаются с достаточной частотой (принцип статистической значимости). Отсюда те определения метода, в которых подчеркивается его количественная, а не качественная сторона, подчеркивается, что контент-анализ предназначен для выявления частоты появления в тексте интересующих исследователя характеристик.

Этапы исследования на основе контент-анализа

1. Необходимо сформулировать тему, цель, задачи и гипотезу исследования.

2. Определить категории анализа – наиболее общие, ключевые понятия, соответствующие исследовательским задачам. Система категорий играет роль в правильном составлении инструкции и указывает, что должно быть найдено в тексте. Например, у студентов, изучая их представления о современности, брали интервью, а затем в текстах интервью выделяли повторяющиеся единицы (категории и подкатегории). После того как категории сформулированы, необходимо выбрать соответствующую единицу анализа — лингвистическую единицу речи или элемент содержания, служащие в тексте индикаторами важных для исследователя явлений. Обычно наиболее употребительными единицами анализа являются слово, простое предложение, суждение, тема, автор, герой, социальная ситуация, сообщение в целом и др. Так, при изучении социальных представлений студенческой молодежи о современнике были выделены следующие единицы анализа:

А. Поведение:

A₁ прагматичность;

A₂ динамичность;

A₃ помощь другим людям.

Б. Внешний вид:

B₁ стильность.

В. Личностные черты:

V₁ индивидуальность;

V₂ жизнерадостность;

V₃ саморазвитие;

- B_4 креативность;
- B_5 коммуникативная компетентность;
- B_6 отсутствие культуры.

Г. Образованность.

Д. Вредные привычки.

Материалы каждого интервью обрабатывались следующим образом:

- 1) для проверки правильного выделения ключевых категорий подсчитывалась частота встречаемости категорий контент-анализа [2];
- 2) с целью определения значимости выделенных категорий и подкатегорий рассчитывался удельный вес (К) категорий контент-анализа по формуле $K = \frac{\text{число единиц анализа, фиксирующих данную категорию/общее число единиц анализа}}{2}$ [2];
- 3) с целью определения соотношения положительных и отрицательных (относительно избранной позиции) оценок, суждений, аргументов рассчитывался коэффициент Яниса (с) [5]. Его выбор был обусловлен тем, что, во-первых, респонденты давали полярные оценки современнику и, во-вторых, некоторые категории представляли собой биполярные шкалы.

Коэффициент Яниса предназначен для вычисления соотношения положительных и отрицательных (относительно избранной позиции) оценок, суждений, аргументов. В случае, когда число положительных оценок превышает число отрицательных, $C = \frac{f^2 - f \cdot n}{r \cdot t}$ и знаменатель $r \cdot t$, где f – число положительных оценок; n – число отрицательных оценок; r – объем текста, имеющего прямое отношение к изучаемой проблеме; t – общий объем анализируемого текста:

$$C = \frac{f^2 - f \cdot n}{r \cdot t}.$$

В случае, когда число положительных оценок меньше, чем отрицательных, $C = \frac{f \cdot n - n^2}{r \cdot t}$ и знаменатель $r \cdot t$:

$$C = \frac{f \cdot n - n^2}{r \cdot t}.$$

Результаты исследований социальных представлений методом контент-анализа могут представлять ценность для осуществления различных социальных технологий в рекламе, при проведении изби-

рательных кампаний, а также могут использоваться в психопрофилактической, консультативной и коррекционной работе.

Глубина выводов, сделанных по результатам качественных исследований, зависит от строгости разработки и отбора категорий или утверждений, а также применения адекватных статистических методов. Интеграция количественного и качественного подходов [3] обеспечивает полноту и достоверность полученных данных.

Написание отчета по результатам качественного исследования, проведенного с помощью интервью

Проведенное качественное исследование с использованием интервью завершается составлением отчета [6, 7], работа над которым начинается задолго до того, как будет собран весь необходимый материал. Слушая и фиксируя ответы респондента, исследователь невольно выделяет важную, с точки зрения темы, информацию и постепенно обобщает и классифицирует ее. Так, по мере накопления данных выстраивается предварительная картина результатов исследования.

Написание отчета на основе данных, полученных методом интервью, требует от исследователя умения работать с большим текстовым материалом. В процессе его анализа необходимо выделить и проинтерпретировать главное – то, что соответствует цели и задачам исследования, и при этом избежать субъективизма в подходе к анализируемому материалу.

Отчеты обычно включают:

1. Титульный лист, на котором указываются тема исследования, кто и для кого его проводил.
2. Содержание (оглавление).
3. Введение, в котором изложены цель, задачи, обоснование планируемой работы и условия исследования. Если это исследование направлено на решение практической проблемы заказчика, то здесь могут приводиться иные возможные варианты исследования с учетом обстоятельств его проведения. Наличие вариантов позволяет заказчику более точно определиться с организацией и бюджетом предстоящей работы. Схема исследования, включающая все его этапы, позволяет заказчику сориентироваться в объеме и последовательности проводимой работы. Во введении описывается база исследования, способы и критерии отбора респондентов.

4. Описание и анализ результатов, который может носить как общий характер, так и проводиться по отдельным направлениям. Как правило, здесь описываются результаты, полученные на каждом этапе исследования. Анализ результатов должен включать их качественное и количественное описание, наличие примеров из интервью респондентов, которые сделают излагаемый материал убедительным и понятным. В этой части отчета также необходимы графики или диаграммы, наглядно подтверждающие собранные данные.

5. Блок выводов и рекомендаций. Выводы – это концентрированное изложение основных результатов, полученных исследователем. Рекомендации должны быть основаны на выводах, это перечень конкретных действий, которые может предпринять заказчик для оптимизации имеющейся ситуации.

6. Заключение, где в краткой форме излагаются основные результаты исследования в соответствии с поставленными в нем задачами.

7. Приложения.

8. Список литературы, на которую опирался исследователь.

Трудности при написании отчета также могут быть вызваны тем, что результаты исследования не соответствуют ожиданиям или мнению заказчика исследования. Выполняя конкретный заказ, приходится считаться с точкой зрения заказчика, и это создает сложности в сообщении информации, которая может ему не понравиться.

Если проводимое исследование имеет сугубо научный характер, то во введении должна быть изложена его методологическая основа. В плане оформления важными являются соблюдение единой стилистики, структурированность материала и его грамотное изложение. К отчету может прилагаться словарь терминов, способных вызвать затруднения у тех, кто будет знакомиться с отчетом. Однако при выполнении практического заказа предпочтительнее написать отчет так, чтобы он был понятен заказчику без специального словаря.

Оснащение занятия: протоколы интервью артистов песенно-танцевального жанра творческих коллективов г. Владимира; таблица смысловых единиц, выделенных в процессе контент-анализа этих интервью.

Порядок работы

I. Коллективный анализ в микрогруппах вопросника интервью и контент-аналитической обработки текстов интервью (прил. 5.1, 5.2, 5.3), проведенных для исследования особенностей совместной творческой деятельности на примере коллектива Владимирского фольклорного театра «Разгуляй» [8].

Вопросы для анализа:

1. В чем сходство и в чем различие вопросников интервью для актеров фольклорного театра и артистов, выступающих сольно?
2. Что Вы изменили бы в вопросниках, прочитав ответы респондентов?
3. С кем еще уместно провести интервью в данном исследовании?
4. Дайте оценку выделенным смысловым категориям. Почему, по вашему, были выделены именно они?

Описание исследования

Для изучения процессов интеграции малой группы было принято изучение творческой деятельности актеров фольклорного театра. Эмпирической базой исследования стали актерский ансамбль во главе с главным режиссером Владимирского муниципального театра фольклора «Разгуляй» (N = 11); исполнители сольных вокально-танцевальных номеров из театральных и музыкальных коллективов г. Владимир (N = 10), выступающие на объединенных концертах; группа наблюдателей (N = 20), представленная студентами психологического факультета Владимирского филиала Столичной финансово-гуманитарной академии (СФГА).

Цель исследования заключалась в выявлении и описании психологических механизмов интеграции актеров во время подготовки спектакля и его представления. *Гипотезой* исследования явилось предположение о том, что между коллективным и индивидуальным песенно-танцевальным творчеством существуют различия, вызванные разным типом идентификации членов творческих групп.

Использовались следующие методы исследования: наблюдение за работой артистов, интервьюирование актеров (см. прил. 5.1) и контент-анализ текстов интервью (см. прил. 5.2), тестирование («Шкала эмоционального отклика» А. Меграбиана и Н. Эпштейна, модифицированная методика «Оценка эмоционального выражения лица и позы по фотографии методом "выбора из списка"» С. В. Квасовца, методи-

ка «Ориентировочная анкета» В. Смейкала и М. Кучера), а также качественный и количественный анализ экспериментальных данных (коэффициент ассоциаций Юла для оценки связи двух дихотомических признаков и метод выявления различий в уровне исследуемого признака – критерий Манна-Уитни).

Исследование текстов интервью методом контент-анализа (см. прил. 5.3) показало, что актеры фольклорного театра ориентированы как на достижение индивидуального творческого результата (талантливое исполнение роли), так и на работу со зрителем (стремление вызвать переживания, общие с героями представления). Артисты, говоря о представлении, подразумевали под «результатом» интересный, мастерски сыгранный спектакль, "отшлифованный" как произведение искусства. Материалы интервью показали, что у актеров фольклорного театра по сравнению с артистами-сольниками преобладают социальная идентификация с членами своего коллектива и мотивация аффилиации. Им необходимо испытывать удовольствие от умелой групповой игры и видеть эмоциональную реакцию зрителей. На вопрос: «Когда вы довольны спектаклем?» – они отвечали: «Когда зритель понимает происходящее на сцене и когда во время спектакля между нами устанавливается невидимая, но осязаемая связь», а также «Когда получается у всего коллектива и зритель точно воспринимает замысел режиссера и актеров». Ответы актеров на вопросы интервью показали, что коллективное творчество делает их жизнь осмысленной, помогает преодолеть чувство отчужденности и одиночества. Это, кстати, подтверждает тезис А. В. Петровского о несводимости цели коллектива к достижению узко-корпоративной цели и ее обязательному выходу за пределы исключительно групповых интересов.

У артистов, выступающих сольно, преобладают мотивация достижения и стремление к самореализации. Они не столько дают зрителю, сколько желают получить от него подтверждение собственного успеха: «Я довольна выступлением, когда от зрителя есть энергетическая отдача» или «Слезы, цветы, чувствуешь себя царем земным!». Таким образом, артисты занимают разную позицию по отношению к зрителю: актеры фольклорного театра видят его оценивающим, а артисты, выступающие сольно, описывая зрителя, сами оценивают его. Поэтому в фольклорном театре зритель воспринимается как активный соучастник общего театрального действия, а в ответах актеров-сольников он предстает как пассивный объект, который впитывает

искусство: «Пою... Хотелось бы покорять города!». Поэтому у артистов, выступающих индивидуально, больше недовольства зрителем и чаще встречается его критическое описание.

II. Задания для самостоятельной работы. 1. Взять интервью у представителя творческой профессии (музыканта, писателя, артиста и т.д.), провести контент-анализ полученного материала. 2. Взять 5 интервью для изучения мнения студентов об условиях проживания в студенческом общежитии (заказчик – студенческий профком) и написать по результатам исследования отчет.

Список литературы

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).
2. *Богомолова, Н. Н.* Контент-анализ / Н. Н. Богомолова, Т. Г. Стефаненко. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1992. – 62 с.
3. *Лаба, Л. Я.* Способы интеграции качественных и количественных методов / Л. Я. Лаба // Мир психологии. – 2004. – № 1. – С. 35 – 47.
4. *Мазлумянова, Н. Я.* Биографические интервью с российскими социологами : методико-методологические вариации / Н. Я. Мазлумянова // Теория и методология в практиках российских социологов: постсоветские трансформации. – М. : Научный мир, 2010. – 480 с. – С. 304 – 333. – ISBN 978-5-91522-243-3.
5. *Манаев, О. Т.* Контент-анализ – описание метода. / О. Т. Манаев. – URL: http://www.it2b.ru/articles/razdel2/art2_2_87.php (дата обращения: 15.08.12).
6. *Семина, М. В.* Метод интервью в социологии и маркетинге / М. В. Семина. – Казань : Изд-во КДУ, 2010. – 308 с. – ISBN 978-5-98227-597-4.
7. *Она же.* Написание отчета по качественному исследованию / М. В. Семина // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2007. – № 2. – Т. 10. – С. 155 – 164.
8. *Чернышева, Н. С.* Коллективное творчество как фактор интеграции группы. Социальная психология малых групп / Н. С. Чернышева // Материалы II Всерос. науч. конф., посвященной памяти проф. А. В. Петровского. – М. : МГППУ, 2011. – С. 147 – 151. – ISBN 978-5-94-051-082-6.

Вопросники

Вопросник интервью с артистами театра

1. Как Вы попали в этот театр?
2. Как в театре выбирают актера на определенную роль?
3. Расскажите, как проходят репетиции.
4. Что для Вас главное в процессе спектакля?
5. Что Вы можете сказать о театральном коллективе в целом?
6. Как Вы охарактеризовали бы городских зрителей?
7. Когда у Вас остается чувство удовлетворенности выступлением?
8. Ваш любимый спектакль из репертуара вашего театра.
9. Почему именно этот спектакль является любимым?

Вопросник интервью с артистами, выступающими solo

1. У артистов много возможностей. Почему вы предпочитаете работать во Владимире?
2. Как происходит выбор Вашего репертуара?
3. Что для Вас главное в процессе выступления?
4. Как Вы охарактеризовали бы тех, кто помогает Вам на сцене?
5. Как Вы охарактеризовали бы владимирских зрителей?
6. В чем Вы видите разницу между коллективным и solo выступлениями?
7. Когда Вы довольны выступлением?
8. Какую роль играет работа в Вашей жизни?
9. Ваш любимый концертный номер (почему именно этот?).

Протоколы интервью

Интервью с солистом (1)

1. Родной город! В этом городе я достигла первых успехов.
2. Встречают меня тепло, чувствую доброжелательность.
3. – (ответ отсутствует).
4. Подхожу ответственно. Репетирую свои номера так, чтобы все прошло, как запланировано.
5. Коллективное выступление требует больше поддержки, чувствуешь себя более уверенно, когда ты со всеми. Solo выступление – больше ответственности падает лично на меня.

6. Милые, понимающие, организованные, коммуникативные, готовы оказать помощь.
7. Когда все проходит так, как запланировано, когда меня встречают-провожают толпы поклонников у дверей.
8. Главенствующую. Хотелось бы покорять города. Расширять репертуар.
9. «Отпускаю» – это моя любимая песня о первой любви, я вложила в нее свою душу, исполняю её с чувством, переживаю эти события вновь и вновь.

Интервью с солистом (2)

1. Я в этом городе родилась. Родной город. Моя родина.
2. Требовательные. Искушенные. Интересующиеся.
3. – (ответ отсутствует).
4. Внешний вид. Распевка. Физическая подготовка, техническое оснащение и декоративное оформление.
5. В коллективном выступлении ориентируешься на группу, в сольном выступлении расходуется собственная энергетика. Надо уметь ее распределять.
6. Профессионалы, умеющие выбраться из любой трудной ситуации и помочь близкому человеку.
7. Когда вижу горящие глаза зрителей.
8. Значимую. Это основной пока заработок в моей студенческой жизни, но и свое будущее без выступлений я не вижу.
9. «Like you» – эта песня как взгляд из детства певицы, что и повлияло на стиль написания, сделало её такой, какая она есть.

Интервью с солистом (3)

1. Семья, быт. И вообще нераскрытые возможности города.
2. Доброжелательные, интеллектуальные, смотрят с удовольствием.
3. – (ответ отсутствует).
4. Вдохновляешься. Трудолюбие, особенно в итоговых концертных программах.
5. Коллективное выступление на общем уровне – это как общая масса. Нет возможности самореализации. Сольные выступления для того, кто хочет показать себя.
6. Интриги везде, но среди моих коллег их нет, мы друг у друга берем только хорошее.

7. Слезы, цветы, когда зрителям нравится. Чувствуешь себя царем земным.
8. Очень помогает! Вдохновляет! Не дает окунуться в быт.
9. Мусоргский, потому что мы с ним родственные души, мы друг друга понимаем.

Интервью с актером театра (1)

1. По рекомендации начальника балетмейстера, так как он знал меня по работе в ансамбле «Владимир».
2. Я думаю, учитываются вокальные способности и темперамент артиста.
3. Удобные костюмы, уважительное отношение артистов друг к другу.
4. Добродушные, веселые, каждый человек по своему хорош.
5. Добродушные, радостные лица всегда озаряют стены театра! Наш зритель нас любит.
6. Когда доволен зритель, в зале звучат бурные аплодисменты, артистам дарят цветы.
7. Основную, потому что в театре я провожу большую часть своего времени (чему я очень рада).
8. «Вечерний звон». Я исполняю в этом спектакле много танцевальных номеров.

Интервью с актером театра (2)

1. Решила попробовать свои возможности и пришла по объявлению.
2. Всегда по-разному, но в основном трудоемко.
3. Главное, чтобы все прошло благополучно. Важно суметь произвести впечатление на зрителей.
4. Очень дружный. Мы очень любим вместе отдыхать. Хотя и так постоянно вместе на гастролях.
5. Всегда разные. Одни очень эмоциональны, чувственные, других, наоборот, сложно разогреть.
6. Видеть улыбку, слезы, слышать аплодисменты зрителей.
7. Практически основную, но думаю о себе и знаю, что для меня семья на первом месте.
8. «Яблочный Спас», так как это вокально-хореографическая программа, там совместные песни. А я – артистка хора.

9. В моем понимании, коллективное выступление – это основной труд коллектива, который осуществляется совместно. Сольные выступления – труд одного человека.

Интервью с актером театра (3)

1. Я с детства очень любила выступать на различных детских утренниках. В школе всегда давали главные роли в разных спектаклях. И в будущем у меня не было проблем с выбором профессии.
2. Я полностью вхожу в роль героинь. Эмоциональные, яркие, насыщенные репетиции.
3. Как реагирует зал, для меня это очень важно. Главное – не забыть слова, правильно показать чувства, эмоции. Донести всю теплоту души.
4. У нас очень дружный коллектив. Мы все друг друга поддерживаем, уважаем.
5. Добродушные, внимательные, чуткие.
6. Когда все проходит успешно. Когда все сыграно правильно.
7. Не могу жить без театра. Это смысл моей жизни.
8. «А у нас во дворе». Отличный музыкальный спектакль в стиле «ретро».
9. Коллективное выступление – это создание единого целого. Это работа не только над своими ошибками, но и решение проблем коллектива во время репетиции. Сольное выступление – это огромная ответственность, так как приходится одному "разогреть" публику.

Интервью с актером театра (4)

1. По объявлению. Мне очень хотелось работать в театре.
2. Весело. Много смеемся над собой (так как изучаем новые движения, и не сразу все получается).
3. Доверять друг другу, чувствовать и понимать, что ты исполняешь.
4. Очень-очень дружный, веселый, заботливый, любящий.
5. Интересный, потому что во время спектакля мимика лица постоянно меняется.
6. Когда понимаешь, что зрители в восторге, и знаешь, что они придут ещё раз.
7. Это мой доход, основной заработок.

8. «Прощание славянки». Очень грустный спектакль, проникновенный, трогательный.
9. Коллективное выступление – это интересная работа друг с другом, в том числе в неловких ситуациях во время спектаклей. Сольное выступление – это очень ответственно, трудно и неинтересно для меня.

Приложение 5.3

Категории контент-анализа

А. Характеристики деятельности:

- А1. Модальность (позитивная / негативная).
- А2. Труд, работа.
- А3. Вдохновение, состояние души.
- А4. Цель деятельности:
 - зрители;
 - самоотдача, самореализация.

Б. Зрители.

Б1. Оценка:

- оценивающие;
- оцениваемые;
- соучаствующие.

Б2. Модальность отношения к зрителям:

- доброжелательные;
- недоброжелательные;
- активные.

В. Оценка коллег:

- позитивная;
- негативная.

Г. Артист

- Г1. Ответственный.
- Г2. Разнообразный.
- Г3. Творческий.
- Г4. С большой энергетикой.
- Г5. Внешне привлекательный.

Д. Характеристики текста интервью

- Д1. Эмоциональность.
- Д2. Развернутость.

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРВЬЮ»

Цель курса – систематизированное изложение теоретических основ метода индивидуального и группового интервью, формирование умений практического использования метода интервью в социально-психологических исследованиях.

Основные задачи курса:

- освоение студентами качественной методологии анализа социальных явлений и процессов;
- изучение исторических предпосылок качественных методов в психологии и особенностей их применения в современной науке;
- овладение понятиями и принципами психологии интервью;
- изучение особенностей установления контакта и проведения наблюдения во время интервью;
- овладение студентами умениями и навыками самонаблюдения и самоанализа в процессе интервью.

Курс «Психология интервью» основан на знаниях, полученных студентами во время изучения дисциплин «Социальная психология», «История психологии», «Общая психология», «Психология личности», «Психология общения». В свою очередь, он помогает при изучении спецкурсов «Психодиагностика», «Проективные методы исследования», «Психология рекламы».

В ходе курса предусмотрены выполнение студентами самостоятельных домашних заданий и упражнений, подготовка рефератов, обсуждение теоретических и практических проблем использования «качественных» методов в психологии на семинарских занятиях, отработка навыков и умений работы с «качественными» методами на практических занятиях.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате изучения дисциплины будущий специалист должен:

Знать:

1. Исследовательские функции качественных и количественных методов исследования.

2. Теоретические основы практического применения метода интервью отечественными и зарубежными психологами.

3. Этапы и особенности проведения интервью, способы обработки и оформления его результатов, процесс организации и проведения фокус-групп.

Уметь:

1. Практически использовать метод индивидуального и группового интервью.

2. Составлять вопросник глубинного интервью и сценарий фокус-группы.

3. Использовать проективные методики в рамках проведения интервью.

4. Применять контент-анализ для обработки результатов.

5. Составлять отчет по результатам исследования.

Иметь представление о способах применения методов анкетирования и интервью в психологии, политической психологии, психотерапии, психологии менеджмента и маркетинга, в журналистике.

Содержание разделов дисциплины

Раздел I. КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема 1. Количественные и качественные методы психологических исследований (2 ч)

Количественные и качественные методы исследования в экспериментальной и практической психологии и социологии. Методология качественного исследования. Современное состояние практики качественного исследования. Различия в функциях количественных и качественных методов исследований. Перекрестная валидизация количественных и качественных подходов. Проблема достоверности и обеспечения надежности информации. Метод триангуляции. Обоснование выбора метода в качественных исследованиях.

Вопросы для проверки

1. Какие методологические основания социально-психологического исследования возможны?
2. Расскажите о качественных исследованиях в отечественной науке.
3. В чем специфика качественного исследования?
4. Назовите основные типы качественных исследований.

Литература

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).
2. *Квале, С.* Исследовательское интервью / С. Квале. – М. : Смысл, 2009. – 301 с. – ISBN 5-89357-145-2.
3. *Страусс, А.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / А. Страусс, Д. Корбин ; пер. Т. С. Васильевой. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 256 с. – ISBN 5-8360-0299-1.
4. *Ядов, В. А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – М. : Омега-Л, 2007. – 567 с. – ISBN 5-365-00446-9. – ISBN 978-5-365-004467.

Раздел 2. ИНТЕРВЬЮ КАК МЕТОД КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема 2. Интервью и метод беседы. Типы интервью (2 ч)

Беседа как метод психологии. Интервью как вид беседы. Применение индивидуального глубинного интервью в практической психологии, журналистике, социологии и маркетинге. Причины предпочтения интервью как индивидуального исследовательского метода.

Типы интервью в исследовательской и практической деятельности психолога. Основные типы интервью. Вопросы, применяемые в интервью. Стиль проведения интервью. Фокусированное интервью.

Вопросы для проверки

1. Расскажите о соотношении понятий «беседа» и «интервью».
2. Чем отличаются между собой разные типы интервью?
3. В чем специфика исследовательского интервью в психологии?
4. Какие типы вопросов применяются в интервью?

Литература

1. *Айламазьян, А. М.* Метод беседы в психологии / А. М. Айламазьян. – М. : Смысл, 1999. – 119 с. – ISBN 5-89357-046-4.
2. *Белановский, С. А.* Свободное интервью как метод социологического исследования / С. А. Белановский // Социология: 4 М. – 1991. – № 2. – С. 5 – 19.
3. *Квале, С.* Исследовательское интервью / С. Квале. – М. : Смысл, 2009. – 301 с. – ISBN 5-89357-145-2.
4. *Киселева, И.* Информационно-целевой анализ текста свободного интервью / И. Киселева // Социолог. журн. – 1994. – № 3. – С. 110 – 116.

Тема 3. Методика и техника интервьюирования (6 ч)

Основные стадии интервью: подготовка к интервью, начало, основная часть, завершение, обработка результатов.

Подготовка интервью. Профессиональные качества интервьюеров: индивидуальные способности, владение методикой, психологическая подготовка, подготовка в предметной области исследования. Практическое обучение интервьюированию. Выбор респондентов и их типы.

Вопросник интервью. Последовательности тем по характеру смысловых связей. Вопросы, запланированные заранее, и вопросы, формулируемые по ходу интервью. Число тем в интервью. Степень логической детализации вопросника. Степень логической разветвленности вопросника. Прямая и обратная "воронка". Логика интервьюера и логика респондента. Время, место и способ записи интервью.

Этапы интервью. Факторы, способствующие установлению и поддержанию контакта: стремление к исполнению ожиданий, потребность в признании и одобрении, использование альтруистических мотивов, потребность в сочувственном понимании, приобретение нового опыта, катарсис, потребность в познании смысла, внешние стимулы. Факторы, препятствующие установлению и поддержанию контакта. Договоренность о встрече.

Начало интервью. Типичные причины отказа интервьюера от сотрудничества.

Основная часть интервью. Раскрытие темы. Методы интервьюирования, способствующие раскрытию темы: активное слушание (пауза или молчание, подбадривание и умеренная поддержка, отражение или "эхо", вопросы-синонимы, прямая просьба расширить ответ, парафраза, суммирующий вопрос, прямая просьба разъяснить ответ, конкретизирующие вопросы, изменение темы). Переходы в темах. Контроль над темой: усилия по фокусировке, контроль релевантности, контроль полноты, конкретизация тем, логический контроль. Разновидности логических ошибок: противоречия, ошибки в повествованиях, описаниях, рассуждениях, ошибки индукции и дедукции. Поддержание мотивации. Искажения в интервью. Ошибки интервьюеров (чрезмерная активность, ограничение ответов, навязывание тем и др.). Рекомендации начинающему интервьюеру.

Вопросы для проверки

1. В чем заключаются особенности отбора и подготовки интервьюеров?
2. Как эффективнее работать над опросником?
3. Причины искажений при проведении интервью.
4. Возможные типы ошибок при проведении интервью.
5. Как добиться взаимопонимания интервьюера и интервьюируемого?

Литература

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).

2. *Воронкова, О. А.* Взаимопонимание в телефонном интервью: социолог – интервьюер – респондент / Воронкова, О. А. // Социология: 4 М. – 1996. – № 7. – С. 131 – 140.
3. *Лукина, М.* Технология интервью / М. Лукина. – М. : Аспект-Пресс, 2003. – 191 с. – ISBN 5-7567-0283-0. – URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 14.02.13).
4. *Маслова, О. М.* Мир интервьюера: по данным формализованного и свободного интервью / О. М. Маслова // Социология: 4 М. – 2000. – № 12. – С. 40 – 64.
5. *Санмен, С.* Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований : пер. с англ. / С. Санмен, Н. Брэдберн. – М. : Ин-т Фонда "Общественное мнение", 2002. – 382 с.
6. *Файн, С.* Первичная консультация: установление контакта и завоевание доверия : пер. с англ. / С. Файн, П. Глассер. – М. : Когито-Центр, 2003. – 238 с. – ISBN 0-8039-7141-9. – ISBN 5-89353-092-6.

Тема 4. Анализ результатов и составление отчета (2 ч)

Подготовка текста интервью для анализа. Проблема редактирования. Логический контроль. Формирование текстовой композиции. Осмысление результатов: конструирующий метод, метод примеров, типологический анализ, контент-анализ, статистическая обработка.

Принципы фокусировки интервью. Фокусировка на эмоциональных реакциях. Фокусировка на когнитивных структурах. Структура обыденного сознания. Обыденное сознание как источник достоверного знания (зона компетентности и зона некомпетентности). Ведение интервью в пределах зоны компетентности (глубина, широта и граница компетентности). Зона наблюдения. Мотивация наблюдения. Направление, или фокусировка, наблюдения. Смещение зоны компетентности. Проблема несогласованности мнения респондентов. Фокусированное интервью и экспертные опросы. Свойства представлений в зоне некомпетентности. Глубинное интервью при разработке вопросников и анкет.

Вопросы для проверки

1. Раскройте принципы фокусировки интервью.
2. Как производится обработка результатов, полученных методом интервью?
3. Опишите основные этапы контент-анализа документов.
4. Какие правила необходимо соблюдать интервьюеру?
5. Что означает термин «зона компетентности»?

Литература

1. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2. – URL: <http://www.socioline.ru/node/398> (дата обращения: 13.03.12).
1. *Богомолова, Н. Н.* Метод контент-анализа / Н. Н. Богомолова, Т. Г. Стефаненко. – М. : Изд-во МГУ, 1992. – 61 с.
2. *Журавлев, В. Ф.* Анализ коммуникации в качественном интервью / В. Ф. Журавлев // Социология: 4 М. – 1996. – № 7. – С. 86 – 109.
3. *Мертон, Р.* Фокусированное интервью / Р. Мертон [и др.] ; под ред. С. А. Белановского. – М. : Ин-т молодежи, 1991. – 106 с.

Раздел 3. ТРАДИЦИОННЫЕ И НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ: ОТ ВОПРОСОВ К ПРОЕКТИВНЫМ МЕТОДАМ

Тема 5. Применение группового интервью. История развития метода фокус-групп (4 ч)

Классификации вопросов. Развитие новых техник и методических приемов. Модификация вопросов: техника "лэддеринг", личные вопросы, анализ противоположного, символический анализ. "Хитрости профессии" (приемы, позволяющие привести к более глубоким ответам): построение информационного контекста, поверхностные ассоциации, конструирование образов, вопрос о смысле очевидного, оценка концептуальной карты категории продукта, метаморфозы, соотнесение образов, цепочка вопросов, выведение противоречий, завершение и расширение предложений и др. Зондирующие методы и

процедуры выбора. Приемы активизации внимания: "вовлекающие" вопросы, перечисление, шкалирование по заданной шкале, метод семантического дифференциала, шкалирование по самостоятельно определяемой шкале, альтернативный выбор, распределение изображений. "Брэнд мэппинг" как один из основных методов определения позиции ключевого брэнда по отношению к конкурентам и его преимуществ и недостатков. Метод позиционирования. Модель "товар-рынок". Составление карт эффективности, репутации и популярности. Составление концептуальных карт. Шкалирование отношений/аттитюдов. Процедуры выбора: группирование и ранжирование. Сортинг.

Вопросы для проверки

1. Опишите особенности группового интервью.
2. Когда и где стали впервые применяться фокус-группы?
3. Какие новые методы становятся основными при проведении фокус-групп? В чем их специфика?
4. Почему фокус-группы получили широкое распространение в маркетинге?

Литература

1. *Белановский, С. А.* Метод «фокус-групп» / С. А. Белановский. – М. : Магистр, 1996. – 272 с. – ISBN 5-901488-05-9. – URL: [http:// www.smolsoc.ru/index.php/home/images/referat/a873.pdf](http://www.smolsoc.ru/index.php/home/images/referat/a873.pdf) (дата обращения: 13.03.12).
2. *Богомолова, Н. Н.* Фокус-группы как метод социально-психологического исследования : учеб. пособие / Н. Н. Богомолова, Т. В. Фоломеева. – М. : Магистр, 1997. – С. 4 – 27.
3. *Мельникова, О. Т.* Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии / О. Т. Мельникова. – М. : Академия, 2003. – 272 с. (Серия «Высшее образование»). – ISBN 5-7695-0950-3.
4. *Мертон, Р.* Фокусированное интервью / Р. Мертон [и др.] ; под ред. С. А. Белановского. – М. : Ин-т молодежи, 1991. – 106 с.

5. *Фоломеева, Т. В.* Исследование читательских предпочтений методом фокус-групп / Т. В. Фоломеева. – Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология. – 1995. – № 2. – С. 47 – 52.
6. *Фоломеева, Т. В.* Опыт применения проективной методики «Психологический рисунок» в исследовании восприятия социальных объектов / Т. В. Фоломеева, О. М. Бартенева // Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология. – 2000. – № 2. – С. 27 – 39.
7. *Krueger, R. A.* Focus Groups: A Practical Guide For Applied Research. New Delphi. – 1994. – P. 100 – 126.

Раздел 4. ПРОЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ

Тема 6. Проективные методы (4 ч)

Принцип проекции. Особенности проективного метода. Вербальные и невербальные проективные методики. Характерные особенности проективных методов. Основные принципы, лежащие в основе проективного исследования личности.

Практическое применение проективного метода: от клиники до маркетинга. Проективные методы в качественных маркетинговых исследованиях. Проективные методики, используемые в глубинном интервью.

Ассоциативные методы. Вербальные ассоциации (свободные и направленные ассоциации; принудительные связи). Персонификация (антропоморфизация и аналогичные вербальные методы). Идеальный продукт. Невербальные ассоциации: образные ассоциации/слова и картинки, коллаж, идентификация образов, ситуативные ассоциации, личностные ассоциации. Фиксированная методика личностных ассоциаций.

Процедуры завершения. Методика завершения предложений и условия ее применения: завершение истории, фрустрирующие картинки, модификации ТАТ, незавершенные рисунки.

Процедуры конструкции. Проективные вопросы. Стереотипы. Разновидности методики проективных рисунков "Bubbles". Описательные "Bubbles". Ролевые или ситуативные "Bubbles".

Экспрессивные методы. Игра и проигрывание брэнда. Ключ. Создание "семейств". Фантазии. Разработка кампании. Мини-дебаты (работа в группе). Психологический (экспрессивный рисунок). Рисунок как графический проективный метод: процедура, общие принципы интерпретации. Графические и содержательные компоненты: цвет, композиция, форма, линии, размер, предметность, плотность заполнения листа.

Тестирование рекламы (телевизионная реклама, печатная реклама, рекламный текст, название, упаковка: цвет, размер, текст, изображение). Ротация стимульного материала.

Новые технологии в качественных исследованиях.

Вопросы для проверки

1. Перечислите наиболее распространенные проективные методы, применяющиеся в фокус-группах.
2. Как осуществляется тестирование рекламы?
3. Приведите примеры использования метода фокус-групп при тестировании нового продукта.

Литература

1. *Белановский, С. А.* Метод «фокус-групп» / С. А. Белановский. – М. : Магистр, 1996. – 272 с. – ISBN 5-901488-05-9. – URL: [http:// www.smolsoc.ru/index.php/home/images/referat/a873.pdf](http://www.smolsoc.ru/index.php/home/images/referat/a873.pdf) (дата обращения: 13.03.12).
2. *Богомолова, Н. Н.* Фокус-группы как метод социально-психологического исследования : учеб. пособие / Н. Н. Богомолова, Т. В. Фоломеева. – М. : Магистр, 1997. – С. 4 – 27.
3. *Мельникова, О. Т.* Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии / О. Т. Мельникова. – М. : Академия, 2003. – 272 с. – ISBN 5-7695-0950-3. (Серия «Высшее образование»).
4. *Мертон, Р.* Фокусированное интервью : пер. с англ. / Р. Мертон [и др.] ; под ред. С. А. Белановского. – М. : Ин-т молодежи, 1991. – 106 с.

5. *Фоломеева, Т. В.* Исследование читательских предпочтений методом фокус-групп / Т. В. Фоломеева // Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология. – 1995. – № 2. – С. 47 – 52.
6. *Фоломеева, Т. В.* Опыт применения проективной методики «Психологический рисунок» в исследовании восприятия социальных объектов / Т. В. Фоломеева, О. М. Бартенева // Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология. – 2000. – № 2. – С. 27 – 39.
7. *Buck, J. N.* The H-T-P technique: a qualitative and quantitative scoring technique // J. of Clinical Psychol. – 1948. – № 4. – P. 317 – 396.
8. *Gregg, M. Furth.* The Secret World of Drawings. A Jungian Approach to Healing through Art. 2002.
9. *Белановский, С. А.* Глубокое интервью : учеб. пособие / С. А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – ISBN 5-901488-03-2.
10. *Эденборо, Р.* Практическая психометрия и эффективное интервьюирование / Р. Эденборо. – СПб. : Питер-М, 2003. – 384 с. – ISBN 5-88782-283-X.

Ключевые термины курса: анкета, беседа, выборка, групповая дискуссия, диалог, закрытые вопросы, зона компетентности, интервью, исследовательское интервью, качественные методы социально-психологического исследования, количественное исследование, модератор, контент-анализ, метод «снежного кома», топик-гайд, проективные методы, психотерапевтическое интервью, триангуляция, фокус-группа.

2. ТЕСТ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ

Инструкция. Укажите правильные ответы.

1. Качественные методы исследования применяются:
 - a) для проверки гипотез;
 - b) эмпирического сбора данных;
 - c) выдвижения новой гипотезы;
 - d) подтверждения статистической значимости результатов.
2. Количественные методы исследования:
 - a) служат для выявления новых проблем;
 - b) статистического подтверждения гипотез;
 - c) анализа изучения индивидуальных вариантов;
 - d) обследования больших групп испытуемых.
3. Валидность результатов качественных методов достигается за счет:
 - a) метода триангуляции;
 - b) количества испытуемых;
 - c) повторяемости исследования;
 - d) неоднократного обследования одной и той же выборки.
4. Исследовательское интервью направлено на достижение цели:
 - a) изучения мотивов поведения клиента;
 - b) обсуждения проблемных философских вопросов;
 - c) личностного развития интервьюируемого;
 - d) сбора информации по изучаемой теме.
5. Опросник интервью включает:
 - a) предварительный текст ответов;
 - b) реплики интервьюера на ответы испытуемого;
 - c) закрытые вопросы;
 - d) открытые вопросы.
6. Интервьюер должен обязательно обладать:
 - a) эмпатией;
 - b) психологическим образованием;
 - c) развитым интеллектом;
 - d) литературной речью.

7. В вопросник интервью можно включить вопросы:
- a) альтернативные;
 - b) наводящие;
 - c) открытые;
 - d) риторические.
8. Выделяют следующие типы респондентов:
- a) специальные респонденты;
 - b) ключевые информаторы;
 - c) модераторы;
 - d) фасилитаторы.
9. Логический контроль за темой означает:
- a) повторение основных вопросов;
 - b) полное завершение темы;
 - c) соблюдение логики раскрытия темы;
 - d) применение закрытых вопросов.
10. Ошибки проведения интервью:
- a) комментарии интервьюера;
 - b) наличие противоречивых вопросов;
 - c) проведение интервью в присутствии посторонних;
 - d) обязательное установление контакта с интервьюируемым.
11. Последовательность вопросов может осуществляться по принципу:
- a) прямой воронки;
 - b) экспромта;
 - c) обратной воронки;
 - d) последовательности обсуждаемых событий.
12. Фокус-группы относятся:
- a) к тестам;
 - b) экспериментальным методам исследования;
 - c) количественным методам;
 - d) качественным методам.

13. Для проведения фокус-группы необходимы:
- a) составление топик-гайда;
 - b) проведение социометрии участников;
 - c) учет опыта участия в фокус-группах;
 - d) гомогенный состав группы.
14. Фокус-группа – это:
- a) групповая дискуссия;
 - b) мозговой штурм;
 - c) тестирование;
 - d) беседа.
15. Методы, применяющиеся в фокус-группах:
- a) леддеринг;
 - b) корректурная проба;
 - c) рисунок объекта исследования;
 - d) факторный анализ.
16. Фокус-группы обычно применяются:
- a) для изучения личностных особенностей участников;
 - b) определения IQ;
 - c) изучения общественного мнения;
 - d) маркетингового исследования.
17. Метод контент-анализа предполагает:
- a) применение семантического дифференциала;
 - b) выделение кодировочных единиц;
 - c) знание групповой динамики;
 - d) составление инструкции.
18. Для организации фокус-группы необходимо:
- a) составить сценарий;
 - b) протестировать участников;
 - c) соблюдать принцип гетерогенности состава участников;
 - d) объяснить участникам цель фокус-группы.

19. Фокус-группа проводится в форме:

- a) делфи-групп;
- b) социометрии;
- c) диадического взаимодействия;
- d) в рамках больших социальных групп.

20. Для проведения фокус-групп необходимо знать:

- a) процессы лидерства и руководства;
- b) возрастной состав участников;
- c) степень осведомленности участников о фокус-группах;
- d) статистические методы обработки материала.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	3
<i>Раздел 1. ИНТЕРВЬЮ КАК КАЧЕСТВЕННЫЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ.....</i>	<i>5</i>
<i>Раздел 2. ЛИЧНОСТЬ ИНТЕРВЬЮЕРА.....</i>	<i>23</i>
2.1. Осознание и принятие роли интервьюера.....	23
2.2. Речь интервьюера.....	26
<i>Раздел 3. СОСТАВЛЕНИЕ ВОПРОСНИКА ИНТЕРВЬЮ.....</i>	<i>44</i>
<i>Раздел 4. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ ИНТЕРВЬЮ: ТИПЫ И ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ.....</i>	<i>56</i>
3.1. Телефонное интервью.....	56
3.2. Анализ проведенных интервью.....	59
3.3. Биографическое интервью.....	61
3.4. Интервью о жизненной истории.....	65
3.5. Фокусированное групповое интервью (фокус-группы).....	74
<i>Раздел 5. ОБРАБОТКА МАТЕРИАЛОВ ИНТЕРВЬЮ И НАПИСАНИЕ ОТЧЕТА.....</i>	<i>96</i>
Приложения.....	111

Учебное издание

ЧЕРНЫШЕВА Наталья Степановна

ПРАКТИКУМ ПО ПСИХОЛОГИИ ИНТЕРВЬЮ

Подписано в печать 27.05.14.

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 7,44. Тираж 80 экз.

Заказ

Издательство

Владимирского государственного университета
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых.
600000, Владимир, ул. Горького, 87.