

Углубленные интервью

Куртмолла Абдулганиев, 2 июля 2009

Школа исследовательских проектов

Типы интервью

- Структурированные
- Полуструктурированные
- Неструктурированные

- Стандартизированные
- Нестандартизированные

Углубленное интервью

- В основе техники лежит сбор качественных данных через создание ситуации (беседы, интервью), в котором респонденту дано время выговориться на определённую тему.
- Целью техники является определить **понимание** респондента, его ментальную карту, субъективное восприятие себя в ситуации.
- Для этой цели задаются открытые вопросы: «Как вы думаете...?», «Почему..... ?»

Основы проведения интервью

- Интервьюер должен стараться построить взаимоотношения (доверие) с респондентом
- Последовательность вопросов не установлена заранее, и интервью строится скорее как плавная беседа. Во время интервью могут задаваться вопросы, которые не входили в первоначальный сценарий. Формулировка вопросов зависит от конкретного респондента, может быть разная для разных.

Преимущества и недостатки

Сильные стороны	Слабые стороны
Даёт возможность получения информации об эмоциях	Очень много зависит от умения интервьюера
Высокая достоверность и глубина – люди говорят откровенно и очень детализировано, вглубь темы	Возможны неосознаваемые сигналы интервьюера, подсказки, наведение на ответ, влияние
Сложные вопросы могут быть разьяснены, обсуждены	Временные ограничения, трудовые ресурсы – дорогие исследования
Решается проблема «меню»	Низкая достоверность – невозможно повторить исследования
Легко записать	Сложность анализа
Новые идеи и понимание – хорош для относительно новых и малоизученных контекстов, важно для сбора и интерпретации данных	Сложность обобщения
Высокая объяснительная сила	Никогда не знаешь говорит ли человек правду (проблемы памяти, эмоций, интересов часто остаются вне понимания интервьюера)

С кем проводить?

- Зачастую углубленные интервью проводятся с лицами, обладающими специальными характеристиками, знаниями, находящимися в определённом институциональном окружении, имеющие определённую позицию в каком-то вопросе, выполняющие определённую роль
- Почти единственный метод для «труднодоступных» групп людей
- Хорош для групп, считающих себя или являющихся дискриминируемыми (женщины, бедные, сексуальные и национальные меньшинства)

Для чего проводить?

- Найти объяснение для результатов количественного опроса
- Понять реальные механизмы работы организаций и учреждений, принятия решений
- Отследить логику мышления при принятии решений, мотивы действий
- Биографические, карьерные и др. траектории

Групповое интервью лучше, чем фокус группа, когда:

- тема сложна для обсуждения и требует специфических знаний
- необходимо провести интервью с конкурентами
- необходимо глубокое понимание сложных социальных ролей или нужно обратиться к биографии респондента, анализу единичного случая, чтобы выявить возможные факторы, повлиявшие на формирование его представлений.
- тема затрагивает глубоко личные, интимные переживания респондентов, которые не возможно обсуждать в широком кругу (например, опрос людей с различными заболеваниями относительно выбора медицинского учреждения).
- внутри одного социума существуют негласные запреты на обсуждение каких-либо проблем.
- тема «острая», провоцирующая высокий уровень группового давления: если респондент находится под сильным давлением социальных норм, он с легкостью может менять свою точку зрения в соответствии с мнением большинства или вообще уклоняться от высказывания своего истинного мнения (например, социальные проблемы типа наркомании или проституции, уплата налогов, служба в армии).
- респонденты малочисленны и географически удалены друг от друга (например, в случае опроса государственных чиновников в различных регионах).
- респондентами являются ответственные чиновники, очень богатые, и просто очень занятые люди.

Этапы работ

- определение цели, объекта и предмета исследования;
- отбор респондентов для глубинного интервью;
- подготовка сценария беседы;
- проведение глубинного интервью;
- обработка результатов интервью;
- аналитическое описание результатов исследования;
- подготовка отчета.

Опыт

- «Погружение»
- Углубленные интервью иногда могут длиться 3 часа, иногда дольше... Стандартно – 1.5 часа, хотя многое зависит от человека и от целей интервью
- Возможны «личные» вопросы
- Подготовка – не употреблять слово «интервью»
- Подготовленность – как договориться о встрече, правильное представление, одежда, речь