

## **ПРОЦЕДУРЫ СБОРА ДАННЫХ**

### **Свободное интервью как метод социологического исследования**

**С.А.Белановский (Москва)**

**"Социология: 4М", 1991 Социология: 4М. 1991. № 2**

Статья преследует цель расширить методическую базу социальных исследований в вашей стране. Дается краткое описание метода свободного интервью, который до недавнего времени сравнительно редко применялся в отечественной практике.

Излагаются основные принципы проведения интервью. В качестве иллюстративных примеров используются материалы конкретных опросов.

Ключевые слова: неформализованные методы, свободное интервью, социальное, знание, зона компетентности, ролевые позиции, концептуальная проработка, типологический анализ.

При проведении социологических исследований задачам получения количественного и качественного знания соответствуют группы методик, которые могут быть охарактеризованы как формализованные и неформализованные. Под формализацией в данном случае понимается степень направленности методики на строгую фиксацию набора анализируемых переменных и количественное их измерение. Особенность формализованных методов заключается в том, что переменные задаются разработчиком заранее, и отступление от них в процессе исследования становится невозможным [1, с. 62]. К высокоформализованным методам относятся статистическая отчетность, анкеты с закрытыми вопросами, структурированное наблюдение и т.д. В группу неформализованных входят включенное неструктурированное наблюдение, свободное интервью, анализ личных документов и другие аналогичные методики. Обе группы во многих отношениях дополняют друг друга. На завершающем этапе исследования, когда целью является окончательная проверка сформулированных ранее гипотез, основное значение приобретают формализованные методики, позволяющие получить обладающий доказательной силой цифровой материал. Однако на начальном этапе, когда гипотезы еще не сформулированы и методический аппарат не разработан, на первое место выдвигаются неформализованные методы, позволяющие получить первичную (и достаточно глубокую) информацию об объекте, которая послужит исходной базой для дальнейшего уточнения и проверки. Среди таких способов получения объективных первичных данных о характере изучаемых социальных явлений выделяется метод свободного интервью, рассмотрению которого посвящена настоящая статья.

Следует заметить, что метод свободного интервью направлен на получение объективного знания о характере функционирования социальных процессов.

Объективную информацию об исследуемых процессах следует отличать от различных

искаженных представлений (“мифов”), которые наряду с достоверными знаниями могут существовать в сознании опрашиваемого. Изучение такого рода “мифов” представляет собой важную и интересную научную задачу. Однако связанные с ней методические вопросы в данной статье рассматриваться не будут. Одна из причин этого состоит в том, что для адекватного понимания “мифа” исследователь должен располагать объективной информацией об интересующем его объекте, поскольку ее отсутствие делает невозможным сопоставление искаженных представлений с реальностью. Не обсуждаются нами и вопросы изучения ценностных форм сознания. Исследование этих вопросов требует, по-видимому, разработки иных методических оснований (см. [2]), чем та, которые рассматриваются ниже.

### **Респондент как источник достоверного знания**

Специфика метода интервью заключается в том, что исследование социальной реальности осуществляется не прямо, а опосредовано личностью опрашиваемого. С точки зрения интервьюера респондент - это включенный наблюдатель или “первичный исследователь”, изучивший и осмысливший (нередко с удивительной глубиной и точностью) ту социальную действительность, с которой он определенную часть жизни находился в непосредственном контакте. Получение и фиксация добытого таким образом знания является главной целью интервьюера.

Одна из основных трудностей, которая при этом возникает, состоит в том, что респондент зачастую не осознает границ своей компетентности. На практике интервьюер постоянно сталкивается с фактом, что люди охотно рассуждают о тех вопросах, в которых они заведомо некомпетентны. Поэтому интервьюер должен уметь различать в сознании респондента зону компетентности и зону некомпетентности. Первая является совокупностью представлений опрашиваемого, которая сформировалась под прямым влиянием его практической деятельности и жизненного опыта. Вторую образуют представления о предметах, не знакомых респонденту по личному опыту. Она формируется под влиянием средств массовой коммуникации и контактов с другими людьми, и в той или иной мере дополняется личными домыслами и фантазиями. Как показывает опыт интервьюирования, в пределах зоны компетентности опрашиваемый нередко способен формулировать и обосновывать оригинальные суждения, порой не имеющие аналогов даже в специальной литературе, подвергать развернутой критике распространенные мнения, сообщать информацию, обладающую принципиальной новизной для исследователя. Важной особенностью компетентного респондента-практика является способность делать выводы, по смыслу и даже по формулировкам очень близкие к тем, которые уже получены социологами в ходе их исследований.

Уровень компетентности респондента в значительной мере зависит от характера его взаимодействия с изучаемой социальной реальностью. По определению известного психолога К.Левина, реальность есть то, что оказывает сопротивление воле и намерениям человека. В соответствии с этим, чем сильнее “сопротивление”, тем больше трудовой энергии и творческих способностей должен проявить работник, чтобы успешно справиться со своими обязанностями. Чем сложнее и напряженнее труд работников, тем больше среди них обнаружится незаурядных по деловым и личностным качествам

людей. Беседа с ними часто производит сильное впечатление на интервьюера и может способствовать значительному углублению его профессиональных знаний. Обратная картина наблюдается в тех случаях, когда работа опрашиваемых не связана с высокой деловой ответственностью. Зона их компетентности сужается, в результате чего интервью делается кратким и неинтересным.

Таким образом, достоверным или компетентным следует считать знание, которое приобретено респондентом в процессе достаточно длительной (обычно многолетней) практической деятельности. Задача интервьюера заключается в том, чтобы: побудить респондента сообщить это знание; отделить это знание от ложных и искаженных представлений, имеющихся в сознании респондента и образующих зону некомпетентности. Необходимо отметить, что в полной мере второе осуществить невозможно. Даже очень качественное интервью неизбежно представляет собой сплав достоверного знания с разного рода искажениями и домыслами. Это однако не снижает ценности полученной информации. Во-первых, несмотря на наличие скрытых искажений, она очень часто бывает глубже и полнее той, которой располагал сам исследователь, поскольку на ранних этапах разработки проблемы его сознание обычно оказывается более “мифологизированным”, чем сознание опрашиваемых практических работников. Одна из наиболее важных функций интервью - избавить исследователя от собственных мифов, которые в ином случае могут предопределить результаты исследования. Во-вторых, существует ряд методических приемов, с помощью которых можно в значительной степени повысить качество и достоверность получаемой информации.

### **Методика и техника проведения свободного интервью**

Изложим некоторые методические принципы проведения свободного интервью. При этом будут использованы методические наработки как автора данной статьи, так и других исследователей, описанные в литературе. Следует отметить, что принципы проведения свободного интервью, ориентированного на получение компетентного социального знания, во многом прямо противоположны тем, которые лежат в основе статистически репрезентативных анкетных опросов. Ниже мы это продемонстрируем, Выбор компетентных и готовых к сотрудничеству респондентов. Опрос лиц, которые кажутся исследователю компетентными, неслучайный отбор респондентов, интервьюирование личных знакомых рассматриваются авторами учебников по проведению массовых опросов как типичные методические заблуждения, ведущие к грубым ошибкам и искажениям (см. например, [7]). Критика метода свободного интервью является достаточно веской. Однако она направлена не против применения этого метода как такового, а против использования его на завершающих этапах исследования, целью которых является получение обладающих доказательной силой статистических данных. В частности, в [7, с.94] отмечается: “Специальная терминология и точное знание проблем требуется в пилотажных интервью и при составлении анкеты. Исследовательская группа должна быть готова в ходе многомесячной (выделено мной - С.Б.) интенсивной работы ознакомиться с кругом проблем и усвоить язык соответствующей области”.

При проведении свободного интервью актуальной задачей интервьюера становится выбор компетентного респондента. Например, таковым при изучении социальных механизмов регулирующих производственную деятельность, следует считать

практического работника, зона компетентности которого предположительно совпадает с предметом исследования. При этом она должна обладать необходимой широтой и глубиной. Под первой понимается широта охвата социальных явлений, относительно которых респондент в состоянии высказать компетентное мнение; под второй - степень осознания (рефлексии) респондентом своего практического опыта и способность проследить достаточно длинные цепи причинно-следственных связей между наблюдаемыми им явлениями. Описанные качества во многом зависят от уровня образования, степени начитанности, культурного уровня респондента и т.п. Однако не в меньшей, а, может быть, в большей степени они определяются компетентностью и квалификацией опрашиваемого как практического работника.

Другим необходимым условием успешного интервью является готовность респондента к сотрудничеству. С этой точки зрения вполне оправдан опрос личных знакомых, а также иных лиц, с которыми исследователь может установить доверительные отношения. В частности, это важно при изучении производственной деятельности, субкультура которой обладает неполной проницаемостью для научных исследований. Последняя может объясняться, во-первых, опасениями респондентов навлечь на себя своей откровенностью серьёзные санкции (вплоть до уголовных) либо создать себе производственные затруднения; во-вторых, отсутствием мотиваций к сотрудничеству, вызываемым высокой производственной нагрузкой, дефицитом времени, недоверием к “науке” и т.п. Однако указанные факторы “непроницаемости” вполне преодолимы. Им противостоит свойственный компетентным работникам интерес к своей профессии и вытекающая отсюда готовность обсуждать производственные проблемы. Как указывает цитированная выше Э.Ноэль, многие люди отвечают на вопросы социолога с необъяснимой готовностью [7, с.51], и интервьюер может полагаться на это их качество. Для преодоления барьера “непроницаемости” интервьюер должен стремиться, как и при отборе компетентных респондентов, установить контакт с людьми незаурядными, т.е. обладающими высокой квалификацией и добившимися значительных трудовых результатов. Они имеют, как правило, хорошо развитую устную речь и рефлексивные способности. Кроме того они нередко независимы в суждениях и достаточно откровенны. В целом можно сказать, что высокая профессиональная компетентность и готовность вести беседу о своей работе, по-видимому, положительно коррелируют между собой.

Ведение опроса в пределах “зоны компетентности” респондента. Зона компетентности представляет собой сферу практического опыта, обобщенного и осмысленного респондентом. За пределами этого опыта респондент строит свои представления на основе разного рода заимствований и собственных домыслов.

Хотя полностью исключить влияние искаженных представлений на сообщаемую респондентом информацию не представляется реальным, интервьюер имеет возможность исключить из рассмотрения значительную часть заведомо некомпетентных суждений. Прежде всего у него есть веские основания с недоверием относиться к тем сообщениям, которые не вытекают непосредственно из личной практики респондента. Отсутствие прямой связи суждения и жизненного опыта опрашиваемого обычно выясняется из контекста высказывания. Таким образом, важная методическая задача исследователя заключается в том, чтобы, опираясь на полученную в ходе интервью информацию, очертить границу практического опыта респондента и сферу его взаимодействий с “сопротивляющейся” реальностью.

Повышение достоверности информации может быть достигнуто путём увеличения числа респондентов, относящихся к соответствующей категории, например профессиональной. Учитывая высокую трудоемкость данного метода, количество опрошенных по какой-то конкретной проблеме лиц вряд ли должно превышать несколько десятков. Этого, как представляется, вполне достаточно, поскольку полученная информация может быть дополнена и проверена другими средствами. По аналогии с экономической теорией здесь, по-видимому, верен своего рода принцип убывающей полезной отдачи: при значительном увеличении объема затраченных усилий полезная отдача метода начинает снижаться.

Опрос лиц, занимающих различные ролевые позиции по отношению к исследуемому предмету. Данный способ повышения достоверности информации следует отличать от простого увеличения числа респондентов в пределах однородной группы. Такое увеличение преследует цель выявления наиболее типичных и широко распространенных проблем, ситуаций и мнений и исключения нетипичных или “слишком” оригинальных (по крайней мере на первом этапе исследования).

Однако выявление, скажем, типичных мнений профессиональной группы работников не гарантирует от определенной систематической ошибки, вытекающей из ролевой позиции опрашиваемых и связанных с ней мотиваций. В частности, респонденты обычно достоверно (хотя и с некоторым преувеличением) описывают возникающие в их работе трудности, а также недостатки в работе смежных подразделений, порождающие эти трудности. При этом они имеют тенденцию скрывать или преуменьшать свои собственные недостатки. Например, работники вышестоящих звеньев управленческой системы склонны, как правило, преувеличивать нехватку энергичности и низкое качество работы нижестоящих звеньев, тогда как последние часто упрекают первых в неадекватности, неоперативности и иных недостатках принимаемых ими решений. Подобные различия в ролевых позициях требуют от исследователя корректировки информации, сообщаемой каждым респондентом в отдельности. На этой основе создается объективное (сводное) описание изучаемой проблемы.

Искажения информации, связанные с ролевой позицией респондента, могут быть неосознанными и сознательными. Хотя сознательная неискренность респондента порождает более серьезные искажения реальности, чем неосознанные, опасность получения неверной информации вследствие создания им ложных версий часто преувеличивается. По общему мнению исследователей, “любая ложная версия всегда вращается вокруг истины, и остается только увидеть за некоторыми привнесениями лжи действительные, соответствующие истине данные” [8, с.119]. Сопоставление прямо противоположных точек зрения, отражающих противостоящие друг другу ролевые позиции респондентов, само по себе может способствовать созданию объективной картины, не совпадающей полностью ни с одной из выявленных точек зрения. При сильном расхождении позиций по данной проблеме оправдано применение так называемого челночного интервьюирования, при котором несовпадающие позиции доводятся до сведения каждого из опрашиваемых с просьбой их прокомментировать и уточнить свою собственную,

**Начало интервью: “Расскажите все известное по данному делу”.** Методические пособия по проведению массовых обследований на основе формализованных анкет или интервью подчеркивают что программные вопросы исследования не могут задаваться респонденту непосредственно и должны быть “переведены” на язык анкеты (см. [7, с.

76-77] и др.). Это еще один случай существенного расхождения принципов проведения формализованных и неформализованных опросов.

Конечно, свободное интервью не исключает возможности предварительной разработки системы вопросов или даже достаточно сложного “путеводителя”. Однако на первых этапах исследования, когда знания об изучаемом объекте практически отсутствуют, разработка подобных систем часто является невозможной. В этих случаях в противоположность методикам, предназначенным для массовых опросов, разрешается использование предельно широких формулировок, по существу совпадающих с программными вопросами исследования. Здесь существует определенная аналогия с юридическими принципами, регламентирующими порядок опроса свидетелей. Такие опросы могут быть охарактеризованы как своего рода следственные интервью, причем правовые документы достаточно ясно отражают “методику” их проведения. В частности, указывается: “Допрос по существу дела начинается предложением свидетелю рассказать все ему известное об обстоятельствах, в связи с которыми он вызван на допрос. После рассказа свидетеля следователь может задать ему дополнительные вопросы.... Наводящие вопросы не допускаются” [9. с.59].

Приведенные выше формулировки хорошо освещают тот факт, что на начальных этапах исследования респондент (или свидетель) по многим важным вопросам может располагать знаниями, неизвестными интервьюеру. В связи с этим постановка конкретных вопросов зачастую не затрагивает зону компетентности респондента. Еще более важно то обстоятельство, что конкретно сформулированные вопросы неявно могут содержать в себе некоторые утверждения или гипотезы, отражающие представления исследователя, но далеко не представления и знания респондента. Лишь по мере прояснения точки зрения респондента интервьюер получает возможность задавать уточняющие вопросы, не нарушая при этом целостности изложения взглядов респондента.

Поддержание спонтанности беседы. Успех проведения интервью во многом определяется спонтанностью ответов опрашиваемого. По определению Э.А.Чамоковой и В.Ф.Чесноковой, “спонтанность выражается в том, что респондент, не побуждаемый вопросами интервьюера, дает длинные и связные тексты ответов, позволяющие восстановить логику его рассуждений и связи между элементами представлений.

Показателями нарушения спонтанности являются короткие, не связанные друг с другом, формулировки ответов, паузы, появляющиеся в беседе, ответы-междометия” [1, с.64-66]. Основные технические приемы поддержания у респондента интереса к разговору хорошо описаны в литературе (см., например, [10]), поэтому мы не будем на них останавливаться.

Простота основных принципов метода свободного интервью не означает, что его использование не требует специальной подготовки. Как и в других видах человеческой деятельности, способности людей к проведению опросов являются неодинаковыми. Для некоторых исследователей техника свободного интервью созвучна их естественному стилю общения, благодаря чему они быстро “схватывают” алгоритм его проведения.

Обучение методике состоит не столько в заучивании тех или иных технических приемов, сколько в определенной перестройке мышления в сторону его “социологизации”.

Жесткая система представлений и неготовность исследователя поступиться выношенными идеями (зачастую неправильными) существенно влияют на стиль проведения беседы, закрывая возможность получить адекватную информацию.

### Обработка материалов интервью

Количественная обработка материалов интервью является возможной, но, по нашему мнению, не всегда нужной. На начальных этапах изучения социального явления не следует ставить перед собой иных целей, кроме формирования общего интуитивного впечатления о нем. По мере того, как образ объекта в сознании ученого будет уточняться и конкретизироваться, возникает целесообразность перехода к более строгим методам исследования. К их числу можно отнести: концептуальную проработку материалов интервью, выявление значимых социальных переменных, типологический анализ. Оказанные методы могут сочетаться с количественной обработкой, но сами по себе они являются неколичественными.

Концептуальная проработка материалов интервью в данном случае подразумевает фиксацию причинно-следственных связей, в явной или неявной форме описанных респондентом, и создание на этой основе системы гипотез для дальнейших исследований.

Выявление значимых социальных переменных - это первый этап создания формализованных измерительных методик, заключающийся в отборе факторов или переменных, релевантных поставленной проблеме. Составление списка таких переменных является также первым этапом разработки анкеты.

При опросе методом интервью достаточно большого числа респондентов (не менее нескольких десятков) становится возможным типологический анализ их высказываний в зависимости от занимаемых ими ролевых позиций, социально-психологических установок и иных значимых характеристик. Типологический анализ в данном случае представляет собой не только выявление типов мнений и точек зрения, но и определение их содержательной наполненности, внутренней логики, обоснований. Подробное описание метода выявления значимых переменных, совмещенного с типологическим анализом, имеется в [1, с. 73-81].

Практика показывает, что активное использование свободного интервью в социальных исследованиях на протяжении нескольких лет резко повышает компетентность ученого, позволяя ему решать поставленные перед ним задачи на высоком уровне и в сжатые сроки.

Отсутствие тесного контакта исследователей с изучаемой социальной реальностью приводит к снижению качества их разработок. Симптоматичен тот факт, что современная публицистика в лице ее лучших представителей по глубине осмысления описываемых социальных проблем значительно опережает многие научные публикации. Процессы, протекающие на микроуровне общества, являются в настоящее время настолько неизученными, что даже не очень глубокое соприкосновение с ними может привести к крупным и практически значимым научным результатам.

В более широком плане, внедрение этого метода может послужить дальнейшей активизации процессов социальной коммуникации: во-первых, публикация текстов интервью и исследований, проведенных на их основе, окажет влияние на научное и общественное сознание, уточняя и углубляя понимание актуальных социальных проблем. Во-вторых, социологизация мышления и овладение навыками интервьюирования является важным направлением повышения квалификации многих групп практических

работников, в частности производственных руководителей. Эту мысль высказал в свое время Э. Мэйо, указав на необходимость обучения руководителей навыкам проведения интервью. В социологической литературе имеются сообщения о целесообразности обучения интервьюированию практикующих врачей [11, с. 125] и специалистов других профессий.

### Литература

1. Чамокова Э.А., Чеснокова В.Ф. Фокусированное интервью в исследовании восприятия искусства // Экспертные оценки и восприятие искусства. М.: НИИ культуры РСФСР, 1977.
2. Мертон Р., Фiske М. Кендалл П. Фокусированное интервью. М.: Ин-т молодежи, 1991.
3. Производственные интервью. Вып. 1-4. М.: ИНП РАН, 1991-1992.
4. Дедовщина в армии. Сборник социологических документов М.:ИНП РАН, 1991.
5. Абрамкин В.Ф., Белановский С.А., Марзеева С.Н. Один день с рэкетиром // Проблемы прогнозирования. 1991. №5.
6. Журавлева И.В. Об использовании основных типов ин-тервью в практике социологических исследований // Вопросы методики и техники социологических исследований. М.: ССА, 1975.
7. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. М.: Прогресс, 1978.
8. Филонов Л.Б., Давыдов В.И. Психологические приемы допроса обвиняемого // Вопр. психологии. 1966. № 6.
9. Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР. М.: Юриче-ская литература, 1972.
10. Чамокова Э.А. Опыт использования фокусированного интервью при опросе экспертов самодеятельного изобразительного искусства //Измерение и прогноз в культуре. М.: НИИ культуры РСФСР, 1978.
11. Жабский М.И. Методология прикладного социологического обследования. М., 1976.