раздел 25

интервьюирование в инвентаризации

Опубликовано в 2016 г. Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры

7, Place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

© UNESCO, 2016



Данная публикация предлагается в открытом доступе под лицензией Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-NC-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/>). Используя содержание данной публикации, пользователи соглашаются с правилами пользования Репозитория открытого доступа ЮНЕСКО ([www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbyncsa-rus](http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbyncsa-rus)).

Оригинальное название : Interviewing in inventorying

Опубликовано в 2016 г. Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры и Бюро ЮНЕСКО / Институт ЮНЕСКО / Соиздатель

Использованные названия и представление материалов в данной публикации не являются выражением со стороны ЮНЕСКО какого-либо мнения относительно правового статуса какой-либо страны, территории, города или района или их соответствующих органов управления, равно как и линий разграничения или границ.

Ответственность за взгляды и мнения, высказанные в данной публикации, несут авторы. Их точка зрения может не совпадать с официальной позицией ЮНЕСКО и не накладывает на Организацию никаких обязательств.

план занятия

продолжительность:

3 часа

цель:

Участники будут способны обсуждать искусство интервьюирования, подготовить интервью, задавать правильные вопросы, активно слушать, а также завершать интервью правильно и вежливо.

описание:

В данном разделе описываются и обсуждаются приёмы, которые должны помочь интервьюеру при планировании и проведении интервью с членами сообщества. В нём обсуждаются требования к подготовке интервью, необходимое оборудование, выбор места проведения интервью и возможности его записи. Дан обзор подходов к проведению интервью (например, полуструктурированного, структурированного и более открытого стилей интервью), обсуждений в фокус-группах и того, как выбор стиля интервью может повлиять на результат. Кроме того, раздел содержит анализ предубеждений, которые интервьюер может иметь по отношению к субъектам, если он не понимает занимаемой ими позиции, и того, как эти предубеждения можно преодолеть.

Предлагаемый порядок:

* Начните с презентации PowerPoint к разделу 25, посвящённой приёмам интервьюирования, а затем переходите к упражнениям 1-3. В качестве альтернативы фасилитатор может решить выполнять каждое упражнение непосредственно после соответствующей рубрики презентации PowerPoint.
* Упражнение 1: Планирование интервью: Определить тему интервью и составить план
* Упражнение 2: Проведение интервью: провести интервью
* Упражнение 3: Оценка интервью: Оценить сильные и слабые стороны проведённого интервью и использованные приёмы и стили. Обсудите процесс проведения интервью в целом и процесс дачи интервью

вспомогательные документы:

* Презентация PowerPoint к разделу 25

Заметки и советы

По желанию фасилитаторы могут объединить данный раздел с предыдущим (разделом 24), посвящённым аудиозаписи. В таком случае участники могут практиковаться в совершенствовании своих навыков по аудиозаписи при записи интервью, планируемом в настоящем разделе.

Данный раздел является адаптацией CTA. 2010. *Training Kit on Participatory Spatial Information Management and Communication*. CTA, The Netherlands and IFAD, Italy (ISBN: 978-92-9081-446-7).

раздел 25

интервьюирование в инвентаризации

комментарий фасилитатора

###### слайд 1.

Интервьюирование в инвентаризации

###### слайд 2.

В этой презентации…

В данном разделе описаны приёмы, призванные помочь интервьюеру спланировать и провести интервью с членами сообщества. В нём обсуждаются подготовительные требования к проведению интервью. Сюда относится необходимое оборудование, выбор места проведения интервью и возможные способы его записи. В разделе обсуждаются подходы к проведению интервью (например, структурированное, полуструктурированное или открытое интервью), дискуссии в фокус-группах и то, как выбор стиля интервью влияет на результат. Раздел включает анализ предубеждений, которые интервьюер может иметь по отношению к субъектам, если он не понимает занимаемой ими позиции, и то, как эти предубеждения можно преодолеть.

В более общем плане интервьюирование – это искусство, а не наука. Интервью – это способ изучения и сбора рассказов и знаний, касающихся элемента нематериального культурного наследия (НКН). Интервью предоставляет респондентам возможность обмена своим опытом, который они хранят в своей памяти, а интервьюеру – возможность поощрения обмена подобными воспоминаниями. Главную роль в получении максимальной отдачи от интервью и интервьюером, и респондентом, играют вопросы. Необходимо подготовиться к интервью, познакомившись с людьми, которые будут его давать, и той информацией, которая вас интересует. Не менее важно обладать навыками по сбору предоставляемой информации; сюда относится ведение записей или аудиозапись интервью.

###### слайд 3.

Подготовка к интервью

Во многом хорошее интервью подобно хорошему разговору. Однако интервьюеру важно чётко понимать тему и цель интервью для того, чтобы обеспечить продуктивность беседы. Чтобы подготовиться интервьюер должен:

* Чётко понимать тему обсуждения. Тема определяется в первую очередь исходя из причин, по которым проводится интервью. Здесь, вероятно, следует опираться на мнение членов сообщества относительно того, какие темы, по их мнению, важны в отношении данного элемента НКН.
* Составьте предварительный список вопросов для обсуждения соответствующей информации и сверяйтесь с ним на протяжении интервью. Несмотря на то, что важно знать, какие вопросы являются ключевыми, не привязывайтесь к списку. Вопросы предназначены для того, чтобы помочь сосредоточиться и служить руководством во время интервью.

###### слайд 4.

Установление предварительного контакта

Перед проведением интервью необходимо встретиться с потенциальными респондентами, чтобы выяснить, готовы ли они дать интервью. Хорошо подготовленный интервьюер понимает цель интервью ввиду составления перечня и способен понятно объяснить её потенциальному респонденту. Когда респондент понимает цель инвентаризации, он, скорее всего, будет более комфортно чувствовать себя с интервьюером, и поэтому он проявит больше готовности к сотрудничеству. И наоборот, плохое объяснение цели интервью может смутить предполагаемого респондента; в таком случае интервьюер может выглядеть непрофессионально и способен спровоцировать отказ потенциального респондента от участия в интервью.

Когда предварительный контакт установлен, важно проинформировать потенциального респондента о следующем:

* информации о перечне (его цели, задачах);
* предположительной продолжительности интервью и месте его проведения;
* как интервью будет использовано после своего окончания;
* кто будет присутствовать на интервью;
* что ожидается на интервью (иногда включая виды вопросов, которые могут быть заданы).

В целом, хорошо чтобы интервьюер выделил немного времени в начале для того, чтобы представиться и установить контакт – чувство комфорта и привязанности – с лицом, которое будет давать интервью.

###### слайд 5.

Оборудование

Как правило, интервью записывается или фиксируется каким-то образом, так что знания, которыми делится респондент, не пропадают. Перед началом интервью крайне важно, чтобы интервьюер ознакомился с оборудованием, чтобы не допускать возникновение проблем во время интервью. В состав оборудования могут входить диктофоны, микрофоны или видеокамеры либо просто блокнот.

Интервьюеры должны обеспечить следующие подготовительные действия:

* Научиться основам: включению/выключению, уровням звука, активации функции записи и обращению со вспомогательными источниками питания.
* Обеспечить полную зарядку батарей вечером накануне интервью. Хорошо бы также принести резервные батареи.
* Иметь чистую кассету или другой носитель информации для каждого интервью. Это облегчит организацию в будущем. Убедиться, что под рукой есть запасная кассета для непредвиденных случаев.
* Быть абсолютно уверенным в том, сколько времени может записывать устройство (например, 45 минут, час, два часа) и запланировать наличие соответствующего количества кассет.
* Проверять во время интервью, ведёт ли устройство запись. В отношении видеокамер или цифровых диктофонов это делается обычно с помощью наушников, удостоверившись в том, что горит индикатор записи, или на устройстве отображается соответствующий символ.

###### слайд 6.

Выбор места

Существует много соображений при выборе удобного месторасположения для проведения интервью. Там не должно быть отвлекающих интервьюера, а главное респондента, моментов. В то время как одни респонденты могут чувствовать себя комфортно при проведении интервью в публичной обстановке, другие могут расслабиться и раскрыться в собственном доме. Часто лучше всего спросить респондентов, где им было бы удобнее дать интервью.

При проведении интервью помните, что слишком сильный фоновый шум может отвлекать и способен испортить качество аудиозаписи. Часто ухо отфильтровывает фоновый шум, а звукозаписывающее устройство – нет. Каждый звук – проезжающего автомобиля, работающей газонокосилки, смеющихся детей - записывается.

###### слайд 7.

Организация интервью

Если используется звукозаписывающее устройство, его следует расположить поближе к респонденту. Если микрофон расположен на столе, убедитесь, что он возвышается над столом на подставке. В противном случае звук может отражаться от поверхности стола, образуя эхо. Всегда спрашивайте у респондента разрешение на использование любого оборудования.

При выборе места расположения респондента в комнате обратите внимание на размещение в ней вещей, которые могут отвлекать внимание. Например, интервьюер должен спросить:

* Есть ли здесь дверь, которая может открываться во время интервью?
* Есть ли здесь открытое окно?
* Слышен ли здесь включённый телевизор или радио?
* Не располагаетесь ли вы вблизи холодильника, кондиционера или компьютера, вентиляторы которых могут повлиять на качество интервью?

Многие подобные шумы можно минимизировать, посадив респондента спиной к самой тихой стене комнаты и поместив микрофон перед ним, направив его на тихую зону.

Предпочтительнее на время интервью закрыть окна и выключить компьютеры, кондиционеры и телефоны. Помните, что холодильники и кондиционеры включаются и выключаются автоматически, вызывая ненужный шум – это хороший аргумент против проведения интервью на кухне. Проявите благоразумие, насколько будет уместно или нет прерывать интервью из-за громкого шума. В этот момент может быть важнее дать человеку продолжить говорить.

* Интервьюер всегда должен регулировать качество звука во время интервью, чтобы респондент чувствовал себя удобно и непринуждённо.
* Из-за излишей суеты респондент может начать нервничать и «тормозить», когда наконец придёт время говорить.

###### слайд 8.

Задавание вопросов

Чтобы интервью прошло успешно, интервьюер должен чувствовать себя комфортно, быть увлечённым и подготовленным к разговору. Для достижения этого важно, чтобы он задавал понятные, важные и подробные вопросы, проявляя любознательность и активно вслушиваясь в ответы, чтобы следовал первоначальным вопросам, но мог задавать и другие, зондирующие вопросы. Кроме того, лучше начинать с лёгкого для респондента вопроса или темы, например, с общих биографических или других лёгких вопросов (например, о родном регионе/деревне, месте жительства, возрасте, половой принадлежности и добавлять другие, в зависимости от обсуждаемого элемента – о религиозной принадлежности, семейном статусе, образовательном уровне и т.д.).

При планировании успешного интервью хорошо начать с рассмотрения того, что собой представляет хороший вопрос, а что – плохой (и это, возможно, ещё важнее). Тип вопросов, используемых во время интервью, напрямую связан с типом обсуждаемой информации. Поэтому хороший вопрос стимулирует дискуссию, которая даёт возможность получить важную и интересную информацию об элементе НКН.

С другой стороны, плохие вопросы делают прямо противоположное. Плохой вопрос:

* не позволяет проникнуть в суть элемента НКН;
* может огорчить респондентов или поставить их в неловкое положение;
* приводит к потере заинтересованности со стороны респондентов, так что они быстро устают от интервью и менее внимательно отвечают на вопросы;
* может нарушить течение разговора и оставить у респондентов чуство замешательства.

###### слайд 9.

Что, где, кто, как, почему и когда

При структуризации общего течения интервью и планировании набора вопросов часто полезно подумать над такими вопросами как «что», «где», «кто», «как», «почему» и «когда». Эти вопросу образуют формулу получения всестороннего рассказа об элементе НКН и помогут получить более полные ответы, чем подтверждающие вопросы типа «было ли…», «делали ли..» и т.п.

Например, если интересующий вас элемент НКН это добыча ооличана (маленькой рыбки, употребляемой коренным населением западного побережья Канады), то вначале полезно будет задуматься о теме (добыча ооличана) и тем, какого рода информацию надеется получить интервьюер. Цель состоит в том, чтобы задать вопросы, которые помогут получить больше информации о теме. Ниже приводятся примеры видов вопросов, которые могут быть заданы.

* Что вы помните о добыче ооличана?
* Где вы вылавливали ооличан?
* С кем вы рыбачили?
* Какие приспособления вы использовали при добече ооличана?
* Сколько лет вам было, когда добывали ооличан?
* С какими верованиями связан ооличан?

###### слайд 10.

Открытые или закрытые вопросы

Интервьюер использует два общих типа вопросов: открытые и закрытые.

На открытые вопросы нельзя ответить просто «да» или «нет». Открытые вопросы больше способствуют беседе и могут помочь респонденту раскрыться и предоставить больше информации.

***Пример:*** *«Какие ваши любимые детские воспоминания?»’*

С другой стороны, закрытые вопросы – это такая форма вопросов, на которые можно ответить просто «да» или «нет», используя содержащуюся в самом вопросе информацию или выбрав один из предложенных интервьюером вариантов ответа.

***Пример:*** *«Вы любите рис»?’*

Имейте в виду, что открытые или закрытые вопросы не обязательно являются взаимоисключающими. Многие интервьюеры сочетают оба типа. Закрытые вопросы помогают «разогреть» респондента в начале интервью.

Открытые вопросы поощряют и поддерживают дискуссию. Часто они инициируют новые вопросы у интервьюера, поскольку они поощряют респондентов делиться информацией и уточнять свою точку зрения; другими словами, интервью становится более похожим на разговор.

Несколько общих подсказок:

* Как можно скорее вовлеките респондентов в дискуссию. Они должны беседовать с интервьюером, а не просто давать ответы на вопросы.
* Используйте открытые вопросы для стимулирования более подробного раскрытия темы респондентами.
* Используйте закрытые вопросы для выяснения отдельных деталей.
* Задайте вопросы о настоящем перед тем как задать вопросы о прошлом или будущем; обычно респондентам легче говорить о настоящем, а затем переключиться на прошлое или будущее.

###### слайд 11.

Формулировка вопросов

Важно то, как интервьюер формулирует вопрос, поскольку это часто задаёт форму ответа на него. Поэтому вопросы не должны отражать личное мнение интервьюера относительно элемента НКН. Напротив, они должны стараться выяснить, какой информацией обладает респондент.

Интервьюеру необходимо разрабатывать вопросы, в которых используются нейтральные формулировки, побуждающие респондентов отвечать свободно, а не вынуждающие их искать ответы, которые, по их мнению, соответствуют взглядам интервьюера. При формулировании вопросов интервьюер должен соблюдать следующее:

* Формулировки вопросов должны быть открытыми. Отвечая на вопросы, рспонденты должны иметь возможность использовать собственные термины и способы выражения своих идей.
* Вопросы должны восприниматься респондентами как нейтральные. Это значит, что нужно избегать выражений, которые могут повлять на ответ.
* Вопросы следует завать по одному.
* Вопросы должны быть сформулированы чётко, т.е. задавать их следует так, чтобы было понятно респондентам.
* Вопросы «почему» следует применять с осторожностью. Такие вопросы могут заставить респондента занять оборонительную позицию (т.е. они должны как бы защищать свои ответы) и поэтому они могут помешать отвечать им дальше.

Если вопросы не сформулированы нейтрально, то подобное задавание вопросов называют «наводящим». Наводящие вопросы часто задаются, когда интервьюер старается (сознательно или неосознанно) получить определённый ответ (зачастую соответствующий его плану), а не даёт респондентам возможность ответить на вопрос свободно.

###### слайд 12.

Активное слушание

Под активным слушанием понимается способ, благодаря которому интервьюер слушает респондентов и взаимодействует с ними. Он поощряет развитие диалога, поскольку респонденты чувствуют, что их вклад ценят, уважают и он интересен. Существует много способов, благодаря которым интервьюер может достичь этого:

* Повернитесь лицом к респондентам. Сидите прямо или немного нагнувшись вперёд, показывая внимание языком тела.
* Установите зрительный контакт так, чтобы каждый чувствовал себя комфортно.
* Реагируйте должным образом, показывая, что вам понятно то, что было сказано.
* Сосредотачивайтесь исключительно на том, что в данный момент говорит респондент. Старайтесь не думать о том, что сказать дальше. Разговор следует своему логическому течению, когда говорящие обмениваются собственными точками зрения.
* Избегайте предвзятости. Перед тем как ответить, дождитесь, пока респонденты закончат говорить. Старайтесь не выдвигать предположений насчёт того, что респонденты думают. При необходимости попросите уточнить. Будьте готовы к отклонению от списка подготовленных вопросов, если респондент поднимет потенциально интересную тему, которой нет в списке.
* Избегайте выражения личного мнения и опыта, разве что респонденты специально попросят об этом.
* Не перебивайте респондентов на середине предложения или мысли; ожидая, пока они закончат. Иначе ход их мыслей может нарушиться.

Используя метод активного слушания, интервьюер слышит суть сказанной информации. Часто респондент может только намекнуть о важных предметах или проблемах; интервьюер способен лучше подхватить подобные намёки и углубиться в них, если он активно слушает. Тем самым он может гораздо эффективнее управлять интервью и задавать проницательные и важные вопросы.

Решающий фактор в слушании – удобно чувствовать себя при долгом молчании. Продолжительность вопросов часто требует, чтобы интервьюер молча сидел во время внутреннего диалога респондентов.

###### слайд 13.

Подтверждение получения ответов

Несмотря на важность того, чтобы респонденты знали, что интервьюер их активно слушает на протяжении интервью, большое количество «угу» может мешать. Более того, если интервьюер использует диктофон или видеокамеру для записи интервью, эти звуки слышны на записи.

Следовательно, ответы интервьюера, в отличие от вопросов, должны быть краткими и сводиться к минимуму. Если интервьюер чувствует необходимость отреагировать, то полезно использовать такие визуальные подтверждения как зрительный контакт, кивки головой или улыбку для подтверждения того, что он слушает информацию, которой с ним делятся.

Будьте внимательны к нуждам респондентов. Если он или она устал(-а), остановите интервью и назначьте другую сессию. Обычно самая подходящая продолжительность интервью – 1-2 часа.

###### слайд 14.

Перефразирование

Если респонденты нуждаются в подтверждении того, что их слушают и их рассказ понимают, старайтесь перефразировать важнейшую часть интервью. Перефразирование – это формулировка текста или отрывка по новому, своими словами интервьюера. Тем самым даётся знать респонденту, что он поддерживает с ним связь и действительно слушает. Однако, как это показано в приведённом примере подтверждающего ответа, важно, чтобы любое перефразирование имело место в тот момент интервью, когда респондент закончит свою речь, так чтобы фраза интервьюера могла быть выделена и не накладывалась на слова респондента.

***Пример:***

Респондент: «Когда я был молод, мы, бывало, проводили всё лето на стоянках по всей территории. Жизнь была весёлой; мы играли у моря и собирали ягоды в лесу. Бывало и тяжело… Я помню, мы должны были каждый день таскать свежую воду, потрошить рыбу и всегда ели одну и ту же еду! Счастливые воспоминания».

Пересказ интервьюера: «Вы вели великолепную свободную жизнь, близко к природе; она также включала много тяжёлой работы».

###### слайд 15.

Завершение интервью

Перед завершением интервью хорошо спросить респондентов, хотят ли они ещё что-нибудь добавить или обсудить. Такое завершение даёт респондентам возможность задать вопросы, направляя дискуссию в новое русло.

В конце интервью интервьюеры могут по желанию сделать перерыв и свериться со своими записями, чтобы выявить вопросы, которые остались без ответа. Интервьюеры могут также провести некоторое время с респондентами, анализируя, как можно улучшить интервью. Респонденты могут захотеть также больше узнать об интервьюерах. Они могут поинтересоваться, как будут использоваться полученные результаты. Используйте интерес такого рода как способ завершения разговора. Важно, чтобы респонденты не чувствовали, что от них хотят избавиться после окончания интервью.

После окончания интервью поблагодарите респондентов. Даже если интервью прошло не очень гладко, важно вежливо поблагодарить респондентов за их время и обмен мыслями, знаниями и мнениями.

Интервьюер может также по желанию сделать записи об интервью, пока память о нём ещё свежа: записать впечатления, наблюдения, важнейшие темы, информацию о контексте и идеях, которые надо реализовать.

*Источник*: Corbett J., Romano Z. и White K. 2010. *Handout for Trainee*. Unit M14U02, Module M14: Documentation; in “Training Kit on Participatory Spatial Information Management and Communication”. CTA, The Netherlands and IFAD, Italy.

раздел 25

упражнение 1: планирование интервью

#### цель:

Определить тему интервью и разработать его план.

#### время:

45 минут

#### материалы:

Блокнот, ручка или карандаш для каждого участника и флипчарты.

#### порядок проведения:

* Сформируйте малые группы.
* Проинструктируйте участников о выборе одной из четырёх предлагаемых тем или использовании другой интересующей их темы:
* Семья
* Карьера
* Путешествие
* Пища.
* Попросите участников поразмышлять несколько минут над тем, что эти темы значат для них и какого рода конкретную информацию они хотели бы узнать. Пусть они задумаются над тем, как эта информация будет использована – именно это использование в значительной мере определяет то, какого рода вопросы они будут задавать. Поскольку это упражнение, необходимо провести ролевую игру для определения направлений использования материалов интервью.
* Затем участники должны разработать комплекс вопросов, которые следует задать респонденту. Напомните им включать как открытые, так и закрытые вопросы. Поручите им задать по крайней мере одну серию вопросов «кто, что, где, когда, как и почему». Участники могут посчитать нужным разбить интервью на ряд подтем. Например, по теме «семья» они могут задать вопросы о родителях, братьях и сёстрах, расширенной семье. Вот несколько примерных вопросов по каждой теме:

***Семья***

* Где вы родились?
* Сколько у вас братьев и сестёр?
* Какие семейные традиции вы помните с детстства?

***Карьера***

* Проходили ли вы какое-либо специальное обучение или курсы?
* В чём состоит ваша текущая работа?
* Каковы ваши дальнейшие карьерные планы?

***Путешествие***

* Куда вы больше всего хотите поехать?
* Почему вам нравиться это место?
* Вы путешествовали в одиночку или с группой?

***Пища***

* Какая у вас любимая еда?
* Как вы её готовите?
* Это традиционный семейный рецепт?
* Попросите участников продумать 10 вопросов и записать их в своих блокнотах и на флипчартах. В последующих упражнениях они зададут эти вопросы согласно сценарию ролевой игры. В этот раз участники должны стараться не задавать вопросы, которые выходили бы за рамки личного.
* Участники представляют свои вопросы всей группе для обсуждения.

#### советы и варианты:

* При проведении интервью участники должны чётко понимать тему или предмет обсуждения, вокруг которого будет вращаться их разговор.
* Избегайте повторов с разделом 24 об аудиозаписи
* Вместо одной из четырёх предложенных тем участники могут выбрать элемент НКН или отдельный аспект, который они хотели бы рассмотреть во время полевой практики.

Source: Corbett J. and White K. 2010. *Exercise No. 1: Planning Your Interview.* Unit M14U02, Module M14: Documentation; in “Training Kit on Participatory Spatial Information Management and Communication”. CTA, The Netherlands and IFAD, Italy.

раздел 25

упражнение 2: проведение интервью

#### цель:

Провести интервью.

#### время:

45 минут

#### материалы:

Блокнот, ручка или карандаш, план интервью, разработанный в упражнении 1 и звукозаписывающее оборудование (по возможности), например, диктофон.

#### порядок проведения:

* Разделите участников на пары.
* Назначьте одного на роль интервьюера, а второго – на роль респондента.
* Попросите участников начать интервью, используя план, подготовленный в упражнении 1.
* Призовите участников поэкспериментировать с задаванием открытых вопросов; попросите их записать, на какие из них получены наилучшие ответы.
* Участники должны использовать открытые вопросы, если они хотят, чтобы респонденты подробнее изложили какие-либо вопросы или свои идеи.
* Попросите участников отметить, на вопросы какого типа были получены менее полезные ответы: Респондент потерял заинтересованность? Он почувствовал дискомфорт или расстроился? Использовались запутанные формулировки?
* Участники должны отметить все вопросы, которые ненамеренно стали ведущими (т.е. способствующие конкретному ответу).
* Когда участники закончат, попросите их поменяться местами, чтобы их партнёры могли взять у них интервью.
* По прошествии 30 минут несколько участников должны представить группе доклад для обсуждения любых проблем, с которыми они столкнулись во время интервью.

#### советы и варианты:

* Респондентам необходимо дать достаточно времени на ответ и обдумывание. Они должны чувствовать, что им можно свободно импровизировать и добавлять вопросы, которых нет в первоначальном плане интервью. Помните, что схема интервью – это лишь подсказка. Везде, где это возможно, позволяйте, чтобы беседа протекала естественно, придерживаясь в то же время заявленной темы.
* Данное упражнение можно выполнять вместе со следующим, особенно если есть ограничения по времени.

*Источник****:*** Corbett J. и White K. 2010. *Exercise No. 3: Conducting the Interview*. Unit M14U02, Module M14: Documentation; in “Training Kit on Participatory Spatial Information Management and Communication”. CTA, The Netherlands and IFAD, Italy**.**

раздел 25

упражнение 3: оценка интервью

#### цель:

Оценить сильные и слабые стороны проведённых интервью и различных использованных приёмов и стилей, а также обсудить общий опыт проведения интервью и дачи интервью.

#### время:

45 минут

#### материалы:

Блокнот, ручка или карандаш, а также заметки, сделанные во время упражнения 2 «Проведение интервью».

#### порядок проведения:

* Когда оба партнёра пары закончат свои интервью в упражнении 2, проинструктируйте участников обсудить по очереди сильные стороны интервью и области, требующие улучшения.
* Попросите одного участника объяснить, что им понравилось, а что не понравилось в интервью, а также установить, какие вопросы им понравились больше всего. Попросите его сформулировать, почему так вышло (например, были ли какие-то вопросы наводящими или негативными?).
* Попросите участников сравнить их комментарии с заметками, которые они сделали в своих блокнотах. Пусть интервьюер объяснит, что он или она чувствует по отношению к определённым вопросам, и сравнит это с точкой зрения участников. Разделяют ли они такую же озабоченность? Корректно ли интерпретировалось их поведение?
* Пусть участники внесут предложения насчёт того, что в будещем можно сделать иначе.
* Попросите участников поменяться местами со своими партнёрами и повторить интервью.
* После того, как оба они получили возможность поговорить, и все другие пары закончили, собиритесь всей группой и попросите участников обсудить следующее:
* Вопросы какого типа были самыми «успешными»? Почему?
* Вопросы какого типа не дали исчерпывающих и точных результатов? Почему?
* Были ли участники способны реализовать цели интервью, то есть лучше понять обсуждаемую тему?
* Что вы чувствуете, когда у вас берут интервью?
* Какие чувства и/или противоречия осознаёт интервьюер, когда он проводит интервью (например, когда он причиняет неудобства респондентам или задаёт наводящие вопросы)?

*Источник****:*** Corbett J. и White K. 2010. *Exercise No. 4: Evaluating the Interview*. Unit M14U02, Module M14: Documentation; in “Training Kit on Participatory Spatial Information Management and Communication”. CTA, The Netherlands and IFAD, Italy.