

**ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
имени И. С. Тургенева»
Социальный факультет
Кафедра социального управления и конфликтологии**

МЕТОД ИНТЕРВЬЮ

**Выполнили студентки
очной формы обучения
направления
конфликтологии
2 курса
Коробова А.А
Федорова К.Ю**

2016 г.

Определение понятия метода интервью

В словаре Ожегова : «Интервью — предназначенная для печати (или передачи по радио, телевидению) беседа с каким-нибудь лицом».

Интервью - это проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом, причем запись ответов последнего производится либо интервьюером (его ассистентом), либо механически.

Ядов В. А.

По мнению Е.П. Тавокина, интервью — это специализированный вид исследовательского общения одного человека (исследователя, который задает вопросы) с другим (респондентом, который согласился на них отвечать), применяемый как метод сбора эмпирических материалов.

По словам В. И. Добренькова:

«Интервью - это метод получения необходимой информации путем непосредственной целенаправленной беседы интервьюера с респондентом».

Объект и предмет метода интервью

Объектом интервью выступают:

- ◎ личность, отдельные индивиды различных социальных общностей;
- ◎ группа людей.

Предметом интервью являются:

- ◎ взгляды, мысли, ценности респондента на определенное явление;
- ◎ позиция, занимаемая респондентом по проблемам, вопросам интервью;
- ◎ факты биографии собеседника / респондента;

Классификация метода ИНТЕРВЬЮ

В зависимости от степени стандартизации вербального диалога выделяют два основных вида интервью:

1. **Формализованное интервью** (беседа по детально разработанной программе, включающей в себя последовательность и конструкцию вопросов, варианты возможных ответов);
2. **Неформализованное интервью** (длительная беседа по общей программе, но без уточнения конкретных вопросов);

По числу обсуждаемых тем – виды интервью подразделяются на:

- 1. Фокусированное, или направленное, интервью** (подробное обсуждение одной темы, с которой респондент заранее ознакомлен, может быть формализованным и неформализованным);
- 2. Нефокусированное (ненаправленное) интервью**, где нет предметного единства, общей темы или исследовательского замысла.

По третьему главному критерию виды интервью подразделяются по количеству участников на:

- 1. Индивидуальное, или личное, интервью** (беседа интервьюера с одним опрашиваемым в доверительной обстановке при отсутствии посторонних наблюдателей);
- 2. Групповое интервью** (беседа одного интервьюера с несколькими людьми для выяснения коллективного мнения, установления общей точки зрения на предмет).

Правила проведения и использование данного метода

Интервью требует организационной подготовки, что

предполагает:

- а) выбор объекта (респондента, с которым следует проводить интервью);
- б) выбрать способ регистрации данных;
- в) разработать план интервью;
- г) определить место и время проведения интервью;
- д) запись ответов и оформление материалов;

Способы фиксации информации

Допускается два вида фиксации материалов интервью: ручное и техническое.

Ручная фиксация предполагает запись ответов респондента непосредственно вслед за его рассказом.

- ◎ *запись в блокнот* – это не формализует ситуацию интервью в такой мере, как техническая фиксация.
- ◎ *дневник респондента (наблюдателя)* – предназначен для фиксации не только, информации об объекте, но и о его действиях;

Техническое фиксирование материалов интервью предполагает использование технических средств, таких как:

- ◎ *диктофон* – оптимальный способ фиксации интервью.
- ◎ *видеозапись* – дает максимально точную фиксацию ситуации интервью, позволяя зафиксировать не только то, что говорится, но и то, как говорится.

Преимущества и недостатки метода интервью

Достоинства метода интервью:

- ◎ возможность получения точной информации о мнениях, мотивах, ценностных ориентациях респондентов;
- ◎ метод интервью способствует достоверности получения сведений вследствие непринужденной обстановки интервью;

Достоинства метода интервью:

- ◎ достаточно большое количество информации;**
- ◎ возможность вести наблюдение за психологическими реакциями респондента и проводить корректировку задаваемых вопросов;**
- ◎ интервью способствует получению информации не только об отдельном индивиде, но и о группе.**

Недостатки метода интервью:

- ◎ требует больших временных затрат, иногда - материальных;
- ◎ высоко влияние интервьюера на содержание получаемой информации;
- ◎ трудоемкость в обработке материала интервью;
- ◎ необходимость профессиональной подготовки интервьюера.

Область применения метода интервью в конфликтологии

Применение довольно широко распространенного метода интервью в конфликтологии способствует изучению:

- внутриличностных противоречий;
- межличностных конфликтов;
- противоборств между группой людей и индивидом.

В том числе метод интервью обеспечивает исследователя (конфликтолога), изучающего конкретный процесс или явление, информацией о следующих моментах:

Во-первых,

- о взглядах, мыслях, ценностях, респондента на определенное явление;
- о ярких фактах биографии собеседника;
- о других отдельных индивидах и группах людей;
- о позиции, занимаемой респондентом по проблеме, вопросам беседы;

Во-вторых, метод интервью помогает:

- выявить внутренние затруднения, конфликты;
- определить природу, характер конфликта (определенные проблемы, обиды, жалобы и поводы для недовольства);
- зафиксировать интенсивность противоречий между людьми;
- установить наличие групп, оказывающих поддержку;

А также интервью представляет исследователю благоприятную возможность разрабатывать индивидуальную программу исследования конфликтных ситуаций.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

Список использованной литературы

- 1. Валеев Г. Х. Методология и методы психолого-педагогических исследований: учеб. пособ. для студ. 3–5-х курсов пед. Вузов / Г. Х. Валеев. – Стерлитамак: Стерлитамак. гос. пед. ин-т, 2002. –134 с.**
- 2. Добреньков В. И. МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 735 с.**
- 3. Тавокин Е. П. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ / Е. П. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 239 с.**