

DOI 10.58351/2949-2041.2025.21.4.031

Проклина Яна Борисовна, студент 5 курса программы
«Педагогическое образование с двумя профилями подготовки»
Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева, г. Астрахань

Кириллова Татьяна Сергеевна
доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой иностранных языков
Астраханский государственный медицинский университет, г. Астрахань

ИНТЕРВЬЮ И ПОНИМАНИЕ ИЗУЧЕННОГО

Аннотация: интервью – одна из современных форм в деловой коммуникации, которая способствует пониманию и оценке информации, а также расширяет возможности дальнейших контактов.

Ключевые слова: интервью, метод, информация, общение, контакты.

Интервью – это беседа исследователя по заранее разработанному плану с лицом или группой лиц, ответы которых служат исходным материалом для дальнейшего обобщения. Основные преимущества интервью: возможность установления контакта; возможность непосредственного наблюдения за реальным поведением и ответами на поставленные вопросы (возможность оценки достоверности информации); возможность углубления темы. Виды интервью могут быть различными: 1) стандартизированное интервью (количественная информация) в устной форме. Проводится по единому бланку для всех респондентов и содержит в основном закрытые вопросы; 2) нестандартизированное интервью: включает в себя максимальное количество открытых вопросов, соблюдая только тему исследования. Основная задача – выявление интуитивного понимания изучаемой проблемы. Типология нестандартизированных интервью:

1) направленные или ненаправленные. Направленные – это жесткая процедура опроса, ненаправленные – свободная беседа с респондентами;

2) с точной и неточной формулировкой вопроса. Неточная – учет словарного запаса и уровня образования респондента;

3) интервью с вопросами, подготовленными заранее и задаваемыми по ходу;

4) интервью с общими и частными вопросами. Общий вопрос – заключает предельно большой объем информации, которую можно получить от респондента. Частный вопрос – максимально конкретный.

Стили ведения интервью могут быть следующими: а) жесткий; б) мягкий; в) самофокусирование – углубленная беседа, по конкретной теме четко очерченной. При интервью расширяются возможности повышения надежности собираемых данных за счет уменьшения числа несоответствий, а также ошибок при заполнении вопросников. Если респондент не понял вопрос, то его можно пояснить.

Классификация интервью представлена таким образом:

а) формализованное – это вид опроса – строго регламентированный детально разработанными вопросником и инструкцией. Основными признаками формализованного интервью являются закрытые вопросы; интервьюер обязан точно придерживаться формулировок вопросов и их последовательности; интервьюеру отводится исполнительная роль; респондент выслушивает вопрос и выбирает оптимально подходящий вариант ответа для него; влияние интервьюера на качество данных минимально; в случае большого варианта ответов представляются карточки;



б) полуформализованное интервью. Его основные характеристики: меньшая степень стандартизации поведения респондента и интервьюера; подробный план, предусматриваемый строго-обязательную последовательность вопросов. Данный вид интервью требует больше затрат;

в) фокусированное интервью – вид опроса, предусматривающий сбор мнений и оценок по поводу конкретной ситуации или явления, его последствий или причин. Основные характеристики фокусированного интервью: респондентов заранее знакомят с предметом беседы; вопросы заготавливаются заранее, перечень вопросов обязателен; интервьюер может менять последовательность и формулировки вопросов;

г) свободное интервью – вид опроса, который отличается минимально стандартизацией поведения интервьюера и респондента. Характерные признаки: свободное интервью применяется, когда мы только приступаем к определению проблемы исследования; проводится без заранее подготовленного вопросника или плана беседы; определяется только тема интервью, которая и предлагается респонденту для обсуждения; группы респондентов невелики (10-20 человек); ответы фиксируются с максимальной точностью; направление беседы, последовательность и формулировка вопроса в данном интервью зависит от индивидуальных особенностей интервьюера, а также его представлений о предмете обсуждения.

Методики проведения интервью:

а) нарративные (рассказ или повествование). Методика проведения нарративного интервью: рассказ из жизни; нарративные расспросы; оценочная фаза- важно выяснить личную оценку респондента, его жизненных событий;

б) полуструктурированное интервью: биографическое интервью – разновидность полуструктурированного интервью, где тематические блоки соответствуют последовательности основных этапов жизненного цикла; аксиобиографическое интервью – то же самое, что биографическое, только предусматривает выявление системы жизненных ценностей респондента;

в) лейтмотивное интервью – это интервью, предполагающее анализ динамики жизнедеятельности респондента на протяжении его жизни. В процессе интервью респондент не может отклоняться от темы; интервьюер полностью управляет беседой.

Классификация условий интервью (по В.Журавлевой):

1. благоприятная обстановка: а) наличие изолированного помещения; б) отсутствие третьих лиц и отвлекающих фактов;

2. удовлетворительная обстановка: а) наличие изолированного помещения; б) периодическое присутствие третьих лиц, без вмешательства; в) отвлекающие звонки, шумы;

3. неблагоприятная обстановка: а) отсутствие отдельного помещения; б) проведение интервью на рабочем месте, в самом процессе работы; в) присутствие третьих лиц, возможное вмешательство в интервью; г) многократные перерывы.

Список литературы:

1. Гальперин П.Я. Психология обучения. М.: Наука, 2019. 848 с.
2. Лернер И.Я. Дидактика и методика обучения. СПб.: Просвещение, 2021. 98 с.
3. Махмутов М.И. Интерактивное обучение в школе. М.: Высшая школа, 2020. 158 с.
4. Пассов Е.Л., Кузовлев В.П., Кузовлева Н.Е. Мастерство и личность учителя. На примере деятельности учителя иностранного языка. М.: Просвещение, 1993. 160 с.

