

ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРЫ ГОРОДА МОСКВЫ  
Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы  
«Культурный центр «Вдохновение»

**Методический материал**  
**на тему: «Методика организации интервью с жителями района для**  
**целей социокультурного проектирования»**

Москва,  
2020

## Оглавление

1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации..... 3
2. Концептуальные основы проекта – теории, концепции, идеи, методологические разработки из различных сфер науки, техники, философии, идеологии, культурной политики, на которые может опираться проект ..... 3
3. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации ..... 4
4. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и претворения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.) 4
5. Схема управления проектом в учреждении..... 5
6. Основное содержание проекта: этапы реализации, сроки реализации каждого этапа, контрольные показатели для каждого этапа, отчётные мероприятия по каждому этапу, план по кадровому обеспечению и управлению каждым этапом ..... 5
7. Механизм реализации проекта: план мероприятий, целевая аудитория, количество участников (по этапам), использование ресурсов ..... 10
8. PR-кампания по сопровождению проекта ..... 10
9. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет)..... 11
10. Результаты реализации проекта и перспективы его развития после окончания этапа внедрения ..... 11
11. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации, ссылки на публикации о проекте в сети Интернет ..... 11

*Настоящий методический материал содержит сведения об общих принципах и методике проведения учреждениями культуры исследований методом интервью. При этом общие цели и принципы организации исследований для их последующего использования в социокультурном проектировании освещены в методической разработке «Проведение исследования района для целей социокультурного проектирования». Приёмы последующего анализа и иной обработки интервью рассматриваются в методическом материале «Методика анализа и интерпретации материалов интервью с жителями района для целей социокультурного проектирования и обучения этому анализу».*

### ***1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации***

В настоящее время проведение исследовательского интервью остаётся одним из методов научного исследования. Внедрение указанной методики в практику работы учреждений культуры с окружающей их территорией практически не осуществляется. Вместе с тем в условиях современного информационного общества актуализируется интерес к формированию представлений о территории, местной (районной) идентичности, локальных особенностях и уникальности. Более тесная работа учреждений культуры со «своим» районом – в том числе с привлечением метода интервью – позволила бы раскрыть их потенциал как возможного центра локального сообщества, центра притяжения культурных активностей всего района.

### ***2. Концептуальные основы проекта – теории, концепции, идеи, методологические разработки из различных сфер науки, техники, философии, идеологии, культурной политики, на которые может опираться проект***

Проект основывается на актуальных работах в области методики и методологии социологических исследований, применяемых также в смежных социально-гуманитарных науках.

Проект исследования района опирается на следующие теории, концепции, методики и направления культурной политики:

- 1) культурная и гуманитарная география;
- 2) теории менеджента, маркетинга и брендинга территорий;
- 3) концепции локальной / территориальной идентичности.

### ***3. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации***

Проект направлен на решение проблем, связанных с недостаточным вовлечением жителей в планирование работы учреждений культуры, а также отсутствием или недостаточным развитием локальной (местной) повестки в структуре тематики проводимых учреждениями культуры мероприятий и активностей.

Цель проекта – внедрение в практику учреждений культуры активности, связанной со сбором воспоминаний жителей, фиксацией повседневности в её районной специфике методом исследовательского интервью.

Для достижения обозначенной цели в рамках проекта последовательно решается ряд задач:

1. знакомство со спецификой интервью в системе методов получения информации о социальной реальности;
2. знакомство с этикой интервью;
3. знакомство с этапами работы в ходе организации интервью;
4. знакомство с типами вопросов интервью;
5. обсуждение критериев качества интервью.

### ***4. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и претворения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.)***

Проект позволяет как ориентироваться на мобилизацию внутренних кадровых ресурсов учреждения для решения поставленных задач, так и привлекать внешние для учреждения ресурсы, например во взаимодействии с другими учреждениями культуры и/или некоммерческими организациями и волонтерами.

Для осуществления проекта по организации постоянно действующей системы проведения интервью с жителями о «своём» районе целесообразно привлечение нескольких (от 2 до 6 чел.) специалистов учреждения, имеющих хорошие коммуникативные навыки, для проведения интервью. Обучение методике проводится руководителем проекта на основе описанной в настоящем издании методики.

Для проекта может потребоваться использование материально-технической базы – оборудования, предназначенного для звукозаписи и последующего воспроизведения. Отметим, что этими функциями с достаточным для реализации проекта качеством обладают пользовательские мобильные телефоны (смартфоны). В случае отсутствия таковых у выбранных сотрудников, возможно приобретение 1–2 диктофонов.

## **5. Схема управления проектом в учреждении**

Один штатный сотрудник руководит проектом: разрабатывает концепцию, координирует работу иных привлечённых сотрудников, обрабатывает результаты, вовлекает материалы проекта в другие виды деятельности в рамках учреждения культуры.

2–6 человек привлекаются для обучения методике интервью, затем проводят интервью на постоянной основе.

Помощь в сопровождении проекта могут оказывать сотрудники PR-службы, курирующий заместитель директора и другие административные сотрудники.

Необходимые доли рабочего времени приведены ниже (см. п. 9).

## **6. Основное содержание проекта: этапы реализации, сроки реализации каждого этапа, контрольные показатели для каждого этапа, отчётные мероприятия по каждому этапу, план по кадровому обеспечению и управлению каждым этапом**

Исследовательское интервью может проводиться как один из элементов комплекса мероприятий по изучению «своего» района учреждением культуры, а может быть результатом выбора одного из методов из следующего множества:

1) анализ документов: традиционный неформализованный (исторические и краеведческие документы, архивные материалы, статистические и исторические сведения, географические характеристики, художественные и публицистические тексты, отчёты и другие публикации) и качественно-количественный контент-анализ (СМИ, соцсети и любые иные тексты);

2) включённое наблюдение, приёмы полевых географических исследований и визуальные социологические методы (работа с фотографиями, фото- и видеофиксация);

3) опросные методы исследования: массовый (анкетный) опрос в количественной парадигме и исследовательские интервью – в качественной.

Следующие особенности призваны отличать интервью, осуществляемое в качественной парадигме, от количественных методов исследования:

1) изучение социальных явлений и процессов с точки зрения действующего индивида;

2) «погружение» в мир личных смыслов изучаемых людей, их субъективный опыт;

3) изучение мотивов и целей их поступков;

4) интерпретация действий и ценностей информантов;

5) конструирование понятий / теорий, призванных вобрать в себя этот субъективный опыт.

Таким образом, качественное социологическое исследование, в отличие от количественного, направлено на понимание мира с точки зрения людей, раскрытие смысла и переживаний человека, получение картины мира, в котором мы живём. В качественной парадигме знание не «добывается» и фиксируется, а выявляется и конструируется.

По определению **исследовательское интервью** – это **профессиональная беседа, которая имеет структуру и цель (описание жизненного мира информанта)**. Следует отличать его от следующих формально схожих методик и активностей:

- массовый (анкетный) опрос;
- журналистское интервью;
- беседа (разговор, обмен мнениями) в обыденной жизни.

Принято выделять следующие **типы** интервью:

- 1) нарративное (субъективное конструирование мира и себя);
- 2) полуструктурированное (биографическое, лейтмотивное, фокусированное);
- 3) диалоговое / свободная беседа.

В практику учреждений культуры предлагается внедрять второй тип – **глубинные полуструктурированные интервью**.

**Этика** интервью предполагает, что организатор проекта в каждый момент реализации работы с жителями методом интервью имеет в виду следующие аспекты, связанные с эффектами от проекта для его участников:

1) осознанное согласие информанта: жители понимают, в каком проекте участвуют, выражают согласие на использование полученной от них информации в явном виде для целей социокультурного проектирования в учреждении культуры. Пример письменной формы согласия приведён в методическом пособии «Проведение исследования района для целей социокультурного проектирования», разработанном ГБУК г. Москвы «КЦ «Вдохновение» в 2019 году;

2) конфиденциальность: гарантируется неразглашение персональных данных информанта, за исключением случаев, специально оговоренных в согласии информанта (см. выше);

3) последствия: сотрудники учреждения культуры оценивают последствия использования полученной информации для информантов и сообщества и корректируют степень открытости и обезличенности данных с целью недопущения негативных эффектов для информантов, сообщества, проекта и учреждения культуры.

На вопрос **«Сколько нужно информантов?»** нет однозначного ответа. Принято говорить, что это количество определяется тем, сколько потребуется, чтобы получить ответы на поставленные исследовательские вопросы (достигнуть цели, решить задачи исследования).

При проведении интервью выделяется **7 этапов работы**:

- 1) выбор темы,

- 2) планирование,
- 3) интервьюирование,
- 4) расшифровка,
- 5) анализ,
- 6) верификация,
- 7) написание отчёта.

В настоящем издании мы полагаем предзаданной тему (взаимодействие со «своим» районом, выявление уникальных черт территории) и фокусируемся на вопросах планирования и интервьюирования.

Другие этапы работы методом интервью и общие положения исследовательских активностей как одного из этапов менеджмента социокультурных проектов в учреждении культуры изложены в методическом пособии «Проведение исследования района для целей социокультурного проектирования», разработанном ГБУК г. Москвы «КЦ «Вдохновение» в 2019 году, а также запланированы к реализации в будущих разработках по рассматриваемой теме.

Говоря о **типах вопросов** исследовательского интервью, следует заметить, что вопросы интервью **отличаются** от исследовательских вопросов. Иными словами, то, что мы спрашиваем у жителей района, не совпадает с тем, что мы хотим узнать для наших целей. Это обусловлено тем, что жанр интервью предполагает, что мы говорим с информантами «на их языке», избегаем специальной терминологии.

Ниже приведён пример «перевода» исследовательского вопроса, актуального для проведения интервью о своеобразии городского района, в набор **вопросов интервью** (см. таблицу 1).

Таблица 1. Исследовательские вопросы и вопросы интервью

Исследовательские вопросы	Вопросы интервью
Какие знаковые места могут служить основаниями для формирования локальной идентичности?	А какие места в районе Вы бы назвали близкими, любимыми, родными? Почему? Какие истории (воспоминания) с ними связаны? Какие места в районе Вы показываете Вашим гостям (знакомым, родственникам)? Куда в районе ходите вместе с ними? Почему? Представьте, что Вам нужно провести экскурсию по Вашему району. Куда бы Вы повели гостей? Что бы Вы показали? О чём рассказали?
Какова степень сплочённости локального сообщества?	Знакомы ли Вы с Вашими соседями? Дружите ли с ними? Ходите ли куда-либо в районе вместе? Куда, почему,

	<p>с какой целью?          Легко ли было найти новых друзей, подружиться с новыми соседями, когда Вы сюда переехали?          Ощущали ли Вы, что люди в этом районе отличаются от жителей района Вашего прежнего проживания? Чем именно? Почему, как Вам кажется?          Можете ли Вы сейчас отличить жителя этого района от приезжего, встретив его на улицах нашего района? А в других районах Москвы? Как именно, по каким признакам?</p>
--	--

Составленный предварительно перечень вопросов (тем) для обсуждения называется **гайдом интервью**. Пример разработанного для исследования района гайда можно найти в методическом пособии «Проведение исследования района для целей социокультурного проектирования», разработанном ГБУК г. Москвы «КЦ «Вдохновение» в 2019 году. Вопросы можно менять местами, снимать, добавлять, ориентируясь на полученные ответы, «следуя» за рассказом информанта.

Выделяют следующие **типы вопросов** интервью:

- 1) вводные,
- 2) отслеживающие,
- 3) проясняющие,
- 4) конкретизирующие,
- 5) прямые,
- 6) косвенные,
- 7) структурирующие,
- 8) паузы (молчание),
- 9) вопросы-интерпретации.

Для **оценки качества** интервью применяются следующие критерии (по С. Квале):

- Объем спонтанных, подробных, конкретных и соответствующих теме ответов, полученных в интервью.
- Чем короче вопросы интервьюера и длиннее ответы респондента — тем лучше.
- Насколько интервьюер глубоко прослеживает и проясняет смысл соответствующих аспектов ответов.
- Идеальное интервью по большей мере интерпретируется в процессе самого интервью.
- Интервьюер старается верифицировать свои интерпретации ответов респондента в процессе интервью.



– Интервью говорит само за себя — это самодостаточный рассказ, который не нуждается в большом количестве лишних описаний и объяснений.

Дополнительно, согласно методике С. Квале, применяются следующие **критерии квалификации интервьюера**:

1. Знания. Обладает широкими познаниями по теме интервью, может поддерживать разговор по теме на должном уровне. Знакомство с основными аспектами темы позволит интервьюеру понять, какие проблемы важно исследовать, не стараясь при этом блеснуть своими знаниями.

2. Структурирование. Вводит цель интервью, подчеркивает течение всей процедуры, заканчивает интервью, например, несколькими словами о том, что собеседники узнали в процессе разговора, а также интересуется, нет ли у интервьюируемого каких-либо вопросов, касающихся ситуации.

3. Ясность. Задает ясные, простые и короткие вопросы; говорит отчетливо и понятно; не использует научные выражения или профессиональный жаргон.

4. Мягкость. Позволяет собеседнику закончить то, что он говорит, дает ему возможность думать и говорить в своем собственном ритме. Добродушен, спокойно переносит паузы, обозначает допустимость обсуждения нетривиальных и провокационных мнений, а также возможность проявлять эмоции.

5. Чуткость. Активно прислушивается к содержанию сказанного, слышит в ответе множество смысловых нюансов и старается добиться более подробного описания оттенков смысла. Интервьюер обладает развитой эмпатией, прислушивается к эмоциональным посланиям, вложенным в слова, слышит не только то, что сказано, но и то, как сказано, а также отмечает то, что не сказано. Интервьюер чувствует, когда тема становится слишком эмоциональной для продолжения интервью.

6. Открытость. Интервьюер слышит, какие аспекты темы интервью важны для собеседника. Слушает с неослабевающим вниманием, открыт новым аспектам темы, которые может ввести собеседник, и готов их исследовать.

7. Ведение, управление. Интервьюер знает, что хочет отыскать: он знаком с целями интервью, с тем, какие именно знания важно получить. Он контролирует ход интервью и не боится пресекать отклонение интервьюируемого от темы.

8. Критичность. Не принимает на веру все, что ему говорят, стремится проверить надежность и валидность того, что говорит ему собеседник. Этой критической проверке могут быть подвергнуты как сами по себе высказывания собеседника, так и логичность и последовательность его положений.

9. Хорошая память. Интервьюер помнит все, что говорил собеседник на протяжении всего интервью, может воспроизвести более раннее высказывание и попросить развернуть его, может соотнести то, что было сказано в разные моменты интервью, и связать все это в единое целое.

10. Способность к интерпретации смыслов. На протяжении всего интервью стремится прояснить и расширить смысл высказываний собеседника, интерпретирует то, что было сказано, причем его интерпретации могут как подтверждаться, так и опровергаться собеседником.

#### ***7. Механизм реализации проекта: план мероприятий, целевая аудитория, количество участников (по этапам), использование ресурсов***

Ситуация интервью предполагает **3 этапа работы с каждым информантом:**

1. **Брифинг:** интервьюер рассказывает об исследовании, говорит о конфиденциальности и получает согласие на интервью. После этого включает диктофон.

2. Собственно **интервью.**

3. **Дебрифинг:** интервьюер выключает диктофон, подводит итоги интервью, благодарит информанта и спрашивает о его встречных вопросах и обратной связи.

**Целевая аудитория** проекта – население района местоположения учреждения культуры всех социально-возрастных, профессиональных и иных групп.

Количество участников не ограничивается. Проект может повторяться в течение длительного времени, превращаясь в постоянно действующий комплекс мероприятий учреждения культуры, направленный на сбор и фиксацию истории повседневности районной жизни.

Подробное содержание этапов реализации совпадает с этапами, указанными в п. 6 выше.

#### ***8. PR-кампания по сопровождению проекта***

Проект нуждается в PR-сопровождении на этапе поиска информантов. Затем оно актуализируется уже в рамках вовлечения материалов интервью в другие проекты.

Необходимо привлекать как традиционную аудиторию учреждения культуры, в том числе непосредственно рассказывая о проекте на мероприятиях, так и новых интересантов, в том числе через социальные сети. Очень важно привлекать все возрастные группы, не ограничиваясь сбором воспоминаний представителей старшего поколения жителей района. Таким образом мы раскрываем все возможные основания для локальной идентичности районного сообщества и все черты своеобразия района.

## ***9. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет)***

Для реализации проекта специального материально-технического обеспечения, как правило, не требуется (см. выше п. 4).

В отношении трудовых затрат и кадрового обеспечения (см. выше п. 5) проект может реализовываться в интенсивном режиме с выделением 30-60% рабочего времени руководителя проекта и привлекаемых для проведения интервью сотрудников. В то же время проект может реализовываться в режиме постоянно действующей активности.

В этом случае проведение интервью может проводиться по мере подбора договорённостей с информантами в режиме выделения не более 20% рабочего времени сотрудников и плавающего графика работы.

В качестве возможных расходов можно назвать покупку диктофонов в случае отсутствия необходимых функций у пользовательских устройств сотрудников (см. выше п. 4).

## ***10. Результаты реализации проекта и перспективы его развития после окончания этапа внедрения***

Результаты реализации проекта по проведению интервью представляют собой обновляемую и поддерживаемую базу материалов – расшифровок интервью. В результате их интерпретации формируются результаты исследовательских проектов в целом – это прежде всего выявленные уникальные черты района, служащие основаниями для сплочения локального (районного) сообщества, предметами локальной гордости (местного патриотизма) жителей района.

Они, в свою очередь, могут быть вовлечены в реализацию следующих типов проектов:

- соседские проекты,
- проекты комьюнити-центров,
- выставочные и фестивальные проекты.

Этот механизм подразумевает вовлечение положений маркетинга и брендинга территорий в практику учреждений культуры.

## ***11. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации, ссылки на публикации о проекте в сети Интернет***

Ответственное лицо – **Митин Иван Игоревич**, к.г.н., ведущий менеджер ГБУК г. Москвы «КЦ «Вдохновение», e-mail: [gumgeo@gmail.com](mailto:gumgeo@gmail.com).

Ссылка на **публикацию о проекте**:

<https://www.inter-fnisc.ru/index.php/inter/article/view/5875>

Ссылка на **источник литературы** по методике интервью:  
[https://vk.com/wall-68638203\\_2321](https://vk.com/wall-68638203_2321)