

О. В. Рогачёва,

*кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики
социально-культурной деятельности учреждения образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»,
Республика Беларусь*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ГЛУБИННОГО ИНТЕРВЬЮ В ДОСУГОВОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ

Аннотация. В статье раскрывается потенциал использования метода глубинного интервью в досуговом консультировании. В связи с серьезными социально-культурными и экономическими изменениями последних десятилетий происходит трансформация не только понятия сущности досуга, свободного времени, но и его бюджета. Это приводит к обновлению и расширению компетенций организаторов досуга: важными становятся навыки проведения исследований в данной области. Анализируются сущность метода глубинного интервью, его преимущества и возможности использования фокусированного и нефокусированного глубинного интервью в работе досугового консультанта. Описывается методика проведения глубинного интервью.

Ключевые слова: глубинное интервью, фокусированное и нефокусированное глубинное интервью, досуг, досуговая деятельность, досуговое консультирование.

O. Rogachova,

*Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Pedagogy of Social and Cultural Activities of the Educational
Institution "Belarusian State University of Culture and Arts",
Republic of Belarus*

USING THE DEPTH INTERVIEW METHOD IN LEISURE COUNSELING

Abstract. The article reveals the potential of using the in-depth interview method in leisure counseling. In connection with the serious socio-cultural and economic changes of recent decades, there is a transformation not only of the essence of leisure and free time, but of its budget. This leads to the renewal and expansion of the competences of leisure organizers; research skills become important. The author analyzes the essence of the in-depth interview method, its advantages and the possibility of using focused and

unfocused in-depth interviews in the work of a leisure consultant. The technique of conducting an in-depth interview is described.

Keywords: in-depth interview, focused and unfocused in-depth interview, leisure, leisure activities, leisure counseling.

Высокая динамика экономических и социально-культурных процессов на рубеже XX–XXI вв. привела к серьезным изменениям в бюджете времени современного человека. Повсеместно наблюдается тенденция увеличения объема времени, свободного от основной трудовой деятельности. Досуг, его содержание, разнообразие и организация занимают лидирующие позиции в культурной, социальной, образовательной и экономической сферах. Благодаря своему предназначению досуговые практики как средство рекреации и восстановления дают возможность восполнять культурный, интеллектуальный и физический потенциал и в то же время стимулируют всестороннее развитие качеств личности.

Подобные трансформации приводят к глубоким изменениям в деятельности организаторов досуга. Уже недостаточно оставаться профессионалом в организации разнообразных мероприятий, сегодня требуется быть экспертом в области досуга и отдыха, владеть полной информацией о состоянии рынка досуговых услуг и, главное, изучать, отслеживать и понимать изменения досуговых предпочтений общества, групп и отдельных людей. Важным становится умение применять широкий спектр методов исследования для выявления мотивов, целей, интересов людей в сфере свободного времени. Одним из используемых в досуговом консультировании является метод глубинного интервью, под которым понимается неструктурированная беседа, свободный и прямой опрос, в ходе которого специалист выясняет мнение респондента, его интересы, привычки, эмоции, склонности, убеждения и пр.

Сегодня сфера досуга стала глубоко личной, индивидуализированной – каждый человек имеет возможность подобрать из огромного разнообразия видов деятельности нечто, отвечающее только его интересам и потребностям. Поэтому исследования общего характера (выборочные опросы, анкетирование, фокус-группы и др.) могут дать представление лишь об основных тенденциях проведения свободного времени представителями различных слоев населения, показать приблизительный

бюджет времени, который общество готово отдавать на осознанный досуг. Вместе с тем в целях создания уникальной, индивидуализированной программы досуговой деятельности для конкретного человека или группы людей зачастую необходимо выяснять личную, конфиденциальную (состояние здоровья, материальные возможности, мотивы и др.) информацию. Именно использование техники глубинного интервью в рамках досугового консультирования предоставляет возможность узнать цели, желания, ожидания, интересы, семейные традиции и прошлый опыт человека.

Согласно исследованиям, существуют разные подходы к выявлению видов глубинных интервью. Принято выделять фокусированное и нефокусированное, которые отличаются по технике проведения [1]. В консультировании по вопросам досуга эти два вида интервью могут быть использованы с одинаковой эффективностью. Фокусированное актуально в том случае, когда необходимо получить однотипную информацию от каждого респондента. Например, определить сложившееся общественное мнение относительно ценности досугового времяпрепровождения, выяснить потребительские предпочтения активных или пассивных форм проведения свободного времени, изучить стереотипы досугового поведения различных возрастных групп населения и др. Основной акцент в фокусированном глубинном интервью делается на получение количественной информации. В связи с тем, что такой вид интервью обычно посвящен заранее обозначенной тематике, вопросы беседы образуют логическую последовательность. Нефокусированное глубинное интервью нацелено на достижение интуитивного понимания сути проблемы и имеет более сложную методику проведения. В данном случае специалист обладает большей свободой как в выборе вопросов, формулировок, так и определении общей направленности беседы. Нефокусированное глубинное интервью со стороны может выглядеть как дружеская беседа, где затрагиваются темы, на первый взгляд, не связанные между собой. Часто сценарий беседы неочевиден для респондента. Данный вид интервью будет эффективен, когда специалист заинтересован в получении скрытой информации, недоступной при прямых вопросах консультанта. К такому типу информации может относиться прошлый опыт

клиента в области рекреации, семейные досуговые традиции, мотивы выбора тех или иных занятий и пр.

В контексте реализации задач досугового консультирования техника глубинного интервью обладает рядом явных преимуществ [2]. В первую очередь, это то, что уже неоднократно упоминалось выше – возможность получения от клиента уникальной, личной информации. Глубинное интервью поможет определить досуговые стратегии клиентов, принципы, которыми они руководствуются при выборе тех или иных видов и форм проведения свободного времени, механизмы принятия решений, ожидания от различных видов организованного досуга, ценности и предпочтения.

Глубинное интервью позволяет специалисту широко использовать проективные методы и визуальные материалы, которые способствуют стабилизации эмоционального состояния клиента, снижают уровень тревоги и позволяют обходить внутреннюю цензуру. Все это приводит к тому, что получаемая информация носит более подробный характер. Большим потенциалом обладают проективные тесты, ассоциативные опросы, рисуночные методики, метафорические карты – весь арсенал средств, которыми профессионально владеет досуговый консультант.

Методика проведения глубинного интервью включает три основных этапа: подготовительный, основной и заключительный. На подготовительном досуговый консультант определяет цель и задачи интервью, а также технику его проведения. С учетом вышесказанного составляется план. В отличие от опроса план предполагает лишь перечень ключевых вопросов, планируемых для обсуждения с клиентом. В ходе самой беседы эти вопросы будут дополняться, изменяться и перестраиваться. Техники проведения глубинного интервью также напрямую зависят от того, какие цели сформулировал консультант. Наиболее часто используемые техники – это «лестница» (*laddering*), символический анализ (*symbolic analysis*), выявление скрытых смыслов (*hidden issue questioning*) [3]. Так называемый «метод лестницы» предполагает последовательную постановку вопросов по теме интервью. Хорошо подходит для сбора общей информации о клиенте, его досуговых интересах и потребностях. Символический анализ направлен на поиск такого же значения объекта или явления через их сравнение с чем-то

иним. Данная техника позволяет определить стереотипы досугового поведения клиента, расширить его внутренние границы. В процессе выявления скрытых смыслов идет работа с личными переживаниями и проблемами клиента, его неудовлетворенными потребностями, формирующими психологический дискомфорт. Например, клиенту можно предложить пофантазировать о том, как он хотел бы жить, сколько иметь свободного времени, как он хотел бы его проводить, какими видами деятельности занимался бы в своей идеальной жизни. Эта техника хорошо работает в сочетании с проективными методами и дает возможность для создания рабочей индивидуальной досуговой стратегии клиента.

Основной этап – это этап проведения глубинного интервью. Сама беседа может продолжиться от 30 минут до 2–3 часов. Ее длительность зависит от сложности темы интервью и изначального запроса клиента. Однако в рамках консультирования по вопросам досуга оптимальным будут 30–60 минут. На данном этапе важно соблюдать правила проведения глубинных интервью [4]. Во-первых, это использование открытых вопросов, которые дают возможность клиенту рассуждать по теме, а консультанту помогают найти причину тех или иных действий клиента. Во-вторых, возможность задавать вопросы о прошлом и настоящем клиента, а также просить его привести примеры из жизни. В-третьих, задача консультанта – занять нейтральную позицию, не навязывать свою точку зрения, мысли или идеи. На завершающем этапе идет обработка и анализ полученной информации, обязательно составляется развернутый отчет.

В завершение хотелось отметить, что метод глубинного интервью обладает значительным потенциалом для практики досугового консультанта, является гибким и эффективен как самостоятельный, так и в комплексе с другими качественными и количественными исследованиями.

1. Белановский, С. А. Глубокое интервью : учеб. пособие / С. С. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с.

2. Глубинное интервью как метод исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://4brain.ru/blog/глубинное-интервью/>. – Дата доступа: 25.08.2021.

3. *Нанеишвили, Б.* Применение глубинных интервью в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / Б. Нанеишвили // Практический маркетинг. – 1999. – № 1 (23). – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/press/practical/1999-01/02.shtml>. – Дата доступа: 25.08.2021.

4. *Фитцпатрик, Р.* Спроси маму. Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут? / Р. Фитцпатрик. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 156 с.

Подсекция 2

УДК 613.956-057.875(476)

С. С. Кучур,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры физической культуры;*

Н. В. Сони́на,

*кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры физической культуры
учреждения образования «Белорусский государственный университет
культуры и искусств», Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ ТВОРЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ К ВЕДЕНИЮ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Аннотация. Приведен анализ результатов выборочного анкетирования студентов первого курса Белорусского государственного университета культуры и искусств по вопросам ведения здорового образа жизни. Более половины (57,4 %) опрошенных студентов отмечают нехватку времени. Считают, что ведут здоровый образ жизни, 30 % девушек и 38 % юношей. Занимаются спортом, помимо физкультуры, 36 % опрошенных. При этом 47 % девушек и 63 % юношей ответили: «Хочу, но не могу, так как не хватает времени», а 18 % девушек нейтрально относятся к дополнительным занятиям спортом.

Результаты анкетирования показали, что 15 % девушек и 12 % юношей курят регулярно, 29 % девушек и 38 % юношей ответили, что курят иногда. Рацион питания и его содержание считают здоровым только 24 % девушек и 12 % юношей. Иногда употребляют алкоголь 69 % девушек и 73 % юношей. Анкетирование показало, что 3 % опрошенных студентов пробовали наркотики из интереса.