

Autorzy:

Rafał Belka (belka.rafal@gmail.com),

Kamil Grabowski (kamil-grabowski@gazeta.pl).

## Jak przygotować i przeprowadzić wywiad?



Autorzy dziękują Pani Beacie Narel za udzielone uwagi merytoryczne.

Materiał został opracowany na potrzeby osób przygotowujących się do II etapu Konkursu Wiedzy Obywatelskiej i Ekonomicznej (KWOiE) w ramach inicjatywy Międzyszkolne Kluby Olimpijskie (MKOL).

Z niniejszym materiałem związany jest *Pomocnik Olimpijczyka*. Obejmuje on wyselekcjonowane elementy wiedzy obywatelskiej i ekonomicznej. Składa się z zestawu materiałów pomocniczych uzupełnionych sprawdzianami wraz z kluczami odpowiedzi. *Pomocnik* dostępny jest do pobrania za darmo. Można go znaleźć w wybranych serwisach internetowych, m.in. na EduTubie i w programie Google Książki.

Styczeń 2010

# Jak przygotować i przeprowadzić wywiad?

## 1. Trochę teorii.

- a) **wywiad** to rozmowa, w której zadaniem jednej ze stron jest zadawanie pytań w celu uzyskania konkretnych informacji, a drugiej odpowiadanie na nie;
- b) cechy wywiadu:
  - charakter dialogu,
  - naturalność i spontaniczność (wywiad nie powinien być sztuczny, wymuszony),
  - koncentracja wokół jednego, przewodniego tematu przy zachowaniu synkretyzmu, czyli łączenia ze sobą różnych tematów (dziedzin),
  - zawieranie informacji ciekawych dla odbiorców (nie może być nudny),
  - pośredniość — odbiorcą nie jest osoba przeprowadzająca wywiad, a szersze audytorium;
- c) cele profesjonalnego wywiadu:
  - zdobycie informacji na temat interesujących faktów,
  - poznanie opinii rozmówcy na dany temat,
  - kształtowanie opinii i postaw odbiorców,
  - wykreowanie wizerunku rozmówcy,
  - pozyskanie czytelników;
- d) typy wywiadów:
  - informacyjny — poświęcony faktom, wydarzeniom,
  - publicystyczny — prezentuje osobę i jej przekonania,
  - wywiad rzeka — obszerna rozmowa na różnorodne tematy, publikowana najczęściej w formie książki,
  - w postaci konwersacji — dyskusja wielotematyczna z luźno powiązаныmi pytaniami,
  - wywiad-kontrowersja, czyli podkreślenie sprzeczności racji, rozbieżności poglądów rozmówcy;
- e) **formy przeprowadzania wywiadu:**

- ➔ **spotkanie** (np. w studiu telewizyjnym, radiowym, kawiarni, miejscu pracy czy w domu rozmówcy),
  - ➔ **wywiad telefoniczny** — zazwyczaj wtedy, gdy rozmówców dzieli duża odległość,
  - ➔ **wywiad internetowy** — polega na wymianie np. e-maili lub rozmowie pisemnej na wybranym komunikatorze,
    - zdarza się, że rozmówcy preferują internetową formę wywiadu, gdyż umożliwia im ona zastanowienie się nad pytaniami i odpowiedziami na nie, a także pozwala na poprawne językowo sformułowanie odpowiedzi;
  - f) **indagujący**, czyli pytający, przeprowadzający wywiad;
  - g) **indagowany**, czyli pytany, udzielający wywiadu, rozmówca, współrozmówca;
  - h) **replika** — odpowiedź;
  - i) **riposta** — cięta, trafna i szybka odpowiedź (wg Słownika języka polskiego PWN);
  - j) **komentarz** — zajęcie stanowiska wobec czegoś, odniesienie się do tego, czasem dokonanie oceny;
  - k) **autoryzacja** — akceptacja wyrażana przez indagowanego na publikację w danej formie jego wypowiedzi (czyli wywiadu); autoryzacji dokonuje indagowany poprawiając wypowiedzi pod względem językowym lub merytorycznym (poprzez usuwanie starych lub dopisywanie nowych zdań).
2. **Rola wywiadu w projekcie.**

Pytanie o rolę wywiadu w projekcie można zadać bardziej bezpośrednio: *Po co mam przeprowadzić wywiad?*

- ➔ żeby zdobyć więcej informacji o badanym problemie,
- ➔ żeby uzyskać wyjaśnienie dotyczące informacji, których nie rozumiem,
- ➔ żeby uzyskać wskazówki dotyczące dalszych badań,
- ➔ żeby uzyskać komentarz (interpretację) wyników badań własnych lub cudzych,
- ➔ żeby uzyskać komentarz dotyczący samego problemu, sy-

tuacji,

- ➔ żeby skonfrontować własny obraz problemu z opinią eksperta (czyli osoby, która się na tym zna),
- ➔ żeby zdobyć pomysły na propozycje rozwiązań problemu,
- ➔ żeby przedyskutować szanse realizacji opracowanej strategii rozwiązania problemu

To tylko przykłady. Praktycznie niewykonalnym jest przeprowadzenie wywiadu, który spełni jednocześnie wszystkie te cele — nie staraj się na siłę takiego wywiadu skonstruować. Z drugiej strony, może uda ci się wymyślić inne zadanie, które rozwiążesz za pomocą wywiadu z ekspertem.

### 3. Wybór tematu i indagowanego.

Wybór tematu wywiadu jest kluczowy. Po pierwsze dlatego, że wywiad ma spełnić określone przez ciebie cele. Po drugie dlatego, że temat ogranicza ilość ekspertów, do których będziesz mógł się zwrócić.

Kogo wybrać jako indagowanego? Eksperta, osobę znaną, a może przypadkowo napotkanego człowieka? Opinia każdej z tych osób jest cenna i może być w ciekawy sposób wykorzystana. Dla przykładu, w kwestii problemu przestarzałego taboru kolejowego, kierownik ds. zakupu taboru w spółce kolejowej (ekspert) mógłby jako przyczynę takiego stanu wskazać brak pieniędzy spowodowany niskimi cenami biletów. Znana osoba (np. poseł) jako przyczynę mogłaby podać niedoinwestowanie kolei ze strony budżetu państwa. Zaś pasażer jadący pociągiem mógłby powiedzieć, że taki stan jest spowodowany złym zarządzaniem spółką. Warto zatem przeprowadzić **więcej niż jeden wywiad**.

Jednocześnie zwróć uwagę, że 10% punktów za pracę to punkty za wykorzystanie opinii eksperta. Warto zatem byś przeprowadził wywiad z ekspertem.

Pamiętaj też, że wywiad z osobą znaną jest dodatkowym atutem: świadczy o twojej zaradności i odwadze. Rzecz jasna dotyczy to sytuacji, w której osoba znana jest ekspertem, a nie osobą „znaną z bycia znaną”. Każdy, z kim przeprowadzasz

wywiad (lub jakiegokolwiek inne badanie), musi mieć związek z badanym tematem — w innym przypadku popełnisz błąd.

#### 4. Przygotowanie się do wywiadu.

##### a) krok 1.: **umówienie spotkania**

W jaki sposób możesz umówić się na spotkanie z indagowanym?

- ➔ osobiście
- ➔ telefonicznie
- ➔ mailowo

Każdy ze sposobów ma swoje wady i zalety. Sam musisz ocenić w jaki sposób umówić się na wywiad. Nie zachęcamy do bycia natrętnym, chociaż czasami to popłaca — może za dziesiątym razem wybrana przez ciebie osoba podniesie słuchawkę.

W trakcie umawiania się dowiedz się, czy ekspert wyraża zgodę na nagrywanie rozmowy oraz czy oczekuje prawa do autoryzacji — jest to szczególnie istotne w przypadku osób znanych.

##### b) krok 2.: **zebranie informacji nt. indagowanego**

Warto znać miejsce pracy, funkcję, wykształcenie, biografię indagowanego — ułatwi ci to rozmowę. Dzięki temu dowiesz się, jak zwracać się do rozmówcy (per Pan/Pani czy może per Panie Profesorze lub per Pani Doktor). Gdy twój wybór padł na autora książek lub publikacji warto zapoznać się z nimi. Przede wszystkim warto przejrzeć wcześniej udzielone przez twojego rozmówcę wywiady, aby uniknąć powtórzenia pytań, na które indagowany już wielokrotnie odpowiedział. Ponadto możesz znaleźć w nich intrygujące sformułowania, które staną się podmiotem przygotowanych przez ciebie pytań.

##### c) krok 3.: **merytoryczne przygotowanie się do wywiadu**

Tak naprawdę ten krok powinienś zrealizować przed umówieniem się na wywiad. Jeśli jednak jeszcze tego nie zrobiłeś, czas najwyższy! Musisz posiadać wiedzę na omawiany

przez ciebie temat w takim stopniu, by móc w miarę swobodnie rozmawiać z indagowanym.

d) krok 4.: **opracowanie konspektu wywiadu**

Wypisz na kartce te kwestie, które chcesz poruszyć w trakcie wywiadu. Takie rzeczy łatwo się zapomina, a szansa na powtórne spotkanie nie należy oczekiwać.

e) krok 5.: **napisanie pytań**

Nie staraj się tworzyć pytań na siłę: lepiej przygotować mniej przemyślanych pytań niż same oczywiste lub takie, na które indagowany już odpowiedział wcześniej.

Pamiętaj również, że zapewne w trakcie rozmowy zechcesz zadać nowe, nieprzewidziane wcześniej pytania. Pamiętaj o zostawieniu sobie czasu na taki wypadek. Z drugiej strony, ekspert może nieprzewidzianie odpowiedzieć na wszystkie twoje pytania w jednej odpowiedzi. Co wtedy? Warto mieć pytania zapasowe tak, by jak najpełniej wykorzystać już odbywające się spotkanie.

5. **Przeprowadzenie wywiadu.**

a) co przynieść?

- materiały, do których poprosisz indagowanego o zajęcie stanowiska,
- sprzęt do nagrywania rozmowy,
- długopis do zapisywania pytań w trakcie rozmowy;

b) cechy dobrej rozmowy:

- swoboda, brak uczucia skrupowania (wynikającym np. z czasu, miejsca, nieprzygotowania jednej ze stron),
- dynamizm (rozmowa nie jest nudna — zależy w dużej mierze od sposobu stawiania pytań),
- panowanie indagującego nad przebiegiem rozmowy;

c) przydatne zwroty:

- „Dziękuję, że znalazła Pani/znalazł Pan dla mnie czas.”
- „Chciałabym/chciałbym:
  - zapytać o . . .”
  - zadać pytanie na temat/dotyczące. . .”
  - dowiedzieć się. . .”
  - poprosić o . . .”

- „Mam do Pana/Pani parę pytań dotyczących...”
- „Czy mogłaby Pani/mógłby Pan:
  - odpowiedzieć na parę pytań dotyczących...?”
  - zając stanowisko w sprawie...?”
  - wyrazić własne zdanie/opinię/pogląd na temat...?”
  - zdradzić swoją opinię na temat...?”
  - zabrać zdanie na temat...?”
  - ustosunkować się do...?”
  - skomentować...?”
- „Dziękuję Pani/Panu za rozmowę i życzę...”

d) pod koniec wywiadu warto spytać rozmówcę, czy chciałby zautoryzować swoją wypowiedź; w przypadku wyrażenia takiej chęci umów się, w jaki sposób (mailowo, a może własnoręcznie) chce to zrobić i w jakiej formie (elektronicznej czy wydrukowanej) masz dostarczyć treść rozmowy.

## 6. Redakcja wywiadu — obróbka tekstu.

- a) **dokonanie selekcji informacji**, czyli wybranie najważniejszych wypowiedzi i usunięcie tych niewnoszących niczego nowego do projektu;
- b) **dokonanie korekty**: poprawienie błędów językowych (głównie gramatycznych i stylistycznych), podzielenie rozbudowanych zdań na krótsze — zadbanie o poprawność językową wypowiedzi;
- c) opcjonalne jest **nadanie tytułu wywiadowi i umieszczenie leadu** (dwu- lub trzyzdaniowej informacji streszczającej wywiad lub mającej przyciągnąć uwagę czytelnika, np. poprzez zacytowanie wypowiedzi indagowanego);
- d) **umieszczenie notki biograficznej**, czyli krótkiej informacji prezentującej indagowanego.