

ДЕТЕРМИНАНТЫ ЭТНОКОЛОРИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРВЬЮ

Елена Викторовна Невмержицкая,

зам. директора ГБОУ СПО Колледж архитектуры и строительства № 7, Москва, д.пед.н.

Анализ ключевых понятий метода этноколористического интервью представлен с позиций его участников. Респонденты, как правило, воспринимают его как живую, частную и достаточно непринужденную, в силу анонимности, беседу. Для интервьюера это заранее запланированный до деталей опрос. Для стоящего за интервьюером исследователя – максимально унифицированная экспериментальная ситуация, рассчитанная на получение знаний об этноколористике и реакцию опрашиваемых.

Analysis of key notions of the ethnocoloristic interview method is presented from the points of view of its participants. Usually respondents consider it as an active, private and quite informal (because of anonymity) conversation. For the interviewer this is an inquiry, planned beforehand with details. For the researcher behind the interviewer it is highly unified experimental information intended to getting knowledge about ethnocoloristics and reaction of the interviewees.

Ключевые слова: этноколористика, этноколористическое интервью, метод сбора первичной этнокультурной информации, особенности выборки респондентов, этносоциологический эксперимент.

Keywords: ethnocoloristics, ethnocoloristic interview, method of gathering of primary ethnocultural information, particularities of selection of respondents, ethnosociological experiment.

Этноколористика рассматривает цвет во всей его широте и объеме в аспекте традиций народной художественной культуры, что необходимо для целостной подготовки будущих специалистов, например, декоративно-прикладного искусства, поскольку роль цвета в их деятельности очень велика: средствами цвета выполняется круг творческих задач, а также формального, информального и неформального образования.

Согласно авторской концепции, основная задача изучения новационной дисциплины Этноколористика нацелена на реализацию профессионально-ориентированной подготовки специалиста XXI века, согласно которой юноши и девушки должны быть достойными представителями своего народа, культурными членами мирового сообщества, осознающими космизм явлений жизни и человека. Магистральный путь достижения этих целей видится в оптимальной реализации механизма социальной наследственности, осознания человеком значения наследуемых ценностей и их усвоения, т.е. включение в свою непосредственную деятельность уже имеющегося массива культуры, погружение в бытие этнокультуры [1, с. 41 - 44].

Суть этноколористического интервью как метода сбора первичной этнокультурной информации заключается в непосредственном общении опрашиваемого с респондентом, в процессе которого интервьюер получает необходимую этноколористическую информацию в форме ответов. Таким образом, этноколористическое интервью, являясь методом сбора социологической информации, предполагает проведение беседы (по определенному плану) с респондентом, которая основана на непосредственном, его личном контакте с опрашиваемым. Специфика этноколористического интервью по сравнению с другими видами опроса заключается в способе общения интервьюера и респондента.

В процессе проведения интервью особое внимание следует уделять роли, которую выполняет интервьюер, проявлению его креативности и инициативы. В данном случае контакт между ним и опрашиваемым осуществляется именно интервьюером, который задает вопросы, организует интервью и ведет беседу, направляет ее, фиксирует полученные ответы. Например, в ходе интервью о лидирующем цвете в культуре этноса, которую представляет респондент, при ответе на вопрос: "С каким цветом ассоциируются Ваша этническая принадлежность?", представители славянских народов называли красный и синий (русские, белорусы, украинцы), красный, синий, желтый (украинцы); поляки и датчане - белый, красный; немцы - синий (на юге Германии - зеленый), англичане - красный, зеленый, реже - черный и т.д. [2]. При этом большее желание участвовать в интервью обычно выражают респонденты Западной Европы и Соединенных Штатов Америки, в отличие от

российских граждан. В данном аспекте примечателен факт, свидетельствующий о том, что с начала 2000-х гг. готовность участвовать в интервью, отвечать на вопросы несколько снизилась по сравнению с концом 1990-х гг., в связи с чем следует согласиться с результатами наблюдений доктора философских и экономических наук Э. Ноаль-Нойманн, подтверждающие, что в среднем отказ от интервью бывает лишь в каждом пятом случае [3].

Особенности выборки респондентов заключаются, прежде всего, в этнической принадлежности опрашиваемых. Поскольку определение этого фактора происходит субъективно, т.е. на основе самоидентификации респондента, то в выборку могут попасть лица, которые фактически не принадлежат исследуемой совокупности, и наоборот. По этим же причинам выборка не может быть сформирована с помощью математических расчетов, поэтому наравне с методом этноколористического интервью целесообразно применять такие, как, например, метод фильтра, метод снежного кома, метод отбора по косвенным признакам.

Метод этноколористического интервью как разновидность опроса при этносоциологических исследованиях, который предполагает личную беседу исследователя и респондента, бывает формализованным (по заранее составленному вопроснику), полужормализованным и открытым, когда заранее намечаются лишь основные темы предстоящей беседы. Качество информации, получаемой в процессе этноколористического интервью, зависит от программы опроса и от взаимодействия исследователя и респондента. При этносоциологическом изучении этнических предпочтений, ориентаций и т.п. большую роль играет, например, соотношение национальной принадлежности исследователя и респондента.

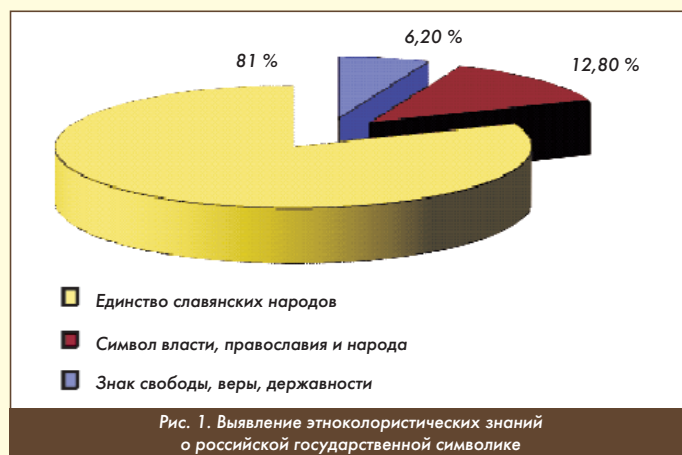


Рис. 1. Выявление этноколористических знаний о российской государственной символике

При подготовке к проведению этноколористического интервью нужно найти такие вопросы или задания, которые побудили бы интервьюируемых выразить свою точку зрения. Параллельно с этим следует отметить и просветительский, этнокультурно-образовательный характер, который могут содержать в себе вопросы интервью, т.е. большое значение имеет находчивость интервьюера, которая определяет - решается ли исследовательская задача. Например, при анализе знаний о символике трех цветных полос российского флага, отражающих культурную традицию, был сформулирован вопрос: "Три цветные полосы государственного флага России отражают три славянских народа: белый - белорусов, голубой - украинцев, красный - русских или отражают три сословия российского общества: белый - дворянство, синий или голубой - мещан / разночинцев, а красный - крестьян / народ?" Если бы интервьюеру по окончании опроса не надо было записать данные о национальной принадлежности опрашиваемого к русской, украинской, белорусской или иной этнической группе, то не удалось бы, например, выяснить, что более 80 % респондентов считают цветовую символику флага отражением трех славянских народов, более 10 % - символом единения православия (белый), царской власти (синий) и русского народа (крас-

ный), около 6 % воспринимают белый цвет как символ свободы и веры; синий - цвет Богородицы, покровительницы земли русской, и надежды; красный - символ державности и любви (рис. 1).

Эффективность сочетания своеобразных и элементарных форм получения сведений от респондента можно измерить только на выходе, оценивая то, что выявил вопрос проведенного интервью. Таким образом, этноколористическое интервью можно охарактеризовать как составляющую этносоциологического эксперимента. **Д**

Литература

1. Nevmerzhiitskya E.V. Role of ethnocoloristics as the novational discipline in realization of the specialist human training concept // Сб. науч. тр. по мат. межд. науч.-практ. конф. - Т. 6. - Одесса: Черноморье, 2010.
2. Невмержицкая Е.В. Этноколористическое интервью: уч.-практич. пособие. - М.: Граница, 2012.
3. Ноэль-Нойманн Э., Петерсен Т. Все, но не каждый. Введение в методы демоскопии / Пер. с нем. Л.Н. Рыбаковой, Е.В. Невмержицкой. - М.: МГУКИ, 2007.