

インタビューの語り手としての特性と質的研究

荒川歩 武蔵野美術大学造形学部

ARAKAWA Ayumu College of Art and Design, Musashino Art University

白井美穂 株式会社ネオマーケティング

SHIRAI Miho NEO Marketing

松尾智康 株式会社ネオマーケティング

MATSUO Tomoyasu NEO Marketing

加藤賢大 株式会社ネオマーケティング

KATO Takahiro NEO Marketing

要約

インタビューの中には豊かで巧みな表現を行えるインタビューもいれば、あまり話さないインタビューもいる。有名な質的研究には、そのフィールドに熟知しているというだけでなく、研究者が引用したいと思うような多くの点を話すことのできる人が関わっていることが多い。そこで、質的研究にとって重要な情報とはどのような情報なのかを明らかにするために、本研究では学会賞を受賞した4つの質的研究を対象に分析を行った。ほぼすべての引用にラベルを付けたところ、それらのラベルからは6つのカテゴリの存在が明らかになった。それは、「体験の具体的な説明」「自分（たち）なりの理解、解釈、意味づけ」「問題に直面した場面における自分（たち）なりの対処」「俯瞰的説明」「異なる時間についての見解」「現実とずれるインタビュー」である。これらに基づき、「良いインタビュー」の特徴と、質的研究の根拠の構造について議論した。

キーワード

インタビュー、質的研究のメタ分析、インタビュー

Title

Qualitative Research and Characteristics of Interviewees as Narrators

Abstract

Some interviewees can express themselves elaborately although others say as little as possible. Famous qualitative research involves the informants who not only know the field well, but also can discuss many points that the researcher wants to excerpt in his/her paper. To clarify the kind of information important for qualitative research, we analyzed four prized qualitative studies. We labeled almost all excerpts. As a result, six categories were identified: concrete explanation of their experiences, explanation of the meaning of their experiences, handling methods to combat the obstacles they face, panoramic explanation of their and others' view, explanation of future and counterfactual past, and the storytelling that conflicts with reality. We discussed characteristics of the "better interviewee" and structure of evidence in qualitative research.

Key words

interviewee, meta-analysis on qualitative research, interview