

ФОКУСИРОВАННОЕ ИНТЕРВЬЮ И ФОКУС-ГРУППА: РАЗЛИЧИЕ МЕТОДОВ

Статья посвящена выявлению и обоснованию отличительных особенностей методов фокусированного интервью и фокус-групп, через сравнительный анализ сходств и различий этих методов. Анализ построен на сравнении объекта, предмета, методик и процедур каждого из методов. Ключевые слова: фокусированное интервью, фокус-группы, качественные методы в социологии, Мертон.

В научной литературе можно столкнуться с такой формулировкой понятия: «метод фокус групп – это метод фокусированного интервью...», однако, стоит задуматься: можно ли ставить знак равенства между двумя этими понятиями? Или стоит рассматривать их отдельно друг от друга? Именно эти вопросы будут рассмотрены в данной статье. Сначала разберемся: «что такое фокусированное интервью?».

Термин фокусированное интервью был введен Р. Мертоном, М. Фиске и П. Кендаллом в работе «Фокусированное интервью». Именно там и стоит искать основные постулаты этого метода. Главной характеристикой, является то, что оба метода основаны на интервью, причем глубокого характера. Обратим внимание, что авторы выделяют четыре особенности фокусированного интервью, которые, как они считают, отличают его от всех других методов качественного анализа. При этом проведем сравнительный анализ с методом фокус-групп.

1. Фокусированное интервью - «Известно, что интервьюируемые лица были участниками некоторой определенной ситуации» [5, с. 12], т.е. респонденты посмотрели фильм, прочли книгу, участвовали в митинге и прочее. Данный критерий можно увидеть и в методе фокус-групп: каждый из интервьюируемых обязан быть носителем проблемы или определенных характеристик, которые релевантны заявленному исследованию.

2. Вторая особенность: предварительный анализ ситуации и сбор опыта других исследований и прочего. И снова в обоих методах есть такая характеристика, так как благодаря этому выявляются важные стороны проблемы и есть возможность постановки каких-либо гипотез.

3. Третий критерий: разработка руководства проведения интервью. И вновь нет никаких сомнений в том, что эта особенность присуща и методу фокус-групп.

4. Интервью фокусируется на личностных оценках респондентов определенных аспектов ситуации или оценки её в целом, что также является основным предметом метода фокус-групп. «Недостаточно узнать, что интервьюируемый расценивает ситуацию как "неприятную", "тревожную" или "стимулирующую" – это обобщающие суждения, за которыми может скрываться масса интерпретаций. Цель состоит в том, чтобы более точно выяснить, что означает в данном контексте "неприятный", какие конкретно чувства были вызваны, какие личные ассоциации возникли» [5, с. 13].

Стоит заметить, что нет никаких указаний на то, сколько респондентов должна включать беседа: проводится ли это фокусированные интервью индивидуально или с группой – не ясно. В то время как, фокус-группа четко вводит нас в рамки именно групповой дискуссии. Так как же проводятся фокусированные интервью? Авторы рассматривают возможность проведения фокусированного интервью как с одним респондентом, так и с группой.

Рассмотрим предмет изучения методов. Предметом фокус-групп является спектр мнений респондентов и причины формирования этих мнений, поведений и др. Из предмета вытекает цель исследования, поэтому для фокус-групп целью является достижение понимания мотиваций реального или потенциального поведения или отношения респондентов [3].

В фокусированном интервью Р. Мертон и соавторы выделяют стимулы и реакции в качестве предмета. *Стимулами* в данном контексте будут являться причины тех или иных поведений, видений, оценок и др., проявляемых или ощущаемых человеком. *Реакциями* же является само поведение человека, которое строится на основе тех самых *стимулов и их интерпретаций*.

Казалось бы, предметы схожи, просто сказаны другими словами. Однако, если рассмотреть эту проблему детально, то можно понять, что фокус-группы по большей части делают акцент на изучении именно мнений и реакций респондента в точечном и единичном случае, в то время как фокусированное интервью главным выделяет именно связь между стимулом и реакцией, т.е. исследует и устанавливает их взаимовлияние ради выделения определенных тенденций в поведении людей [3].

Таким образом, результаты фокус-групповых исследований нельзя распространить на другие исследования, поскольку фокус-группы нацелены на точечное изучение реакций респондента, однако это дает возможность вывести единичные мотивационные аспекты поведения человека [2].

Теперь рассмотрим, какие методы используются в фокус-группах, а какие в фокусированном интервью. Начнем с фокус-групп: в основе этого метода лежит интроспекция т.к. лишь через интерпретацию самого человека можно относительно достоверно узнать о его переживаниях и мотивах поведения респондента. Иногда, из-за специфичности предмета исследования, возможно обращение к методу ретроспекции. Главной методикой, помогающей применить интроспективный метод в фокус-группах, является по большей части применение неструктурированных вопросов в групповой дискуссии. Кроме этого, применяется наблюдение и проективные методики.

В фокусированном интервью все наоборот: главным методом выделяют ретроспекцию [5], однако важно отметить, что в данном случае она основывается на интроспективном анализе, совершаемом респондентом, т.е. интервьюируемый приводит аналогии из своего эмоционального опыта, на котором основывается его мнение. В этом случае, методиками выступают: идентификация, контролируемое проектирование, параллельный опыт, как методики, основанные на ретроспекции. Однако, главной методикой, так же как и в фокус-группах, выступают вопросы, преимущественно неструктурированного характера, однако это ограничение не строго [1].

Процедурой проведения методы почти не различаются: дискуссия направляется и контролируется модератором, а само интервью является неформализованным. Однако, в фокусированном интервью, предпочтение отдается ситуации, когда респонденты самостоятельно направляют дискуссию, выделяя главные для них стороны ситуации [3].

Сравнивая методы анализа данных можно увидеть, что оба метода учитывают темы, заданные исследованием, а также темы, с которыми интервьюер столкнулся в процессе обсуждения. В фокусированном интервью делают особый акцент на проблемах, которые поднимает сам респондент в рамках обсуждаемого вопроса. А при анализе данных фокус-групповых дискуссий, необходимо учитывать групповую динамику, так как мнения респондентов в группе оказывают влияние на ответы других респондентов [6].

Кроме того, необходимо отметить, что Р. Мертон выделял обязательным условием проведения фокусированного интервью углубленное изучение предмета исследования до того, как будет проведено интервью. Это давало возможность акцентировать внимание респондента на более важных аспектах предмета исследования. Применительно к фокус-группам тщательная проработка предмета не всегда обязательна, т.е. групповые интервью могут дать полезную информацию при относительно небольшом прямом вкладе со стороны исследователя. [4]

В результате: объектом фокус-групп является строго малая группа. Фокусированное интервью допускает исследование одного или нескольких человек в группе. Таким образом, его потенциал шире фокус-группового.

Предмет фокус-группы обращен к анализу спектра мнений по изучаемой проблеме, поиску объяснения поведения людей. Предмет фокусированного интервью – стимулы и реакции респондента, основанные на его эмоциональном опыте.

Даже цели двух методов различны: фокус-группы формулируют ее как «понять мотивацию реального или потенциального поведения человека», а фокусированное интервью обозначает: «стремление получить как можно более достоверную и полную информацию».

Обратим внимание на то, какой метод является основным для каждого из предметов изучения. Для фокус-групп это интроспекция с возможностью обращения к ретроспекции. В фокусированном интервью ретроспекция, в основе которой лежит интроспективный анализ. Методики двух методов схожи: это нестандартизованные проективные методики, однако, стоит отметить, что различия основных методов, ведут к использованию дополнительных методик. Так, в методе фокус-групп используются неструктурированные, полуструктурированные и структурированные вопросы, а фокусированное интервью обращается к идентификации, контролируемому проектированию и параллельному опыту.

Процедуры проведения похожи: в обеих требуется наличие модератора, который направляет дискуссию. Однако Мертон и соавторы обращают внимание на важность направления дискуссии респондентами, выявляя новые проблемы и аспекты тем.

При анализе данных в обоих методах необходимо учитывать темы, заданные исследованием, а также те, с которыми модератор столкнулся в процессе обсуждения. Однако, в фокус-группах, так же важно помнить о групповой динамике и при анализе учитывать влияние мнений респондентов друг на друга.

Таким образом, благодаря более широким границам объекта и предмета, фокусированное интервью способно решать больший спектр задач и проблем, нежели метод фокус-групп. Кроме того, использование разных методов (ретроспекции и интроспекции) влечет за собой кардинальные различия в используемых методиках. Довольно сложно сказать, какой из них способен дать более точную и полную информацию о респонденте и его переживаниях, ведь все зависит от целей и задач исследования. Однако, можно сказать, что используя метод ретроспекции, фокусированное интервью способно узнать «причину причины», т.е. понять, с какими событиями прошлого связано определенное мнение или суждение, в то время как, метод интроспекции в фокус-группах говорит лишь о том, какие чувства есть сейчас, никоим образом не связывая их с прошлым респондента. (Опять же, если это не указано в целях и задачах исследования.)

Несомненно то, что оба метода имеют ряд схожих черт: исследования в рамках группы респондентов. К тому же процедура проведения и анализа данных во многом схожи. Это невольно наводит на одну мысль. Поскольку фокусированное интервью появилось раньше, чем метод фокус-групп, и поскольку в работе Мертона и соавторов есть указание на групповое интервью, то можно ли предположить, что метод фокус-групп когда-то был частью фокусированного интервью? Можно ли сказать, что в силу веяния моды XX-годов, групповые интервью стали более востребованными и превратились в самостоятельный метод – метод фокус-групп, ведь точного временного отрезка и определенного автора у этого метода нет. Однако, все это лишь предположения.

В ситуации же XXI века, можно точно и четко сказать: фокус-группы и фокусированное интервью – два разных метода и путать их, называя метод фокус-групп фокусированным интервью нельзя!

Список литературы

1. Белановский С.А. – Метод фокус-групп. – М.: Издательство Магистр, 1996 г. – 272с.
2. Гринбаум М. – Учебник и практическое руководство по фокус-групповым исследованиям – Lexington Books_D.S.Heath and Company_Massachusetts / Toronto, 1998 г. – 120с.
3. Дмитриева Е.В. – Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М.: Центр, 1998 г. – 144с.

4. Мельникова О.Т. – Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техника качественных исследований в социальной психологии: Учеб. пособие для студ. психол. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003 г. – 272 с.
5. Мертон Р., М. Фиске, П. Кендалл – Фокусированное интервью. – М.: 1991 г. – 87с.
6. Фоломеева Т.В., Богомолова Н.Н. Мельникова О.Т. - Фокус-группа как качественный метод социально-психологического исследования. - М.: .1997 г. – 209 с.

Shlyapina A.S.

FOCUSED INTERVIEW AND FOCUS GROUP: THE DIFFERENCE BETWEEN THE METHODS.

Article focuses on the identification and justification of the distinguishing features of the methods of focused interviews and focus groups, through a comparative analysis of the similarities and differences of these methods. Analysis is built on a comparison of the object of study, subject of study, techniques and procedures of each methods.

Keywords: focused interview, focus group, qualitative research methods in sociology, Merton.