

УДК 001.8
ББК 72в6**ВИРТУАЛЬНЫЕ ФОКУС-ГРУППЫ КАК МЕТОД НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

© Г. В. Варганова, 2010

*Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств
191186, г. Санкт-Петербург, Дворцовая набережная, 2*

Рассмотрены виртуальные фокус-группы как метод научных исследований. Показаны преимущества и ограничения метода виртуальных фокус-групп в сравнении с фокус-группами, проводимыми в традиционном формате. Определены типы исследований, в которых использование метода виртуальных фокус-групп может быть признано целесообразным.

Ключевые слова: фокус-группы.

Virtual focus groups as a method of research are considered. The advantages and limitations of virtual focus groups in comparison with the focus groups used in the traditional format are shown. The types of studies in which the use of this method may be considered appropriate.

Key words: focus groups.

В качественных исследованиях одним из наиболее востребованных является метод фокус-групп, истоки которого восходят к углубленному – фокусированному – интервью, разработанному социологом Р. Мертоном [8]. Фокус-группы широко применяются в маркетинге: в представлениях бизнес-сообщества он утвердился как метод оперативного получения достоверной информации [3, 6]. Данный метод используется и в исследованиях социальных и гуманитарных наук [9, 10], в частности в библиотековедении. Он эффективен в научных проектах и программах различной тематической направленности, в рамках магистерских и докторских диссертаций, а также в исследованиях, которые библиотечные школы организуют по заказам администраций штатов и городов, социальных агентств, бюро, книжных издательств и др.

Зарубежные и отечественные специалисты дают развернутое представление о данном методе: истории развития и использования, содержании, структуре, принципах организации, особенностях проведения, методах обработки, анализа и интерпретации данных [1, 3–6].

Интернет в органическом единстве его существенных свойств (пространственно-временная неограниченность коммуникации, высокая скорость передачи информации, низкая стоимость и др.) создает уникальную среду для научно-исследовательской деятельности и способствует не только конструированию новых методов, но также использованию уже известных и апробированных наукой методов в электронном формате. Неслучай-

но, в последнее время появляется все больше упоминаний о методе фокус-групп в виртуальной среде. Получили распространение термины виртуальные, он-лайн, электронные фокус-группы [7].

Виртуальные фокус-группы (ВФГ) существуют в двух основных режимах: синхронном и асинхронном. Синхронные фокус-группы предполагают, что дискуссия, организуемая модератором, проводится в строго назначенное им время и длится от 1,5 до 2 часов, более предпочтительна полтора-часовая, так как качество восприятия информации с компьютерного экрана после данного временного отрезка ухудшается.

Асинхронная фокус-группы организуется таким образом, чтобы респонденты могли во время дискуссии общаться с модератором и друг с другом в удобные для них часы в течение какого-либо заранее оговоренного периода, чаще всего одной недели.

Количество участников в ВФГ либо такое же, как и в традиционных, либо чуть меньше и составляет обычно шесть-восемь человек. Исследование проводится по заранее составленной программе. Ее основными позициями являются: формулировка проблемы; определение объекта, предмета, цели, задач; установление генеральной и выборочной совокупности; подбор методического инструментария; проведение сессии (глубинной дискуссии); обработка, анализ и интерпретация полученных данных, написание отчета и его презентация.

Программное обеспечение для ВФГ постоянно обновляется. Первоначально они проводились на основе форумов сайтов и Bulletin Board System –

электронной доски объявлений, которая обеспечивает общение модератора с респондентами через коммутируемые телефонные сети. Сегодня ВФГ чаще всего возможны на основе Multiuser Dimensions (многопользовательское пространство), являющееся достаточно эффективным инструментом для решения исследовательских задач; Listserv – системы обслуживания и управления списками адресов электронной почты, которая позволяет респондентам, объединенным научным интересом, взаимодействовать между собой, а также IRC-сервисной системы, предназначенной для общения через Интернет в режиме реального времени. Компания «Interactive Research Group» разработала специальное обеспечение для ВФГ, которое делает возможным не только просмотр текстов, графических и видеоизображений, но и прослушивание музыки, если это необходимо для достижения цели исследования.

Крупнейший специалист по методу фокус-групп указывает, что ключевыми вопросами в проведении исследований являются организация, отбор респондентов и модераторство, так как именно от их решения в большей степени зависит качество анализа и интерпретации полученных данных [9]. Представляется возможным выявить достоинства и недостатки ВФГ в сравнении с традиционными именно в контексте указанных позиций.

На их проведение нужно значительно меньше финансовых ресурсов. Исследователи освобождаются от оплаты аренды помещения, транспортных расходов, обеспечения проживания респондентов и модератора, приобретения специального оборудования, выделения средств на аудио-, видеозапись и др.

Научные исследования лишены больших временных затрат. Респондентам и модератору не нужно тратить время на поездку к месту проведения; длительность дискуссии, как уже было отмечено, весьма коротка; не требуется дополнительного времени на подготовку стенограммы дискуссии. Все это значительно уменьшает сроки исследования и позволяет разработчикам получить результаты в течение семи-десяти дней и тем самым сэкономить трудовые затраты.

Если исследование с ВФГ выполняется по заказу какой-либо организации, то заказчик имеет возможность видеть весь процесс обсуждения на компьютерном экране и оперативно получать первоначальные сведения о мнениях / установках / чувствах, которые вызывает у респондентов предмет изучения.

Важным преимуществом ВФГ является географическая дисперсия, возможность включать в число респондентов представителей разных регионов / стран / континентов. Отбор в нее можно проводить по более сложным выборкам, что также

служит ее безусловным достоинством и позволяет повысить качество результатов исследования.

К участию в ВФГ значительно проще привлечь респондентов, практически не имеющих свободного времени в силу профессиональной занятости (бизнесмены, крупные ученые), но которые проявляют интерес к теме исследования и могут участвовать в дискуссии в виртуальном режиме. Они могут вести глубинную дискуссию, находясь в комфортных и привычных условиях – дома или на работе.

Респонденты анонимны, что обеспечивает большую открытость ответов и получение более достоверной информации, в отличие от традиционных фокус-групп, в которых дискуссия «глаза в глаза» порождает целый ряд проблем. Кроме того, в ВФГ респонденты могут обращаться к модератору, не нарушая общей дискуссии, не прерывая ее и не отвлекая внимания других.

Однако в традиционных фокус-группах не существует ограничений для отбора респондентов. В ВФГ могут принимать участие только те респонденты, которые имеют доступ к Интернету, умеют пользоваться компьютером и, что не менее важно, уверенно чувствуют себя в киберпространстве. Они должны уметь хорошо и быстро набирать текст, владеть письменной речью. Однако не все умеют излагать на бумаге мысли, также хорошо, как и говорить. В посылаемых текстах можно использовать информацию малой значимости, неконкретную, плохо структурированную, недостаточно точную, не имеющую требуемых деталей, что не способствует получению важной для исследования информации о предмете изучения, влиянии на жизнь респондента, эмоциях, которые он вызывает сегодня или в прошлом. Обращение модератора с просьбой об уточнении и дополнении текстов не всегда может быть выполнено опять же и по причине недостаточного уровня владения письменной речью. Можно прогнозировать, что респонденты, понимающие значимость исследования и ощущающие собственную ответственность, могут настаивать на личной встрече с модератором с тем, чтобы более точно и ясно донести до него свои размышления и переживания.

К респондентам, участвующим в традиционных фокус-группах, обычно не предъявляют и такого требования как наличие развитых навыков чтения. В сегодняшнем мире эта проблема является крайне острой: многие не понимают смысл прочитанного текста.

В ВФГ степень ответственности респондентов значительно ниже, чем в традиционных. В электронной среде модератору трудно быть уверенным, что в дискуссии участвует именно тот человек, который был отобран; что он понимает значимость исследования, и не воспринимает свое

участие как развлечение; что на протяжении полутора часов он занят обдумыванием поднимаемых в ходе дискуссии вопросов, а не решает попутно другие и т. д.

Модераторство в ВФГ представляет значительно большие сложности. Огромный недостаток – в киберпространстве очень трудно организовать групповую динамику, от качества которой во многом зависит глубина обсуждения предмета изучения. Для участников модератор не столь авторитетная личность как в традиционных фокус-группах, когда с его просьбами и рекомендациями считаются и стремятся им следовать. Наличие авторитета помогает модератору в традиционной фокус-группе направлять дискуссию; руководить группой, с тем, чтобы не отклоняться от темы; распределять время на обсуждение отдельных вопросов; получать от респондентов более информативные и развернутые ответы на вопросы; неоднократно возвращаться к тому аспекту предмета изучения, который уже был обсужден, но с точки зрения задач исследования недостаточно и т. д.

В связи с тем, что модератору трудно оказывать влияние на групповую динамику, в ВФГ большие трудности представляет даже знакомство участников друг с другом, создание доброжелательной обстановки. В связи с этим необходимо, вероятно, разрабатывать специальные упражнения-задания, которые позволят составить представление друг о друге, снять чувство напряженности, настроиться на свободное и искреннее высказывание своих мнений. При общении с респондентами можно прибегать к смайликам – графическим изображениям, передающим эмоции и чувства, которыми не следует злоупотреблять, так как их частое использование вызывает недоумение и раздражение.

Углубленная дискуссия в фокус-группе, реализуемой и в традиционном, и в электронном формате, представляет собой не просто обмен, а столкновение мнений / взглядов / установок по изучаемому предмету обсуждения. При этом дискуссия с глазу на глаз способствует лучшему восприятию чужих идей и готовности их развивать. В случае возникновения сплоченности респондентов модератору в ВФГ крайне затруднительно ей противостоять, потому что его письменные замечания могут игнорироваться.

ВФГ имеют преимущества в установлении взаимодействия между участниками разного возраста, иногда разного пола. Здесь редко появляется лидер, который доминирует на протяжении всей дискуссии, оказывает давление, заставляя принять его точку зрения и разделить переживаемые им чувства и эмоции, что ведет к групповой сплоченности, к снижению искренности ответов других, к возникновению у них нежелания отстаивать

свою точку зрения, к сужению спектра высказываемых мнений.

Недостатком ВФГ является отсутствие возможности наблюдения за невербальным поведением респондентов, которое дополняет, изменяет, уточняет смыслы речи собеседника. Как известно, в общении важнейшую роль играют три основных фактора: что мы говорим (и это позволяет получить 7% информации), как мы говорим (38% информации) и язык нашего тела (55% информации) [2].

В традиционных фокус-группах модератор (ко-модератор, ассистент), непременно наблюдает за невербальным поведением, стремясь получить латентную информацию. Особое внимание уделяется мимике, жестам, которые не только сопровождают речь, придавая ей большую выразительность, но и достаточно точно передают сведения о психоэмоциональном состоянии респондента, об его отношении к предмету изучения.

Достаточно большой объем информации получают, слушая голос, оценивая интонацию. Ритмико-мелодический строй, повышение и понижение тона, логические ударения, интенсивность акцентирования мыслей помогают составить представления об эмоциональной окраске слов респондента, дополнительно убедиться или, напротив, усомниться в его искренности. В таких группах, как известно, используются зеркала, специальная аудио-, видеоаппаратура, и все записи подлежат тщательному анализу и оценке.

В ВФГ отсутствует сама основа невербального взаимодействия – визуальное восприятие модератора и респондентов. В синхронных ВФГ исследователи пользуются web-камерой, но ее функциональные возможности не решают проблему. Анализ и интерпретация данных, получаемых во время дискуссии, достаточно сложны и представляют большие трудности, чем в традиционных. Как известно, в фокус-группах акцент делается на субъективный мир / субъективное знание о нем. Спектр выявляемых мнений, обусловленных психологическими характеристиками респондентов, невероятно широк. Но в ВФГ, особенно в синхронных, полнота мнения респондента может зависеть от уровня владения письменной речью, наличия навыков быстрого чтения, владения скоростным набором текста и др. И если в традиционных фокус-группах исследователь, наблюдающий за невербальным поведением респондентов, может делать «поправки», то в ВФГ такой возможности он практически лишен, что, безусловно, влияет на интерпретацию информации.

К значимым вопросам, связанным с организацией ВФГ, относятся вопросы этического характера, неизбежно возникающие при проведении исследований. Сегодня, к сожалению, не существует этического кодекса, который бы регулировал про-

ведение исследований в киберпространстве. Однако его отсутствие, безусловно, не означает, что такими вопросами не следует задаваться, так как исследователь обязан уважать и защищать права и чувства респондентов. Представляется, что нужно ориентироваться на институциональные ценности, нормы и правила, принятые в научном сообществе, и положения профессиональных этических кодексов. К сожалению, современные средства защиты не гарантируют соблюдения полной анонимности участников и конфиденциальности предоставленной ими во время дискуссии информации.

Конечно, исследователь или модератор должны сообщить, какие меры будут предприняты для хранения и защиты текстов сообщений респондентов. Кроме того, он не может быть уверенным и в том, что сами респонденты не станут разглашать сведения о других участниках, которые они получили во время дискуссии. Организуя ВФГ, нужно озвучить респондентам наличие данных проблем.

Преимущества и ограничения традиционных и виртуальных фокус-групп непременно следует учитывать в ходе исследований при выборе метода, который бы позволил получить возможно более полные, достоверные и надежные сведения о предмете изучения. Важно, чтобы он соответствовал основным принципам научного метода: принципу эмпиризма, теоретическому обоснованию полученных результатов, возможности их синтеза и включения в систему научного знания.

При решении вопроса о том, в каком формате использовать метод фокус-групп в традиционном или виртуальном – необходимо опираться, прежде всего, на предмет изучения и глубину его анализа, цель и задачи исследования, а также различия традиционной и виртуальной фокус-групп, их достоинства и ограниченность применительно к достижению поставленной цели. В библиотековедческих исследованиях метод ВФГ может выступать в качестве основного или дополнительного.

В качестве основного он может использоваться в тех случаях, когда тема исследования предполагает отбор в качестве респондентов специалистов по какому-либо направлению, географически / территориально удаленных друг от друга. Так, тема «виталистские концепции в библиотековедении» разрабатывается сегодня очень небольшим кругом библиотековедов. Представляется, что в этом случае виртуальное глубинное интервью позволит значительно обогатить данное направление. Также он может быть востребован при выявлении мнений специфических групп респондентов, например, пользователей интернет-сервисов или услуг, лиц с ограниченными физическими возможностями жизнедеятельности и др. Кроме того ВФГ, используется при проведении исследований по заказу

организаций с ограниченными финансовыми ресурсами, но которым нужна оперативная информация (например, малые книгоиздательства).

Виртуальные группы могут быть весьма полезными в разведывательных библиотековедческих исследованиях, когда решаются несложные по характеру задачи и достаточно выявление мнений небольшой совокупности потребителей информации. Например, сотрудники НТБ или информационного центра предприятия, имеющего филиалы в разных городах / странах, размышляя о необходимости создания баз данных, об определении их тематики, наборе фиксируемых сведений и др., вполне могут обратиться к методу ВФГ и принять управленческое решение по его результатам. Разведывательное исследование как, известно, может быть подготовительным этапом широкомасштабных описательных и аналитических исследований.

В тех случаях, когда разработчики считают предмет исследования недостаточно хорошо изученным (например, тема «Роль библиотек в профилактике социальной девиации»), ВФГ оперативно обеспечат получение дополнительной информации. Это поможет качественно сформировать программу исследования, внести корректировки в его задачи, гипотезы, более точно выявить, какой методический инструментарий должен быть разработан и др.

ВФГ можно использовать в описательных исследованиях, ориентированных на получение эмпирических сведений о предмете изучения в целях создания целостного представления о нем. Например, тема «Национально-этническая дифференциация читателей и современные технологии библиотечно-информационного обслуживания» может потребовать создания не одной, а нескольких фокус-групп.

В аналитических исследованиях, предназначенных для выявления причин, определяющих масштабы / распространенность / границы и другие свойства каких-либо библиотечных явлений, также вполне допустим данный метод в качестве дополнительного. Так, в исследовании по оценке качества библиотечно-библиографического обслуживания в областных библиотеках возможно, например, выявление совокупности факторов, на него влияющих. Затем какой-либо фактор (например, удовлетворенность заведующих отделами комплектования содержанием и условиями своего труда) может быть дополнительно рассмотрен на основе виртуальной группы.

Таким образом, метод ВФГ с учетом его познавательных и логических возможностей может использоваться в разведывательных, описательных и аналитических библиотековедческих исследованиях как самостоятельно, так и в комплексе с другими методами.

Список литературы

1. Белановский С. А. Метод фокус-групп. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 280 с.
2. Волкова А. И. Психология общения. – М. : Высш. образование, 2007. – 446 с.
3. Дмитриева Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М. : Центр, 1998. – 144 с.
4. Кейси М., Крюгер Р. Фокус-группы. – Киев : Диалектика, 2003. – 251 с.
5. Мельникова О. Фокус-группа: методы, методология, модерирование. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 320 с.
6. Петров Д. В. Эффективный маркетинг: практика использования фокус-групп. – М. : ГроссМедиа Росбук, 2008. – 160 с.
7. Litosseliti L. Using focus groups in research. – L. ; N. Y. : Continuum, 2003. – 112 p. – (Continuum research methods).
8. Merton R., Fiske M., Kendall P. The focused interview: a manual of problems and procedures. – N. Y. : Free Press ; L. : Collier Macmillan, 1990. – 200 p.
9. Morgan D. Focus groups as s qualitative research. – Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 1997. – 80 p.
10. Stewart D., Shamdasani D. Focus groups: theory and practice. – Newbury Park, CA : Sage Publ., 1991. – 188 p.

Материал поступил в редакцию 22.01.2010 г.

Сведения об авторе: *Варганова Галина Владимировна – доктор педагогических наук, профессор кафедры библиотековедения и теории чтения, помощник ректора по международным связям, тел.: (812) 335-83-17, e-mail: interel@mail.ru*