

индивидуализации в 1990-е гг. появилось довольно много работ (П. Бергер насчитывает более 10 крупных публикаций).

П. Бергер считает, что индивидуализацию следует рассматривать как структурный феномен, который может принимать самые разные формы и протекать с разной интенсивностью у каждого отдельного члена общества. В этом смысле можно говорить о стандартизации и дестандартизации моделей биографий. Стандартизация предполагает существование в обществе «типичных», «обязательных» для всех его членов моментов смены статуса. Дестандартизация означает то, что все меньшее число людей меняют свой статус в один и тот же ограниченный возрастной период (например, начинают трудовую деятельность после окончания профессионального обучения).

П. Бергер подчеркивает, что в современном обществе происходит переход от жестко институционализированных биографических моделей, характерных для индустриального общества, к более гибким, индивидуализированным, характерным для переходного этапа к постиндустриальному обществу. Метафорически этот процесс он описывает как переход биографий от «железнодорожной модели» к «автомобильной модели».

В «железнодорожной модели» биографии существуют заданные остановки для посадки, пересадки, выхода, кроме того, заданы путь следования и скорость передвижения, действует фиксированное расписание, и выходить во время движения по понятным причинам запрещено. «Автомобильная модель» предоставляет большую гибкость в отношении выбора времени отправления, пути следования, скорости передвижения, позволяет делать перерывы и двигаться в объезд, выбирая более привлекательные ландшафты<sup>1</sup>.

Для социологии эти процессы значимы, особенно, при исследовании проблем социального неравенства и социальной структуры общества. Как подчеркивает П. Бергер, классы и слои все больше теряют характер социально интегрированных групп, обладающих разделяемой всеми их членами идентичностью; принадлежность, определяемая социологами «извне», все реже совпадает с самовосприятием «изнутри».

Очевидно, что дестандартизованные биографии («автомобильная модель») более сложны для исследования. Они требуют от социолога прежде всего использования качественных методов изучения биографии, более тонкого инструментария, способного отразить все многообразие конкретной жизни. Кроме того, индивидуализация и дестандартизация биографий создают дополнительные сложности в процессе социального планирования и прогнозирования развития социальных процессов. Уже сегодня возникают дополнительные сложности бюджетирования, когда речь идет о материнском капитале, полагающемся российским женщинам после рождения второго и последующего ребенка: браки «стареют» (увеличивается возраст вступления в первый брак), увеличивается возраст женщины, рожаящей второго ребенка. Дестандартизация биографии отчетливо проявляется и при выходе человека на пенсию: одни выходят на пенсию в предусмотренном законодательством возрасте, другие — продолжают трудиться довольно длительное время. Таким образом, можно сказать, что в современном обществе человеческие биографии становятся все менее унифицированными. Это своего рода «постиндустриальные» биографии, соответственно должно меняться содержание биографического метода и усложняться инструментарий исследования.

### **Эволюция метода фокус-групп: к вопросу о новых стандартах**

Полухина Елизавета Владимировна,  
Институт социологии РАН,  
Международный институт маркетинговых  
и социальных исследований «ГфК-Русь»

Метод фокус-групп, широко применяемый в современной исследовательской практике, в последние несколько лет претерпевает изменения. С момента появления метода менялось отношение к этой исследовательской традиции, появлялись новые наименования и способы приме-

---

<sup>1</sup> Там же. С. 20.

нения. В статье рассмотрены тенденции в развитии метода фокус-групп, обозначены возможные стандарты для новых появившихся форм групповых интервью, показана специфика фокус-групп нового формата — групповых бесед — и обозначено поле их применения.

### *История происхождения метода фокус-групп*

Изначально метод фокус-групп основывался на пересечении популярных исследовательских методов — *включенного наблюдения* и *глубинного интервью*. В частности, когда исследователи Д. Морган и М. Спениш<sup>1</sup>, планируя изучить отношение к заболеваниям сердца, «представили себе группу людей, собравшихся за столом во время ланча и обсуждающих то, как они были удивлены, когда узнали, что их общий друг получил инфаркт»<sup>2</sup>. Осознав, что данная исследовательская ситуация с трудом поддается наблюдению, они предпочли организовать фокус-группу в привычном ее понимании, тем самым пожертвовав «непосредственностью и эмоциональностью естественно возникшего эпизода»<sup>3</sup>.

Методическое развитие пошло по пути «упрощения» групповых интервью и привело к становлению и популяризации фокус-групп в традиционном виде. Эта методология зарекомендовала себя как действенный способ сбора данных. В дальнейшем метод получил широкое применение по всему миру. Специалисты свидетельствуют о «фокус-групповом буме». Этот факт подтверждает таблица 1, полученная по результатам первичного поиска в базе данных ISI Web of Knowledge. Согласно ее данным, количество статей с упоминанием метода фокус-групп увеличивалось с каждым годом.

Таблица

Распределение числа публикаций, релевантных запросу “focus\* group”  
в базе данных ISI Web of Knowledge

Год	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
Число публикаций	71	53	41	41	41	35	26	26	23	22

### *Критика классических фокус-групп и поиск новых форм*

Но как бы ни был масштабным успех и широкое применение метода, последние несколько лет все чаще наблюдается рост критики фокус-групп, «обвинения в позитивизме»<sup>4</sup>, сомнения относительно валидности и целесообразности проведения. Например, по мнению М. Дымшица, фокус-группы — это не что иное, как «фатальная ошибка бизнеса»<sup>5</sup>. К наиболее часто критикуемым недостаткам фокус-групп относят следующие.

*Эффект «публичности» фокус-группы*, который предполагает, что участники воспринимают такого рода интервью как публичное действие, для которого свойственно, во-первых, желание самопрезентации части наиболее «ярких» участников, а во-вторых, желание как можно менее активно участвовать более скромных участников. Таким образом, «публичность» создает специфические условия интервьюирования и произвольно искажает поведение, а следовательно, и ответы участников.

*Проблема некачественного рекрута участников*: к сожалению, в связи с преимущественной платностью участия в фокус-группах, провоцируется желание участников зарабатывать на «интересных беседах». Это порождает проблемы недобросовестного рекрута (участники не совпадают с заявленными требованиями) и «профессиональных респондентов» (одни и те же люди регулярно принимают участие в исследовании)<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> Morgan D.L., Spanish M.T. Social interaction and the cognitive organization of health-relevant knowledge // *Sociology of Health & Illness*. 1984. Vol. 7. № 3. P. 401–422.

<sup>2</sup> Morgan D.L. Focus groups as qualitative research. L.: Sage, 1997. P. 65.

<sup>3</sup> Ibid. P. 66.

<sup>4</sup> Левинсон А.Г., Стучевская О.И. Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2003. № 1 (63). С. 49.

<sup>5</sup> Дымшиц М. Проведение фокус-группы как фатальная ошибка бизнеса // *Энциклопедии Маркетинга*. [http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus/fatal\\_focus.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus/fatal_focus.htm). Дата обращения 16.05.2011.

<sup>6</sup> Белановский С.А. Метод фокус-групп. М.: Николло-Медиа, 2001. С. 87.

*Эффект «чужого» модератора:* исследователь может представлять собой другую группу людей, отличающуюся от участников (например, более молодой/ более образованный) и восприниматься как сторонний участник, «чужой». В такой ситуации участники не чувствуют себя «на равных», а потому, как предполагается, могут искажать свои мнения.

*Неактуальность темы исследования* и низкая степень вовлеченности в нее участников. Используемые «общие принципы» отбора не всегда обеспечивают «общение в кругу единомышленников»; часто оказывается, что тема обсуждения не представляет особого интереса для участников.

Для обсуждения этих и других проблем сформировался форум «Фокус-группа — эффективно или антинаучно?»<sup>1</sup>.

*Фокус-группа + этнографический метод = групповая беседа*

В результате критики метода фокус-групп, а также современных тенденций к «натурализации» инструментов исследования, рождается новая тактика ведения группового интервью, которая находится на пересечении метода фокус-групп и включенного наблюдения (этнографического метода).

Для концептуализации появившейся исследовательской практики летом 2009 г. были проведены 10 экспертных полуформализованных интервью со специалистами, работающими с данной техникой: сотрудниками научно-исследовательских организаций из разных городов России (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара).

По результатам опроса экспертов были определены основные типы группового интервью (от «мягкой» *беседы*, близкой к обыденному разговору до институализированной *дискуссии*) и их специфика. Этим типам в разной степени свойственны «неформализованные/ мягкие/этнографические» элементы фокус-групповых дискуссий, натурализирующие обсуждение. К таким элементам относят:

- *участники:* информанты знакомы между собой (проводились среди сообществ друзей, коллег, семьи);
- *длительность:* больше по времени, часто более 3-х часов, некоторые возобновлялись стихийно;
- *модератор:* уже известный / знакомый член изучаемого сообщества, не контролирующей ситуацию, а являющийся частью, скорее наблюдатель;
- *контекст:* привычная обстановка для информантов (дома, на работе);
- *материалы:* не только видеозаписи и транскрипты, но также многочисленные данные наблюдений (дневники, фотоматериалы), которые делают процесс анализа более трудоемким и менее формализованным.

Наблюдается разнообразие, как в специфике организации интервью, так и в выборе исследовательских ролей, способах проведения и их анализа. Решение о выборе методологической стратегии исследователь принимает по своему усмотрению. «Вооружившись знанием о контексте», разворачивающемся вокруг изучаемого феномена, он формирует уникальную рамку тактики исследования.

Чем больше признаков неформального общения присутствует в беседе, тем предположительно, натуралистичнее складывается коммуникация. Вариации групповых интервью определяются не только существующим контекстом, который задает формат и способ исследования, но и институциональной традицией исследовательского коллектива.

Таким образом, синергия методов фокус-группы и этнографического метода рождает специфический исследовательский инструмент — *групповую беседу*<sup>2</sup>. В формате беседы групповое обсуждение предполагает равное положение собеседников, а именно субъект-субъектное взаимодействие исследователей и информантов, основанное на принципе «мне интересно»; исследователи не формулируют заранее конкретные вопросы, так как на момент общения не знают, какую именно информацию им могут сообщить информанты; информанты выступают в качест-

<sup>1</sup> Форумы на Sostav.ru. <http://www.forumsostav.ru/12/756/4/>. Дата обращения: 16.05.2011.

<sup>2</sup> Иванов М.А. Беседа как метод исследования // Социологические исследования. 1989. № 4. С. 106–111.

ве экспертов, исследователи — в качестве «наивных слушателей»<sup>1</sup>. Так, И. Козина отмечает, что эффект взаимного контроля участников позволяет получать более достоверные ответы. С содержательной точки зрения, групповые беседы характеризуются отсутствием безапелляционных суждений и преимущественно коллективными, социально ожидаемыми оценками<sup>2</sup>.

Подобные беседы, как правило, проводятся исследователем спонтанно во время включенного наблюдения: *«в моем исследовании, направленном на изучение отношения к религии среди «кавказцев», они, конечно, могли что-то рассказать в интервью, но насколько это было бы искренне, вот вопрос. Поэтому я решил включиться в коллектив под легендой стажера и использовал метод включенного наблюдения. После такого рода спонтанных коллективных бесед я делал записи в дневник и далее воспроизвел истории, итого получилось несколько полных историй, которые позволили мне получить необходимую информацию»* [Аспирант, исследовательский опыт более 3 лет]. Зачастую беседы происходят «без предупреждения об интервью» и, соответственно, не записываются на цифровые носители, а воспроизводятся уже после их проведения на основе воспоминаний: *«ну я не мог же потом сказать им, что вот я социолог, если они меня уже воспринимали как часть своей повседневной жизни ... как стажера»* [Аспирант, исследовательский опыт более 3 лет].

В ситуациях, когда наблюдение ведется с оповещением об исследовательских намерениях, использование диктофона является так же весьма неоднозначным вопросом, требующим деликатности: *«Нужно всегда знать, как использовать диктофон, потому что иногда исследователь включает диктофон, а там такая тишина, либо тема меняется. Если бы я его не включила, получила бы много полезной информации, тут нужно быть очень чутким, понимать их настроение»* [Научный сотрудник, исследовательский опыт более 6 лет].

Беседы часто происходят во время «жизнедеятельности» сообщества (выполнения коллективом его обязанностей или во время возникающих пауз, заполняемых ритуализированными действиями — обедами, перекурами): *«Не знаю как мои коллеги, но лично я это всегда использовала ситуативно. Когда ты приходишь на завод, люди все находятся вместе, я же не буду просить их выйти. Эту ситуацию можно использовать, чтобы посмотреть, как рабочие говорят при мастере, как их мастер остановит или нет, эту иерархию можно учитывать. Они между собой разговаривали, а я задавала вопросы. Можно сказать, разряжала там обстановку* [К. с. н., исследовательский опыт более 8 лет].

Такому роду бесед, как и другим формам групповых интервью, свойственно обсуждение скорее нейтральных тем, имеющих общий характер и чаще «неспорную» точку зрения в коллективе: *«хорошо, когда вопросы семьи не очень касаются. Например, семейное застолье, все едят, собралась вся семья. Здесь хорошо бы побеседовать ни об их бюджете, а о колхозе, жизни на селе. Именно в такой нейтральной теме люди действительно могут что то интересное рассказать, проанализировать»* [К. э. н., исследовательский опыт более 15 лет].

Наличие в интервью близкого окружения часто позволяет, по мнению исследователей, лучше «раскрыться» информанту. Отмечается своеобразный эффект: *«проговаривание, они проговаривают свои мысли, это происходит как внутренний диалог, поддержанный другими участниками»* [Д. ф. н., исследовательский опыт более 15 лет].

В итоге, в сравнении с фокус-группой, на смену «специально подобранным» участникам по принципу гомогенности, приходят общности существующие «сами по себе». Традиция запрещает проведение фокус-групп с участниками, которые были ранее знакомы между собой, либо с ведущим дискуссии, в силу нежелательной групповой динамики и повторением мнений участников<sup>3</sup>. Эксперименты свидетельствуют, что фокус-группы, проведенные с участниками знакомыми ранее, позволяют получить незначительно, но меньший разброс мнений, чем с незнакомцами<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Троцук И.В. Групповая беседа как метод пилотажного исследования (на примере изучения современной молодежи Кавказа) // Вестник РУДН. Серия «Социология». 2006. №1(19). С. 22.

<sup>2</sup> Козина И.М. Case study: некоторые методические проблемы // Рубеж. 2006. № 10–11. С. 186.

<sup>3</sup> Белановский С.А. Метод фокус-групп. М.: Николло-Медиа, 2001. С. 56.

<sup>4</sup> Nelson J.E. Frontczak N.T. How Acquaintanceship and Analyst Can Influence Focus Group Results // Journal of Advertising. 1988. Vol. 17. No. 1. P. 42.

### *Групповая беседа с обладателями совместного опыта*

Современных же исследователей интересует не число получаемых мнений, которое зависит, прежде всего, от количества участников дискуссии<sup>1</sup>, а сам процесс интеракции внутри сообщества, смыслы, конструируемые участниками во время обсуждения<sup>2</sup>. Таким образом, участники — это члены сообщества, обладающее совместным *опытом*, а значит целым кругом феноменов, изучаемых в коллективном ракурсе, а именно (а) память, (б) идентичность и (в) биографии. Групповые беседы предстают как адекватный и перспективный инструмент, предназначенный для изучения такого рода проблем. Так, изучению феномена разделяемой семьей памяти посвящена работа австралийского исследователя Лукаса Бэйтти. Он приходит к выводу, что в ходе семейных бесед усиливается и развивается семейное самосознание, происходит формирование коллективных воспоминаний и идентичности<sup>3</sup>.

Участники экспертного опроса подтверждают, что объектом групповой беседы являются коллективные воспоминания, когда участники обсуждения — люди единого опыта. *«Исследование проводилось в маленьком поселке в Ульяновской области, где основной состав жителей — это ветераны, пенсионеры. Мы брали интервью у людей, которые жили во времена ВОВ, главное, у них есть личный опыт проживания войны. Мы у них брали интервью дома всегда. Тут идет выяснение ни фактов, а у кого вообще, что в памяти осталось, как видоизменилась память за эти годы. В интервью принимало участие несколько поколений... В этом отношении этот метод, когда вся семья собралась и беседует, хорошо работает. Но сначала важно, чтобы узнали по отдельности, иначе сразу пойдет "просвещение" и мы не узнаем рамки, с которой нам нужно будет сравнивать»* [Научный сотрудник, исследовательский опыт более 6 лет]. Поэтому одно из ограничений групповой беседы — несамостоятельность метода; его предпочтительно применять в совокупности с другими способами сбора данных (включенного наблюдения, глубинного интервью и др.). В целом, исследователи предпочитают использовать этот инструмент на ранних стадиях — разведывательного, пилотажного исследования<sup>4</sup>.

Групповые беседы обладают специфической эмоциональностью, выраженной во взаимном заражении ощущениями друг друга: совместный опыт объединяет информантов, им приятней и интереснее об этом говорить вместе, происходит своеобразный синергетический эффект заражения воспоминаниями: *«У одной молодой пары были очень яркие совместные воспоминания. Они рассказывали о концерте ДДТ, на который они ходили вместе, у них были воспоминания подробностей, ощущений и взаимное заражение этими ощущениями. Когда они начали общаться вдвоем, они вошли в более привычную схему коммуникации»* [К.с.н., исследовательский опыт более 6 лет].

Возникает необходимость разработки типичного сценария, позволяющего эксплицировать визуальное и вербальное в интервьюируемом сообществе, при этом минимизировав влияние самого исследователя, сохраняя натуральность фиксируемого контекста и одновременно элиминировать влияние наблюдателя. Возможным путем формализации данного подхода предлагается создание в исследовательской практике *документа*, объединяющего разнохарактерную информацию исследователя и позволяющего ее формализовать.

Видится возможным в качестве первичного документа для анализа создание «транскрипта-протокола», который включает (а) текстовый транскрипт беседы, (б) фотографии респондентов, места интервью и др., (в) дневниковые записи. Документ такого формата позволяет, во-первых, систематизировать всю собранную информацию (решить проблему разнохарактерности и разобщенности данных), во-вторых, делать ее доступной для третьих лиц (решение проблемы закрытости информации и отчасти «преувеличенной» роли исследователя), в-третьих, создать определенный стандарт работы с материалами и, в итоге, сделать метод групповых бесед более унифицированным.

<sup>1</sup> Полухина Е.В. Контент-анализ высказываний в групповом интервью: опыт и возможности применения (на примере проблемы размера фокус-групп) // Векторы развития современной России. М.: МВШСЭН, 2006. С. 48–49.

<sup>2</sup> Munday J. Identity in Focus: The Use of Focus Groups to Study the Construction of Collective Identity // Sociology. 2006. Vol. 40. No. 1. P. 105.

<sup>3</sup> Bietti L.M. Sharing memories, family conversation and interaction // Discourse society. 2010. Vol. 21. No. 5. P. 520.

<sup>4</sup> Иванов М.А. Беседа как метод исследования // Социологические исследования. 1989. № 4. С. 106–111.