

ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ ФОКУС-ГРУППА КАК МЕТОД СБОРА ДАННЫХ В «ЕСТЕСТВЕННЫХ»¹ ГРУППАХ

Аннотация статьи. Метод фокус-групп один из наиболее проблематизированных в социологическом сообществе. Основанием критики классических фокус-групп является его экспериментальность и лабораторность². В ответ на критику, а также в связи с тенденцией к смещению предмета социологии в сторону микроуровня, междисциплинарной практики исследований, метод претерпевает изменения. В статье описана одна из модификаций метода фокус-групп – «этнографическая фокус-группа», заимствующая элементы этнографического метода. Ее принципиальное отличие от классической фокус - группы – проведение исследования среди «естественных» (заранее существующих) групп.

1. Классическая фокус-группа: к вопросу о проблеме экспериментальности

Современные социологи все чаще обращаются к разнообразным методам для поиска ответов на исследовательские вопросы. Популярный и давно существующий метод фокус-групп имеет свои традиции применения и устоявшиеся процедуры использования. Но даже этот способ получения данных содержит достаточно проблемных областей. Наиболее очевидной является вопрос номинации: так, в сущности, мало чем отличающиеся процедуры имеют разные названия «фокус-группа», «фокусированное интервью в группе», «групповая дискуссия» и «глубинное групповое интервью»³.

Неопределенность названия и практик использования этого метода можно объяснить становлением в рамках разных дисциплин, а также его дальнейшее развитие в различных предметных областях - маркетинге, политологии, социальной психологии, социологии⁴.

Популяризация фокус-группы в гуманитарных науках приводит к размыванию процедуры в рамках и без того сложно определяемого метода. Появляется корпус «около фокус-групповых» техник таких как: номинальные группы (см., напр., исследования Е. Горбуновой), мозговые штурмы, peer-group⁵, открытые групповые дискуссии⁶ и другие.

¹ Понятие «естественных» групп использует Р. Крюгер. См. *Р. Крюгер* Практическое руководство для прикладных исследований. Пер. Т. Константинова. Sage Publications. 1988. С. 40. Мы определяем «естественные» группы как совокупность людей, которые определенным образом взаимодействуют друг с другом в процессе межличностного общения, осознают свою принадлежность к данной группе и считаются членами этой группы с точки зрения других (см. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М. 2006. С. 873). Подобное понятие социальной группы близко к значениям «микро группы», «малые группы», «первичные группы». Примерами данных социальных групп служат семья, группа друзей, бригада рабочих, исследовательская группа и др.

² Эта тема обсуждается, например, в статье *Левинсон А.Г., Стучевская О.И.* Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR). Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 1 (63). 2003. С. 46-55.

³ *Дмитриева Е. В.* Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр, 1998. С. 12.

⁴ *Лебедев П. А.* Возможности, ограничения и особенности процедуры проведения метода онлайн-фокус-группы. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. М., ИС РАН, 2010. С. 16.

⁵ *Власова М.* Метод фокус-групп в маркетинговых и социологических исследованиях. Режим доступа: URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus.htm>. Дата обращения: 11. 01. 2011.

Появившиеся групповые техники, с одной стороны, приводят к неоднозначности трактовки метода, так как их часто именуют фокус-группами⁷, но, с другой стороны, позволяют отстраиваться практикующим специалистам, отстаивающим соблюдение определенных методических стандартов.

Изначально фокус-группа сводилась к изучению ситуаций, которые происходили с людьми в прошлом, с акцентом на изучение коллективного опыта. Среди процедурных требований – наличие гайда (списка вопросов или обсуждаемых тем), нацеленного на верификацию гипотез.

Современная фокус-группа представляет собой уже сформированную процедуру, «индустрию»⁸, как ее называет А. Левинсон. В целом, классические фокус-группы характеризуются позитивистской идеологией в положительном смысле слова. Они сохраняют процедурную строгость и четкость. Так, одним из принципов является случайный отбор участников группы, также информанты не должны быть знакомы между собой. Так как фокус-группа – это небольшая модель генеральной совокупности (студенты, молодые мамы, пенсионеры и др.), то ее участники должны быть гомогенны (однородны) по составу и одновременно представлять разнообразие в рамках интересующего признака.

Таким образом, классическую фокус-группу можно охарактеризовать как ситуацию создания, воспроизведения модели социума, что в определенной мере соответствует логике количественной традиции.

Как правило, однозначность и воспроизводимость данных (экспериментальность), получаемых при проведении классических фокус-групп реализуется посредством достижения достаточно конкретного результата – единого группового мнения или нескольких точек зрения, к которым пришли респонденты в процессе обсуждения⁹. Участники представляют собой экспериментальную группу, которой предлагается тема (фокус) для обсуждения – «вход», а в результате мы получаем конкретный ответ – «выход». Групповые процессы и «репрезентативность» позволяют предполагать, что полученный ответ («выход») с определенной долей вероятности актуален для всей генеральной совокупности. Однако, последнее суждение спорно, так как результаты фокус-группы зачастую сводят к «разнообразному спектру мнений». В итоге исследователи рассматривают группы как вспомогательный метод, используемый для создания или тестирования количественного инструмента (анкеты) и др.¹⁰

Современная социология определяет метод классических фокус-групп как интервью преимущественно с «субъект – объектными» отношениями¹¹, где респонденты представляют собой скорее «внешние источники данных». Это обусловлено правилами проведения такого рода дискуссий:

- Рамки интервью определены заранее исследователем и зафиксированы в гайде – сценарии.
- Интервьюер использует техники снижения «эффекта интервьюера» и занимает (эмоционально и когнитивно) нейтральную позицию.

⁶ Левинсон А. Качественные методы //Полевые социологические исследования /под ред. И. Штейнберга. СПб.: Алетейя, 2009.С. 217.

⁷ Чеховский И. Метод фокус-групп в контексте групповых интервью // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. М.: Институт социологии РАН. Российское общество социологов. 2008. С. 27.

⁸ Левинсон А. Качественные методы //Полевые социологические исследования /под ред. И. Штейнберга. СПб.: Алетейя, 2009. С. 217.

⁹Бонзак Р. Групповая дискуссия //Методические подходы политологического исследования и метатеоретические основы политической теории: коммент. введ. / сост.: Н. Конеген. К. Шуберт. М.: РОССПЭН, 2004. С. 179.

¹⁰ Calder B. J. Focus Groups and the Nature of Qualitative Marketing Research. In: Journal of Marketing Research. Vol. XIV, N III. 1977. P. 353–364.

¹¹ Савинская О.Б. Субъективность в качественном исследовании: новые подходы // Социологические исследования.. 2007, №10. С. 7.

▪ Респондент старается «вместить» свой уникальный индивидуальный опыт и установки в задаваемые вопросы; «нейтральная» позиция модератора, не мешает, но и не стимулирует респондента открывать новые темы в разговоре¹². Уточним: модератор, безусловно, стимулирует участников активно обсуждать проблему, однако старается придерживаться обозначенного тематического фокуса.

Мы предполагаем, что обозначенные правила являются скорее крайностью, чем типичной ситуацией в рамках дискуссии такого рода, но с точки зрения классического понимания метода фокус-групп, мы чаще всего имеем дело именно с таким его вариантом. Впрочем, метод постепенно модифицирует и приобретает иные формы.

Однако, несмотря на достаточно стабильное положение метода в социологической среде и широкий спектр проблем, доступных для изучения с его помощью, есть круг специалистов, которые отвергают классические фокус-группы. Социологи, маркетологи, а также их клиенты (представители бизнеса, государственных структур и пр.) активно вовлекаются в дискуссии, касающиеся целесообразности, оправданности использования и границ применения метода. Например, существует интернет-сообщество, где обсуждается результативность фокус-групп. Название данного форума - «Фокус-группа - эффективно или антинаучно?»¹³.

В итоге, основная проблема классических фокус-групп сводится к низкой степени «экологической валидности» – близости условий исследования к реальной жизни участников.

Но методика лабильна, она эволюционирует под воздействием критики, откликается на изменения в социологическом пространстве. Так, А. Левинсон и О. Стучевская, выделяют два основных направления эволюции фокус-групп:

1) клинический подход (акцент на психо - нейро лингвистические особенности человека, углубленное изучение процессов);

2) этнографический подход, предполагающий погружение в «естественную среду изучаемой группы»¹⁴.

Мы полагаем, что последний сценарий наиболее жизнеспособен и актуален для современной социологии. Именно этому варианту модификации фокус - групп посвящена статья.

Обратимся рассмотрению основных принципов этнографического метода с целью экспликации важных характеристик интересующей модификации метода фокус- групп.

2. Этнографический метод в социологии как способ сбора данных в «естественных» условиях

Этимология слова «этнография» берет начало из греческих слов «ethnos» (что в переводе обозначает «люди») и «graphei» (переводящееся, как «описание»)¹⁵. Исходя из перевода, «этнография» дословно переводится как «описание людей». Таким образом, в самом общем понимании, этнографический метод нацелен на описание людей. В этом заключается его специфичность. Она отражается в выборе объектов этнографического метода (феноменов, общностей, групп), а также принципах получения и анализа данных.

Итак, этнографический метод заимствован из антропологии и исторически развивался в рамках этой науки как метод включенного наблюдения в его «узком» смысле. Именно во времена Чикагской школы метод участвующего (включенного) наблюдения получил

¹² Там же. С. 7.

¹³ Дымыщ М. Проведение фокус-группы как фатальная ошибка бизнеса. Режим доступа URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus/fatal_focus.htm. Дата обращения 16.05.2011.

¹⁴ 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. 46-55.

¹⁵ Marvasti A. B. Qualitative Research Sociology. SAGE Publication. 2004. P. 36.

легитимацию в социологических исследованиях, а чтение культуры как текста и «насыщенное» описание наблюдаемых феноменов стали ключевыми приемами авторов, работающих в герменевтической перспективе, пусть и не называющих себя этнографами¹⁶.

Таким образом, социология в рамках включенного наблюдения исходит из предположения, что «структура общества в целом закодирована в каждой его части»¹⁷. Мысль эта представляет собой формулировку одного из основных теоретических положений, касающихся исследований социума: общество производится людьми и не может продолжать существование без осмысленных действий. Мы узнаем, как социальное действие в одном мире может быть понято (осмыслено) с точки зрения другого мира¹⁸. Метод включенного наблюдения дает возможность установить смыслы, скрытые за социальными и организационными порядками современных сообществ. Особенность метода включенного наблюдения заключается в специфичности выявления повторяющихся форм человеческих взаимодействий и понимания присущего им субъективнополагаемого смысла¹⁹.

Интерпретативный подход к анализу данных, согласно идеям К. Гирца, в первую очередь, ориентирует исследователя на поиск смысла социального поведения с точки зрения самих деятелей, на создание наблюдателем теории, отражающей собственные «теории» наблюдаемых. Если воспользоваться формулировкой К. Гирца, целью здесь является «не экспериментальная наука, ищущая закон, а интерпретативная наука, нацеленная на поиск смысла»²⁰.

В фокусе этнографического метода в социологии оказывается изучение микропроцессов. Если ранее, это были закрытые сообщества, то постепенно этнографический метод применяют для «открытых» общностей, требующих детального изучения. Примерами «закрытых» могут быть исследования жизни отдельно взятого района, небольшой секты, повседневность бездомных жителей столицы²¹, субкультуры российской армии²², подростковых группировок²³, внутренней жизни и неформальных практик в современных организациях²⁴ и другие.

Современный этап в развитии качественных исследований дает возможность зафиксировать отличительные черты этнографического метода в социологии. «Главный» исследовательский вопрос социолога выглядит следующим образом: «Как люди воспринимают, чувствуют окружающий их мир в естественных, повседневных условиях и взаимодействии?»²⁵. Таким образом, участие в жизни информантов, наблюдение за естественным ходом их жизни – важнейшее условие реализации исследований в такой традиции. Все последующие специфические черты этнографического метода являются следствием этого подхода. Раскроем содержание каждого из них.

Главенство принципа «естественности» **сбора данных** («in situ studies»): чем более приближенной к повседневной жизни будет ситуация исследования, тем в большей степени собранные материалы (и их последующая интерпретация) будут отражать «реальное

¹⁶ Романов П. В., Ярская - Смирнова Е. Р. «Делать знакомое неизвестным...»: этнографический метод в социологии // Социологический журнал. 1998, №1/2. С.32.

¹⁷ Буровой М. Развернутое монографическое исследование: между позитивизмом и постмодернизмом // Рубеж. 1998. № 10-11. 157.

¹⁸ Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. М.: Книжный дом «Университет», 2002. С. 23.

¹⁹ Козлова Н. Опыт социологического чтения «человеческих документов», или Размышления о значимости методологической рефлексии // Социологические исследования. 2000, № 9. С. 24.

²⁰ Geertz C. Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture. In The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books 1973. P. 5.

²¹ Сидоренко - Стивенсон С. А. Московские бездомные // Человек. 1996. № 2. С. 116-125.

²² Банников К. К исследованию экстремальных групп // Мир России. №4. 2000. С. 125-134.

²³ Кулешов Е. В. Репрезентация маскулинности в современной подростковой субкультуре. Гендерный подход в антропологических дисциплинах. СПб., 2001. С. 260-271.

²⁴ Алашеев С. Ю. Неформальные отношения в процессе производства: «взгляд изнутри» // Социологические исследования. 1995. № 2. С. 65-90.

²⁵ Marvasti A. B. Qualitative Research Sociology. SAGE Publication. 2004. P. 37-41.

положение вещей»²⁶. Эти процедуры способствуют повышению «экологической» валидности, предполагающей важность соответствия между условиями эксперимента и исследуемой реальностью²⁷. Задача исследователя - в деталях описать поведение информантов и придаваемые ему смыслы, используя имеющийся методический арсенал. При этом категория «естественность» представлена тремя равноправными элементами: во-первых, изучаемыми **индивидами** – репрезентацией их повседневных практик; во-вторых, **методами**, не нарушающими привычные действия людей; в-третьих, **исследователем**, использующим «естественные» установки, лежащие в основе исследовательской ориентации²⁸.

Неформализованность подхода к сбору и анализу полевых наблюдений, отсутствие жестких стандартов исследовательской деятельности (что в большинстве случаев есть основание для критики этнографического метода) является своеобразным следствием описанного выше «in situ studies». Заранее невозможно знать нормы поведения изучаемого сообщества, поэтому дизайн исследования всегда гибок и непредсказуем²⁹. Исследователи свободно переключаются с одного метода сбора данных на другой в зависимости от изменения гипотезы, вопроса изучения, ситуации исследования; так же легко претерпевают изменения и их отношения с изучаемым сообществом, тактика коммуникации.

Акцент на описание действительности, являющейся главным принципом. Так, по мнению Н. Дензина³⁰, существуют два дихотомических типа описания изучаемой среды: во-первых, «**плотное**» (или «толстое») (thick) – включает в себя информацию о контексте действия, намерения субъекта и смыслы, вкладываемые в действия, а так же его последующее развитие; во-вторых, «**тонкое**» (thin) – представленное отдельным фактом.

Этнографическое описание отличается детальностью, нарративная природа, контекстуальность. Принцип контекстуальности предполагает, что описание должно быть максимально соотнесено с тем, в каких условиях, ситуациях, на каком социальном «фоне» происходило взаимодействие «исследователь - индивид»³¹. Дневниковые записи, фотографии служат основанием для воспроизведения исторического, социального, эмоционального контекста, который позволяет детально описать и понять действия людей. Поэтому ценность для исследователя представляет практически каждое изменение в изучаемой среде. Предполагается, что если контекст не был им зафиксирован, возможно производство неверной интерпретации событий и действий. Иначе говоря, понять наблюдаемые события можно только при помещении их в более широкий контекст³².

Специфика собранных данных представлена в этнографическом методе особо. Привычный для позитивистской традиции термин «данные» заменяется термином «эмпирические материалы». Для последних наиболее актуальна фрагментарность и разнообразие. Собранными материалами являются: записи в дневниках, аудио, фото, кино - материалы, документальные свидетельства (письма, документы)³³. Часто сбор материалов осуществляется в «партизанских» условиях, что делает наиболее актуальным вопрос этики исследователя. Статус эмпирических материалов можно обозначить как «многоголосье»

²⁶ Silverman D. Qualitative Research. Theory, Method and Practice. SAGE Publications. 2002. P. 18.

²⁷ Brewer M. Research design and issues of validity. Handbook of research methods in social and personality psychology. Cambridge. UK: Cambridge University Press. 2000. P. 99-120.

²⁸ Hammersley M. What Wrong with Ethnography. Sociology. V. 24. 1990. P. 598.

²⁹ Atkinson P. Understanding Ethnographic Texts. SAGE Publications. 1992. Atkinson P. Coffey A. Analyzing Documentary Realities. Ethnography. Vol. III. Ed. Bryman A. 2001. P. 61-66.

³⁰ Denzin, N.K. Introduction: the discipline and practice of qualitative research. N.K. Denzin. Y.S. Lincoln. The sage handbook of qualitative research. Ed. by N.K. Denzin, Y.S. Lincoln. 3rd ed. Thousand Oaks. CA et al.: Sage Publications. 2005. P. 39.

³¹ Baszanger I, Dodier N. Ethnography: Relating the Part of the Whole. Qualitative Research: Theory, Method and Practice, edited by Silverman D. London. SAGE Publications. 1997. P.10.

³² Atkinson P. Coffey A. Analyzing Documentary Realities. Ethnography. Vol. III. Ed. Bryman A. 2001. P. 61-63.

³³ Романов П. В. Процедуры, стратегии, подходы «социальной этнографии» // Социологический журнал. 1996, № ¾. С. 141.

информантов. Так, Майкл Буровой отмечает, что «задача социологии состоит в том, чтобы понять смысл «высказываний» каждого, продемонстрировать их взаимосвязь, а не играть ими как разрозненными и несвязанными. Конечно, это сложно: некоторые голоса будут заглушены, а некоторые - усилены. Нам следует позволить им выговориться, оспаривать и изменять нашу «госпожу - повествование». И это не причина отказываться от полифонии»³⁴.

Особое значение позиции исследователя характерно для этнографического метода в большей степени, нежели для иных качественных методов. Понимание и соотнесение изучаемого явления, встраивание его в социальный контекст, взаимодействие с индивидами осуществляет именно социолог. В рамках этнографического метода ему отводится ключевая роль на протяжении всех стадий исследовательской работы. В данной традиции исследователь склонен к особому роду рефлексии³⁵. Вопрос «рефлексивности» остается дискуссионным явлением в качественной методологии. Главная идея заключается в предположении, что полученные материалы неотделимы от исследователя и всегда связаны с ним.

Таким образом, этнографический метод - это метод полевого исследования, характеризующийся получением данных в естественных, повседневных условиях и в прямом взаимодействии с объектом исследования (социальными общностями и социальными группами, имеющими внутреннюю культуру), где данные получены преимущественно неформализованными способами (включенное наблюдение, неформализованные интервью) во время длительного нахождения исследователя в среде изучения и имеют в основе описательную логику.

3. Этнографическая фокус-группа как симбиоз этнографического метода и фокус-групп

Наблюдается корпус модификаций³⁶, ранее обозначенных Р. Крюгером как фокус-группы с «естественными»³⁷ группами. Мы полагаем, что сложилась устойчивая практика группового интервьюирования, расположенная на континууме между фокус-группой и этнографическим методом. Таким образом, природа наблюдаемых модификаций объясняется заимствованием элементов этнографического метода. Наиболее целесообразно эту практику обозначить этнографическая фокус-группа.

Оба «исходных» метода (как фокус-групп, так и этнографический метод) занимают маргинальное положение на континууме качественных методов. Фокус-группы не признаются как качественный метод частью приверженцев интерпретативного направления. Они, как упоминалось ранее, воспринимается как лабораторный и отчасти избыточно формализованный способ получения данных. Этнографический метод, наоборот,

³⁴ Буровой М. Развернутое монографическое исследование: между позитивизмом и постмодернизмом// Рубеж. 1998. № 10-11. С.171-172.

³⁵ Исследовательская рефлексивность – это способность становиться своеобразным объектом самоисследования, учитывая опыт, статус, обыденные представления, переосмысливая свои ощущения в изучаемой среде. Во многих случаях, термин определяют как метод, теория и т.п., в которых особое внимание уделяется эффекту, который оказывает личность исследователя или простое его присутствие на объект исследования The New Shorter Oxford Dictionary. Oxford. 1993. P. 2522.

³⁶ Здесь подразумевается корпус интервью в группе такие как: этнографические фокус-группы (ethnographic focus groups) см. Press A. L., Cole E. R. Speaking of Abortion: Television and Authorities in the Lives of Women. Chicago. The University of Chicago Press. 1999. P.137. // нарративные фокус-группы (narrative focus groups) см. Suter E. A. Focus Group in Ethnography of Communication: Expanding Topics of Inquiry Beyond Participant Observation. The Qualitative Report. Vol. 5. No. 1-2. 2000. P. 12. URL: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR5-1/suter.html>. Дата обращения: 16.05.2009 // «культурно-восприимчивые» фокус-группы. Rodriguez K. etc. Culturally Responsive Focus Groups: Reframing the Research Experience to Focus on Participants. International Journal of Qualitative Methods. 2011. 10(4). P. 400-417 и др.

³⁷ Крюгер Р. Практическое руководство для прикладных исследований. Пер. Т. Константинова. Sage Publications. 1988. С. 40.

подвергается критике со стороны сторонников классической социологии за субъективизм и неформализованность. Ранние выступления приверженцев этнографического метода сопровождались комментариями: «это ни социология!», указывая на смежные дисциплины - социальную антропологию, этнографию, историю³⁸. Этнографический метод долгое время и отчасти сейчас «...вынужден защищать свои научные полномочия в среде социологов»³⁹.

Так, на примере этнографической фокус-группы мы наблюдаем феномен «методологического симбиоза – инструментальное средство, порожденное слиянием двух разных методов, в результате которого нивелируются недостатки каждого из них»⁴⁰.

Специфика этнографической фокус-группы заключается в ее преимуществах этнографическому методу, среди которых важно выделить:

Полевые условия проведения (в среде «информантов») и как следствие специфический доступ в поле, необходимость выстраивания «доверительных» отношений с информантами (многократные контакты), получение информации об объекте различными методами (включенное наблюдение, неформализованные интервью и др.) и как следствие, разнохарактерность получаемых данных.

Участники фокус-групп – «естественные» социальные группы, имеющие самобытную внутреннюю культуру и структуру взаимодействия, что определяет специфику доступа в поле исследования.

Особая позиция исследователя, которая выражается в необходимости соблюдения баланса между «участием» («выживаемостью», «пониманием» мира информантов) и «дистанцией», обеспечивающей научную обоснованность его действий.

Преимущество с методом классических фокус-групп наблюдается на уровне базовых методических оснований: принципы формирования группы (гомогенность, размер), инструментария (необходимость гайда и транскрипта как базовых документов), частичное совпадение области применения (предмет) и анализа полученных результатов.

Сфера применения этнографической фокус-группы лежит в смежной области фокус-групп и этнографического метода. Объекты заимствованы у этнографического метода и представляют два основных типа: во-первых, территориальные общности (например: районы, села), во-вторых, социальные организации (предприятия и учреждения). Предмет представлен двумя главными классами проблем. Первый - феномены и явления, изучаемые внутри выделенных социальных групп. Второй класс проблем, решающих с помощью этнографической фокус-группы - это восприятие социальными группами определенных явлений.

Ограничениями для проведения этнографических фокус-групп являются следующие:

Во-первых, на методическом уровне: относительная несамостоятельность метода, которая заключается в необходимости проведения «входных» индивидуальных (неформализованных) интервью, а также «контрольных», позволяющих обеспечить валидность данных фокус-группы⁴¹.

³⁸ Романов П. В. Микроуровень социальной реальности: возможности междисциплинарного подхода. Социологические исследования. № 3. 2002. С. 30.

³⁹ Буровой М. Развернутое монографическое исследование: между позитивизмом и постмодернизмом. Перевод с английского С.С. Ярошенко. Рубеж. № 10-11. 1998. С. 157.

⁴⁰ Татарова Г.Г. Методологическая травма социолога. К вопросу об интеграции знания // Социологические исследования. № 9. 2006. С.10.

⁴¹ Данная несамостоятельность объясняется спецификой объектов («естественных» социальных групп), которые имеют внутреннюю целостность и собственные правила. Так, на основе, пусть немногочленного, опыта, в некоторых случаях, группа может «объединяется» против исследователя, озвучивая неверную информацию. См.: Madeleine J., Gill O. (in press) 'Focusing Researcher's Minds: Contrasting Experiences of Using Focus Groups in Feminist Qualitative Research. Qualitative Research (Cardiff; Sage). Режим обращения URL: www.abdn.ac.uk. Дата обращения: 20.05.2011. Обычно это связано с неверной тактикой вхождения в поле. Неформализованные интервью («входные») позволяют наладить необходимые раппортные отношения, донести до участников задачи исследователя. «Контрольные» неформализованные интервью позволяют оценить валидность полученной информации в ходе фокус-группы, а также уточнить моменты, которые остались не до конца ясными.

Во-вторых, на уровне объектов: закрытые сообщества, где наиболее предпочтительно проводить индивидуальные интервью.

В-третьих, на уровне предмета: сенситивные, табуированные темы, которые не принято обсуждать в рамках группы (что следует из правил классических фокус-групп, а также определяется спецификой изучаемой социальной группы).

В качестве методического стандарта процедуру проведения можно представить следующим образом: 1) определение объекта исследования и выбор наиболее репрезентирующих его групп (возможно, нескольких); 2) обеспечение доступа в поле исследования; 3) сбор первичных данных, составление структуры изучаемого объекта и выбор релевантных социальных групп; 4) проведение этнографических фокус-групп с выделенными социальными группами целесообразно организовать следующим образом:

а. *Отбор участников по принципу гомогенности.* Целесообразно руководствоваться принципом отбора респондентов из теории классических фокус-групп, выраженной в гомогенности значимых для исследования признаков. Важно, с одной стороны, исключить влияние участника, нарушающего гомогенность, а с другой – сделать это наиболее «безболезненным» образом, сохраняя принципы доверительной коммуникации.

б. *Численность участников – 3-8 человек.* Теория классических фокус-групп определяет рамки размерности группы. При этом: чем более «глубокая и детальная» информация необходима, тем меньше участников предполагает коммуникация.

с. *Характер коммуникации – групповая беседа.* Так, среди выведенных трех форм коммуникации в группе информантов (групповая беседа, групповое интервью, групповая дискуссия), метод этнографической фокус-группы, строясь на «субъект – субъектных» отношениях, имеет в основе групповую беседу как базовую форму коммуникации, заимствованную от этнографического метода. Это не исключает такие формы коммуникации, как групповое интервью и дискуссия (они так же могут присутствовать на разных стадиях реализации метода, но в меньшей степени). Далее происходит «насыщение» индивидуальными интервью с наиболее релевантными участниками фокус-групп. Предварительные и последующие индивидуальные интервью рекомендованы в целях подтверждения получения валидных данных (триангуляция методов).

В итоге, мы предполагаем, что полученная модель этнографической фокус-группы отражает общую тенденцию междисциплинарности в качественной социологии. Последнее связано со стиранием границ между этнографическим методом, социальной антропологией, включенным наблюдением, case study. В таком контексте концептуализация этнографической фокус-группы наследует результаты общей дискуссии о качественных методах и приобретает другой уровень значимости.