

УДК 378.22:001.895

Н. В. ЯВОРСЬКА

здобувач

Чернівецький юридичний інститут

Національного університету “Одеська юридична академія”

ІНСТРУМЕНТИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: ФОКУС-ГРУПИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЛЯ ЗБОРУ ДАНИХ

У статті представлено фокус-групи як важливий інструментарій педагогічних досліджень для збору даних та надано розширений методичний коментар щодо його застосування. Висвітлено сутність фокус-груп як інструмента експериментального дослідження (це методика якісного оцінювання шляхом групового інтерв'ю з нелінійним перебігом бесіди в малих групах людей). Викладено методику підготовки та проведення фокус-груп, їх етапи, наведено технологічну картку для їх підготовки. Також надано методичні поради щодо підготовки та проведення фокус-груп. Значну увагу приділено ролі та правилам роботи модератора. Детально описані дії модератора на кожному з етапів фокус-групи.

Ключові слова: фокус-групи, інструментарій для збору даних, методика підготовки та проведення фокус-груп.

Актуальність розширення загальнонавчаних інструментів експериментальних педагогічних досліджень підсилена як соціальною місією освіти, так і активним залученням громадськості до управління освітою. Тому інструментарій соціологічних досліджень стає актуальним і для освітньої галузі.

Основоположні ідеї методу сфокусованих інтерв'ю належать вченим Р. Лазарсфельду та Р. Мертону, а історичний розвиток, особливості та види фокус-групових інтерв'ю представлено в дослідженні В. Пилипенко [4]. Зазначимо, що у сфері соціологічних і психологічних досліджень фокус-групи розглядаються переважно в прикладному аспекті. Наприклад, соціолог Є. Болотіна пропонує сценарії проведення фокус-груп [1], Л. Яковенко вивчає організацію тренінгової роботи у фокус-групах [6]. Компанія UkrSocStandart презентує фокус-групи як успішний інструмент маркетинга, наприклад, для розробки кодексу професії астролога (на основі збору думок і уявлень про астрологію та суміжні з нею практики), для уточнення маркетингової стратегії, визначення шляхів реформування інтернатної системи опіки в Україні, коригування концепції телепрограми тощо [5].

Зауважимо, що серед маркетингологів переважають думки, що фокус-група – це суб'єктивний метод дослідження, який використовується переважно для досягнення таких цілей, як: генерування ідей, перевірка гіпотез та підготовка інструментарію для кількісних досліджень, інтерпретація результатів кількісних досліджень [2]. Ми також одним з інструментів для проведення педагогічного експерименту обрали метод фокус-групи.

Мета статті – представити фокус-групи як важливий інструментарій педагогічних досліджень для збору даних та надати розширений методичний коментар щодо його застосування.

Ми спиралися на таке тлумачення: “Фокус-групи – це методика якісного оцінювання: малі групи людей збираються і разом обговорюють конкретні теми під наглядом модератора” [3, с. 351].

Невеликими групами людей у нашому дослідженні були студенти і викладачі вищих навчальних закладів України, які взяли участь у педагогічному експерименті. Модератором виступав автор статті. Далі ми опишемо методику підготовки та проведення фокус-груп, наведемо покрокову організаційну інструкцію, надамо методичні поради.

Ми зважали на те, що, на перший погляд, структура фокус-груп виглядає неформальною. Але на практиці під час роботи з кожною з фокус-груп модератор використовує набір відкритих запитань, а отже він працює за відкритим сценарієм. Розробник педагогічного експерименту повинен бути підготовленим до ролі модератора, а саме: ставити відкриті запитання, так звані “зондувальні”, а також додаткові, якщо того вимагатиме ситуація. Отже, фокус-групу можна розглядати як групове інтерв’ю, проте бесіда ведеться нелінійно, тому що учасники висловлюють свої (часто різні) погляди, ведуть діалог не лише з модератором, а й один з одним. Ураховуючи те, що модератор підтримує цей діалог й спонукає учасників фокус-груп до висловлення думок, відчуттів тощо, то респонденти можуть згадувати все нову й нову інформацію, висвітлювати різні точки зору з нових (інших) питань. Тим самим фокус-групи як груповий процес дають значно більше інформації, ніж індивідуальні інтерв’ю.

Ми врахували думки науковців Дж. Білсон та Н. Лондон (J. Billson and N. London, 2004), що “фокус-групи використовуються для збору даних про таке: групова взаємодія; складність ресурсів; “як” і “чому”, на відміну від “так/ні” та “скільки”; контекстуальні відповіді, а не позитивні або негативні; безпосередній зворотний зв’язок; складність поведінки та мотивів; інтенсивність висловлювання думок; погляди на делікатні питання» [7; 3, с. 352].

Обираючи інструментарій для експериментального дослідження, ми врахували також той факт, що викладачам незручно працювати з паперами (вони їх і так пишуть багато), тому важливим є запис думок на диктофон, а потім розшифровка кожного запису, що й було нами зроблено.

За методикою проведення ми формували фокус-групи з 6–12 осіб. Групи були однорідними, склалися із зацікавлених осіб (стейкхолдерів) з проблеми, яка досліджується, та респондентів зі схожим статусом (викладачі – в одній групі, студенти – в іншій).

Роботу з кожною фокус-групою ми розпочинали з чіткого пояснення таких аспектів: що таке фокус-група; її призначення; чому думки членів фокус-групи важливі для дослідження; за якими принципами було обрано учасників (однорідність групи: зацікавленість проблемою, схожий статус, ситуація, контекст; невелика кількість осіб у групі); які правила діятимуть

у процесі роботи з фокус-групою (передусім, ми наголошували на базовому правилі: що було сказано учасниками, не вийде за поріг приміщення, де працює фокус-група); також ми представили спостерігачів (2 особи з числа викладачів, які не увійшли до складу фокус-групи).

Важливим було під час модерування фокус-групи дотримуватися певних правил: керувати процесом так, щоб усі учасники мали однакову можливість висловити свої думки, щоб ніхто з групи не домінував за часом; забезпечити зосередженість групи на запропонованій темі, не дозволяючи відхилятися від неї. Учасникам фокус-групи ставилося по кілька відкритих запитань. Модератор виконував спеціально підготовлену і прописану інструкцію: спонукати спочатку до розмови навколо простих і легких запитань, а після проходження етапу “ламання криги” (створення більш теплої атмосфери між модератором і групою, між членами групи) переходити до більш серйозних запитань; завершувати бесіду підсумковими, завершальними запитаннями (вони уможливають коригування вражень, настрою, дають змогу записати додаткові думки, ідеї і коментарі).

Важливо розуміти, що від автора ідеї, тобто від експериментатора, залежать усі аспекти проведення фокус-групи: відбір учасників (хто і скільки), кількість фокус-груп, їх частотність, місце проведення, час проведення, контент, запитання для обговорення, методи аналізу і презентації здобутих даних.

Роботу щодо підготовки та проведення фокус-груп, аналізу та узагальнення результатів ми проводили в декілька етапів. Уважаємо, що цей досвід є корисним і для інших дослідників, тому викладачам-учасникам експерименту були запропоновані для подальшого використання методичні поради щодо підготовки та проведення фокус-груп у вигляді технологічної картки (покрокової інструкції), приклад якої наводимо нижче. В основу розробки зазначеної технологічної картки були покладені напрацювання Дж. Білсон [7, с. 29].

Технологічна картка щодо підготовки та проведення фокус-груп

Крок 1. Сформулювати ключові запитання, на які повинна дати відповіді фокус-група (що з'ясується, результат, стосовно чого очікується отримати). Ці запитання повинні бути зрозумілими як експериментатору, так і членам фокус-групи.

Крок 2. Спланувати хід проведення інтерв'ю з фокус-групою (порядок тем, запитань, загальний підхід до проведення фокус-групи тощо – залежно від мети та ключових запитань).

Крок 3. Скласти інструкцію для модератора, яка повинна описувати протокол (структуру та/або правила поведінки) для проведення фокус-групи так, щоб не вплинути на відповіді учасників, а лише залучати/заохочувати до обговорення питань. Протокольна воронка подає інформацію в такій послідовності: широка концептуалізація (концептуальні запитання) → загальні запитання → конкретні запитання → зондувальні запитання.

Крок 4. Сформуйте фокус-групи (наберіть учасників).

Крок 5. Визначте методи модерації. Обирайте ефективні методи, але врахуйте, наскільки той чи інший з них Ви будете в змозі застосувати успішно.

Крок 6. Потренуйтеся модерувати і ставити запитання. Налаштуйтеся бути в ролі модератора лояльним, упевненим, спокійним, доброзичливим і комунікабельним.

Крок 7. Підготуйте місце для проведення фокус-групи (місце, до якого легко дістатися; нейтральна обстановка; приміщення, де учасники можуть сидіти колом на стільцях або за столом, але щоб бачити один одного).

Крок 8. Проведіть фокус-групу.

Крок 9. Вислухайте коментарі спостерігачів, зафіксуйте додаткову інформацію. Одразу після кожної фокус-групи обговоріть із зацікавленими сторонами враження від дискусії, що відбулася, та зафіксуйте ту додаткову інформацію (висновки, думки, враження тощо), яка під час проведення фокус-групи не стала предметом загального обговорення.

Крок 10. Проаналізуйте дані (за умови якісної роботи фокус-групи результатом є значна кількість якісних даних – висловлених пропозицій, думок та ідей, обробка яких потребує застосування особливих методів аналізу, зокрема аналізу змісту).

Крок 11. Визначтеся й застосуйте обрані методи аналізу якісних даних.

Крок 12. Опишіть і подайте висновки.

Відносно підготовки (формулювання) запитань для фокус-груп ми, враховуючи думку Дж. Білсон [7, с. 29], зосереджувалися на такому:

- щодо *контенту*: щоб відповіді на всі запитання могли прямо чи опосередковано надати максимум корисної інформації; щоб не було нечітких формулювань, запитань, що провокують необ'єктивність у відповідях, припущень, що можуть привести до неправильних відповідей;

- щодо *техніки* постановки запитань: пропонувати відкриті запитання, ставити одне запитання за раз, не пропонувати альтернативних відповідей, використовувати “протокольну воронку”, не ставити механічних запитань, використовувати різноманітні техніки, щоб зробити обговорення цікавим. Важливим треба визнати розуміння того, яка інформація, зібрана під час фокус-групи, буде надалі використана.

Для проведення фокус-групи ми вивчили й застосували під час нашого педагогічного експерименту рекомендації науковців (Л. Дж. Морра Імас, Р. К. Ріст) щодо дій модераторів під час проведення кожного етапу фокус-групи [3, с. 355]. Автор статті в якості модератора виконував такі дії: *на першому етапі* ставив прості початкові запитання з метою зняти напруження серед учасників фокус-групи, пояснив призначення фокус-групи та розповів про базові правила, заохотив учасників представитися, використовуючи один із методичних тренінгових прийомів; *на другому етапі* “розігрівав” учасників: спонукав їх думати на обрану тему, розповідати про їх зв'язок із темою, ділитися досвідом, ставив легкі, найменш індивідуалізовані приватні запитання; *на третьому етапі* (основна частина гру-

пового обговорення) ставив більш складні та індивідуалізовані запитання, “витягував” з учасників поглиблені відповіді, залучав до обговорення всіх учасників групи; поєднував здобуті дані, тим самим утворюючи інтегровану базу для аналізу; на четвертому етапі ставив підсумкові запитання, уточнював ключові теми/питання, підбивав підсумки, представляючи членам групи теорії, враження, ідеї, прогнози тощо з метою отримати зворотний зв’язок, щоб учасники висловили свою реакцію, роз’яснили, підтвердили або спростували/виправили почуте, спонукав учасників до “ключових висновків”: до заключних коментарів, здогадів, до “останніх думок” (що ще не було висловлено раніше, зауваження тощо), подякував учасникам фокус-групи.

Висновки. Отже, у статті представлено фокус-групи як важливий інструментарій педагогічних досліджень для збору даних та надано розширений методичний коментар щодо їх застосування. З’ясовано, що фокус-групи є методикою якісного оцінювання шляхом групового інтерв’ю з нелінійним перебігом бесіди в малих групах людей. Як груповий процес вони дають значно більше інформації, ніж індивідуальні інтерв’ю. Саме фокус-групи уможливають збір контекстуальних відповідей (“як” і “чому”), мають безпосередній зворотний зв’язок: погляди на делікатні питання; складність поведінки та мотивів; інтенсивність висловлювання думок.

Проведене дослідження не претендує на всебічний розгляд проблеми, але робить свій внесок в її вивчення та розкриття, закладає основу для подальших досліджень особливостей застосування зазначеного інструмента в педагогічних дослідженнях на різних за віком і досвідом цільових групах.

Список використаної літератури

1. Болотіна Є. В. Соціологія : навч. посіб. URL: <http://uchebniks.net/book/212-sociologiya-navchalnij-posibnik-bolotina-yev.html>
2. Маркетинг. <http://www.megos.org.ua/marketynh.3.4.html>
3. Морра Імас Л. Дж., Ріст Р. К. Шлях до результатів: планування та проведення ефективних оцінювань розвитку / пер. з англ. В. Каплун. Київ, 2015. 580 с.
4. Пилипенко В. Фокус-група. *Політична енциклопедія*. / редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. Київ, 2011. 750 с.
5. Фокус-група – дізнайтеся більше, витрачайте менше. URL: <http://ukrsocstandart.com/uk/posluhy/research/focus-groups/>.
6. Яковенко Л. Б. Організація тренінгової роботи у фокус-групах. URL: www.kspu.edu/FileDownload.ashx/Яковенко%20Л.doc.
7. Billson J. M., London N. The Power of Focus Groups. *International Program for Development Evaluation Training (IPDET) presentation*. Ontario, 2004.
8. Billson J. M. The Power of Focus Groups for Social and Policy Research. Barrington, 2002.
9. Nielsen J. The Use and Misuse of Focus Groups. 1997. URL: <http://www.useit.com/papers/focusgroups.html>.

Стаття надійшла до редакції 11.09.2017.

Яворская Н. В. Инструменты экспериментального исследования: фокус-группы как инструментарий для сбора данных

В статье представлены фокус-группы в качестве важного инструментария педагогических исследований для сбора данных и предложено расширенный методический комментарий касательно его применения. Освещено суть фокус-групп как инструмента педагогического исследования (это методика качественного оценивания путем группового интервью с нелинейным ходом беседы в малых группах людей). Описано методика подготовки и проведения фокус-групп, их этапы, предложено технологическую карту по их подготовке. Также изложены методические рекомендации по подготовке и проведению фокус-групп. Существенное внимание уделено роли и правилам работы модератора. Детально описаны действия модератора на каждом из этапов фокус-группы.

Ключевые слова: фокус-группы, инструментарий для сбора данных, методика подготовки и проведения фокус-групп.

Iavorska N. Tools for Experimental Research: Focus Groups as Tools for Data Collection

The article presents focus groups as an important tool for pedagogical research in data collection and provides an extended methodical commentary on its application. The essence of focus groups as a pedagogical research tool is highlighted. It was found that focus groups are a method of qualitative evaluation through a group interview with a nonlinear course of conversation in small groups of people. As a group process, they provide noticeably more information than individual interviews. It is shown that it is focus groups that enable the collection of contextual responses (“how” and “why”) and give the direct feedback: views on delicate issues, complexity of behaviour and motives; intensity of expressing thoughts.

The methods of preparing and conducting focus groups as well as their stages are described; the technological card for the preparation and conduction of focus groups is presented. Methodical advice on preparing and conducting focus groups is also provided. Considerable attention is paid to the roles and work rules of the moderator: to manage the process, to ensure the concentration of the group on the proposed topic, to follow the instruction specially developed and written for the moderator; to initiate the conversation about simple and easy issues at first and then proceed to more complicated ones; to finish the conversation with summarizing final questions which make it possible to adjust impressions or mood and write down additional thoughts, ideas and comments. In addition, the actions of the moderator are described in detail on each stage of the focus group.

It is emphasized that the author of the idea of conducting a focus group is totally responsible for all the aspects of the process: selecting participants (who and how many), the number of focus groups, their frequency, place and time of conducting, the content, the issues for discussion, the methods of analyzing and presenting the obtained data.

Key words: focus groups, tools for data collection, methods of preparing and conducting focus groups.