

ФОКУС-ГРУППЫ КАК МЕТОД СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ВАЛИДНОСТИ

КОШАРНАЯ Г.Б. - доктор
социологических наук,
профессор

Пензенский государственный
университет



Фокус-группа– беседа небольшой группы людей по определенному плану на заранее поставленную исследователем тему в непосредственном (личном) контакте в специально отведенном помещении

«**Фокус**» обозначает сосредоточенность опрашиваемых на одном важном аспекте проблемы и, в связи с этим, его всестороннее обсуждение

Последствия участвующего взаимодействия в фокус-группе (по Хессу):



- 1. Синергетизм** – групповое взаимодействие стимулирует более глубокие ответы, что дает возможность появиться большому объему новой информации.
- 2. Эффект снежного кома** - получение большего количество детальной информации, т.к. в личном интервью опрашиваемый может кое-что забыть, но при участии других индивидуумов в группе припоминание происходит намного активнее.
- 3. Групповое поощрение** - в группе легче преодолевается скованность, межличностные барьеры, люди проще и более открыто выражают свои эмоции» (гомогенность группы)

Основные подходы к сущности метода фокус-групп



1. Разновидность традиционного количественного метода опроса (Белановский)
2. Фокус-группа находится между количественным и качественным методами (Семенова)
3. Ряд авторов в отечественной и зарубежной социологии относят фокус-группы полностью к качественной методологии (Богословская Крюгер)

Главным фактором, определяющим размер группы, является цель ее проведения, характер обсуждаемой проблемы



Большая группа
(если цель фокус-группы состоит в получении возможно большего количества идей)

Малочисленные группы
(если необходимо выявить максимально глубокие и развернутые мнения каждого респондента)

Ошибки в проведении фокус-группы:



1. Несоответствие респондентов в группе целям и задачам исследования

вследствие:

А) некорректного определения выборки;

Б) ошибок в процессе подбора
респондентов;

Ошибки в проведении фокус-группы:



2. Некорректное формирование выборки:

А) неверно определено количество групп (недопустимо проведение 1-2 групп);

Б) неверно определено количество человек в группах (как правило должно быть 8-12), если большое количество вопросов - то 4-6;

Ошибки в проведении фокус-группы:



3. неверно сформирован качественный состав групп :

А)(следует учитывать пол, возраст, национальность, образование, социальный статус);

Б).Исключение «профессиональных респондентов»;

В). Отсутствие скрининга респондентов на основе личностных качеств (настрой на сотрудничество, коммуникативность);

Ошибки в проведении фокус-группы



Некорректное формирование
выборки

