

## ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.6.04

### Правильная ссылка на статью:

Оберемко О. А., Терентьева Н. Н. Фокусированное интервью по Роберту Мертону: особенности и критерии эффективности метода // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 6. С. 74—90. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.04>.

### For citation:

Oberemko O. A., Terenteva N. N. (2018) Focused interview according to Robert Merton: features and criteria of quality. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 74—90. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.04>.



### О. А. Оберемко, Н. Н. Терентьева ФОКУСИРОВАННОЕ ИНТЕРВЬЮ ПО РОБЕРТУ МЕРТОНУ: ОСОБЕННОСТИ И КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДА

ФОКУСИРОВАННОЕ ИНТЕРВЬЮ ПО РОБЕРТУ МЕРТОНУ: ОСОБЕННОСТИ И КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДА

FOCUSED INTERVIEW ACCORDING TO ROBERT MERTON: FEATURES AND CRITERIA OF QUALITY

*ОБЕРЕМКО Олег Алексеевич* — кандидат социологических наук, доцент департамента социологии факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия  
E-MAIL: [ooberemko@yandex.ru](mailto:ooberemko@yandex.ru)  
<https://orcid.org/0000-0002-7967-2533>

*Oleg A. OBEREMKO*<sup>1</sup> — Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences  
E-MAIL: [ooberemko@yandex.ru](mailto:ooberemko@yandex.ru)  
<https://orcid.org/0000-0002-7967-2533>

*ТЕРЕНТЬЕВА Наталья Николаевна* — аспирант, Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук; аналитик, ВЦИОМ, Москва, Россия  
E-MAIL: [terentyeva\\_n@wciom.com](mailto:terentyeva_n@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-6115-2428>

*Natalia N. TERENCEVA*<sup>2,3</sup> — post-graduate student; analyst  
E-MAIL: [terentyeva\\_n@wciom.com](mailto:terentyeva_n@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-6115-2428>

<sup>1</sup> National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

<sup>2</sup> Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

<sup>3</sup> WCIOM, Moscow, Russia

**Аннотация.** Метод фокус-групп получил широкое распространение в социальных исследованиях. ФГ и похожими терминами называют семейство техник сбора качественных данных посредством группового обсуждения заранее определенной темы под руководством модератора. В то же время эти техники зачастую фокусируются на разных предметах: как минимум, исследователя могут интересовать социальные представления (вокабуляр описания и его структура), как о фактически произошедшем (что было и есть), так и о возможном (что будет, что делать, как должно быть); как готовые представления, так и вырабатываемые в ходе групповой динамики; как представления о конкретной предметной ситуации, так и абстрактные, имеющие понятийную природу и т. п. Все эти и другие особенности фокусировки по идее должны отражаться в инструкциях по организации сбора данных и критериях качества планируемого продукта. Однако, на наш взгляд, в обильном корпусе источников о методе фокус-групп особенности разных фокусировок даются больше в описательном ключе, без строгой и систематической операционализации в критерии качества собираемых данных. Единственным исключением видятся нами пионерные работы Роберта Мертон с коллегами о (групповом) фокусированном интервью).

Цель статьи — сделать реконструкцию особенностей метода фокусированного интервью и критериев оценки качества его результатов, чтобы обеспечить возможность для дальнейших систематических сравнений различных внешне сходных техник и систематизации критериев оценки качества

**Abstract.** The method of focus groups (FG) has become widespread in social studies. FG and similar terms denote a family of techniques for collecting qualitative data through a group discussion of a predetermined topic directed by a moderator. At the same time, these techniques often focus on different matters: researchers may be interested in social representations (the vocabulary of the transcripts and its structure), both about what actually (has) happened, and about the possible (what will happen, what's to be done, how it should be); both ready-made representations and those developed in the course of group dynamics; representations both about a concrete real situation, and about an abstract one, etc. All these features should be reflected both in the instructions how to organize the data collection and in the criteria of quality of the issue. However, as we are able to see it, most methodological writings on FG prefer to take these features descriptively, with no strict and systematic operationalization into the quality criteria of the data being collected. The only exception is the pioneering writings by Robert Merton and his colleagues about a (group) focused interview (FI).

The purpose of the article is to reconstruct the features of the FI method and the criteria for assessing the quality of its results in order to provide an opportunity for further systematic comparisons of various outwardly similar techniques and systematization of criteria for assessing the quality of their results. The article is devoted to a focused interview in the classic concept of Robert Merton. The specifics of a focused interview are analyzed in detail. We consider four key

их результатов. В статье разобрана классическая концепция фокусированного интервью Роберта Мертон: раскрыты отличия от других исследовательских интервью; проинтерпретированы критерии эффективности фокусированного интервью (полнота, специфичность, глубина, представленность личностного контекста), предложена их группировка по двум основаниям: качество отражения стимула (полнота, специфичность) и качество отражения образа стимула: (глубина, личностный контекст). В процессе организации фокусированного интервью предложено выделять (1) фазу организации определения ситуации (стимула) и (2) фазу организации сообщения о результатах определения ситуации; в первой фазе поощряется фокусирование на (едином для всех) стимуле, во второй фазе — разнообразии (расфокусирование) специфических вербальных реакций на стимул. В содержании ФИ (в транскриптах) предложено различать три плана описания: объективную ситуацию, субъективное определение ситуации, реакции на объективную ситуацию в соответствии с ее субъективным определением. К особенностям фокусированного интервью отнесены: (1) узость — обсуждается предельно конкретный стимул, (2) ограниченность — фокусированное интервью неприменимо для обсуждения объектов, не входящих в разделяемый всеми участниками опыт, (3) ретроспективность — ориентированность на первое восприятие предъявленного стимула, а не на позднейшие результаты его осмысления.

criteria for the effectiveness of a focused interview (completeness, specificity, depth, personal context), an attempt is made to group the criterion on two grounds. The first basis is the "quality of stimulus reflection", which includes such characteristics as completeness, specificity. The second basis is the "quality of the reflection of the stimulus image," which includes the following characteristics in Robert Merton's concept: depth, personal context.

In a holistic process of focused interview, it is advisable to distinguish two phases: the phase of the organization of perception of the stimulus (situation) and the phase of reporting the results of the perception of the situation.

In the phase of the organization of perception (the same) situation (the same referent), focusing (directionality) is encouraged, whereas in the phase of communicating response reactions to a single (objectively identical) stimulus, the defocusing is fundamentally encouraged for all stimuli.

The author conclude that in analyzing the data of a focused interview, three components are distinguished: an objective situation, a subjective definition of the situation, reactions to the objective situation in accordance with its subjective definition.

The author conclude that the "focused interview" method, with all visible pluses, has a number of limitations: (1) narrowness, in a focused interview, the most specific and specified stimulus is discussed, (2) the method is limited, a focused interview in the Mertonian sense is not applicable when discussion

of topics that are not and cannot be the subject of a common, shared by all experience, (3) time constraints — the incentive can be forgotten, revised due to the passage of a large amount of time from the moment of its impact to the moment of its discussion.

**Ключевые слова:** фокусированное интервью, Роберт Мертон, определенные ситуации, критерии эффективности фокусированного интервью

**Keywords:** focused interview, Robert Merton, definition of situation, effectiveness criteria of the focused interview

Метод фокус-групп (focus group, далее — ФГ) получил широкое распространение в социальных исследованиях. ФГ и похожими терминами называют семейство техник сбора качественных данных посредством группового обсуждения заранее определенной темы под руководством модератора. В то же время эти техники зачастую фокусируются на разных предметах: как минимум, исследователя могут интересовать социальные представления (вокабуляр описания и его структура) как о фактически произошедшем (что было и есть), так и о возможном (что будет, что делать, как должно быть); как готовые представления, с которыми приходят участники, так и вырабатываемые в ходе групповой динамики; как представления о конкретной предметной ситуации, так и абстрактные, имеющие понятийную природу и т. п. Все эти и другие особенности фокусировки должны отражаться в инструкциях по организации сбора данных и критериях качества планируемого продукта. Однако, на наш взгляд, в обильном корпусе источников о методе ФГ особенности разных фокусировок даются больше в описательном ключе, без строгой и систематической операционализации в критерии качества собираемых данных. Единственным исключением видятся нами пионерные работы Роберта Мертона с коллегами о (групповом) фокусированном интервью (ФИ).

Цель статьи — по пионерным работам Роберта Мертона с коллегами [Merton, Kendall, 1946; Merton, Fiske, Kendall, 1956] выявить особенности метода группового фокусированного интервью (далее — ФИ) и критериев оценки его качества, чтобы в дальнейшем выработать категории для сравнения внешне сходных техник, получивших широкое распространение в современной исследовательской практике под зонтичным названием *фокус-группа*.

Вопросы генезиса, сходств и отличий метода ФГ от метода ФИ уже затрагивались в литературе (см. [Merton, 1987; Templeton, 1987; Carpini, Williams, 1994; Белановский, 1996: 27—35; Крюгер, Кейси, 2003: 27—30] и др.), но все еще требуют самостоятельного историко-социологического исследования. Сам Р. Мертон через 40 лет после изобретения метода в докладе на тему «Как мы перебрались из «фокусированных интервью» к «фокус-группам»?» «между фокусированным интервью и текущей практикой фокус-групп» скромно усматривал «одновременно моменты и преемственности, и разрывов», причем преемственность «скорее интел-

лектуальную... чем явно признанную историческую» [Merton, 1987: 558]. [Крюгер, Кейси, 2003: 28]). Р. Крюгер, корифей метода ФГ нашел возможным отождествить ФГ и ФИ. Ранее О. М. Маслова употребляла термины «групповое фокусированное интервью» и «фокус-группы» как синонимы [Маслова, 1995: 7]. С. А. Белановский синонимически использует метод «глубокого группового интервью» и «фокус-групп» [Белановский, 1996: 5, 27]. Согласно Е. В. Дмитриевой, один и тот же метод может называться и «фокус-группой», и «фокусированным интервью в группе», и «групповой дискуссией», и «глубинным групповым интервью» [Дмитриева, 1998: 12].

Многообразие названий объясняется тем, что «применение фокус-групп с момента их введения в социологию проходило под влиянием различных теоретических направлений» [Мельникова, 2007: 40, 53—64 и далее; Дмитриева, 1998: 12], разных академических дисциплин — психологии, социальной психологии, социологии [Белановский, 1996: 27—28; Bogart, 1984: 82 (см. [Merton, 1987: 560]); Merton, 1987: 552—561], и даже сфер деятельности — науки, коммерции, некоммерческого и общественного сектора [Крюгер, Кейси, 2003: 29—30, 189—203]. Отсюда понимание встречает вывод: «Современное определение «фокус-группа» отличается от первоначального, предложенного Р. Мертоном. [...] По его мнению, использование этого инструментария в тот период существенно отличалось от его современной интерпретации» [Дмитриева, 1998: 12]. Тот же Дж. Л. Морган (с соавтором) называл ФГ «относительно новым исследовательским инструментом» (то есть преемственности с ранними публикациями Р. Мертона не усматривал) [Morgan, Spanish, 1984: 253] (цит. по [Merton, 1987: 564]), а позднее даже утверждал, что «со времен Мертона фокус-группы изменили свое предназначение: из метода социологических исследований они превратились в метод, который служит потребностям компаний» [Крюгер, Кейси, 2003: 29].

За многообразием терминов, теоретических и дисциплинарных истоков, способов сбора и использования данных и т. п. логично ожидать различий и в определении ключевого вопроса для технических характеристик любого метода (в том числе любой разновидности ФГ): какую область *социальной реальности* [Бергер, Лукман, 1995] предполагается (ре)конструировать, или, более операционально, *какие планы описания* вовлекаются в (ре)конструирование предмета исследования. Этот вопрос применительно к ФИ является ключевым для настоящей статьи. Ответ на него позволит проводить систематические сравнения разновидностей техник, обозначаемых общим термином «фокус-группа».

### **Специфика группового фокусированного интервью (ФИ)**

В 1941 г. Р. Мертон и П. Лазарсфельд работали в исследовательском подразделении армии США, в задачи которого входило выявление реакций солдат на учебные и пропагандистские фильмы. Там и был разработан ряд процедур, получивший известность как фокусированное интервью [Merton, 1987: 553]. ФИ использовалось для уточнения результатов проведенных экспериментов на восприятие сложных стимулов [Carpini, 1994: 57—58]. На материале этих работ в 1946 г. была опубликована статья [Merton, Kendall, 1946], а через десять лет — книга под тем же заголовком: «The Focused Interview» [Merton, Fiske, Kendall, 1956]; на русский язык книга была переведена только в 1991 г. [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991].

Р. Мертон с коллегами выделяет четыре отличительные особенности ФИ в сравнении с другими видами исследовательского интервью.

1. Для фокусированного интервью отбираются только участники или свидетели некоторой конкретной ситуации: «они просмотрели кинофильм, прослушали радиопрограмму, прочитали памфлет, статью или книгу, принимали участие в психологическом эксперименте или в неконтролируемой, но наблюдаемой социальной ситуации (например, в политическом митинге, каком-либо ритуале или мятеже)» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 13]. Важно, чтобы у всех участников ФИ был опыт воздействия одного и того же стимула, на котором обсуждение и *фокусируется*; отсюда и название — фокусированное интервью. Технически *фокусированность разговора на стимуле* обеспечивает модератор.

2. Предварительное знание морфологии конкретного стимула позволяет заранее выдвигать гипотезы о том, какие характеристики ситуации окажутся важными для ее определения, и разработать гайд ФИ, чтобы фокусировать внимание на тех аспектах стимульной ситуации, которые требуют прояснения: «Вопросник содержит перечисление тех аспектов ситуации, рассмотрение которых, как предполагается, обеспечит получение значимых реакций. Для каждого из этих аспектов разрабатывается проблемная серия вопросов. Предполагается, что при помощи этих вопросов будет получена информация, показывающая, имели ли на самом деле место эти (или другие) реакции» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 27—28]<sup>1</sup>. Очевидно, что одно предварительное знание о стимуле не дает гарантий на то, что в гайде ФИ будут предусмотрены все важные аспекты определения ситуации: «Понятно, что такое предварительное знание достигает оптимума в случае экспериментально смоделированной ситуации, но оно может быть достигнуто и в случае неконтролируемой, но наблюдаемой ситуации» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 13].

3. «Интервью фокусируется на субъективных переживаниях лиц по поводу заранее проанализированной ситуации в попытке получить от респондентов их определение этой ситуации» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 13]. Тут может возникнуть вопрос к авторам: на чем фокусируется интервью — на стимульной ситуации или субъективных переживаниях? Ложный парадокс возникает из-за составного значения слова «интервью». Интервью как инструмент фокусирует внимание участников на стимуле, интервью как цель позволяет исследователю фокусироваться на выявлении максимально широкого спектра **вербальных реакций** — категорий, образов, ассоциаций, — которые возникли у участников в конкретной стимульной ситуации. Фокусированное интервью с несколькими испытуемыми, каждый из которых говорит исключительно о собственных впечатлениях от конкретного стимула, нацелено на получение максимального разнообразия **реакций на этот конкретный стимул**.

4. Единство стимула обеспечивает исследователю базу для сопоставления (нормирования) всех содержащих определение ситуации категорий, образов, ассоциаций. В отличие от других видов исследовательского интервью (где интервьюеру заранее неизвестно ни полное содержание беседы, ни категориальный аппарат

<sup>1</sup> Поскольку бумажная книга стала библиографической редкостью (ее нет даже в каталогах РГБ), страницы указаны по доступной в Рунете копии в формате pdf, URL: <http://socioline.ru/pages/rmerton-mfiske-pkendall-fokusirovannoe-intervyu> (дата обращения: 28.10.2018).



собеседника, ни объективные (интерсубъективные) характеристики лично пережитых собеседником значимых ситуаций), в этом случае интервьюеру-модератору не нужно тратить время на поиск точек общего для всех участников опыта, чтобы систематически соотносить, *созмерять* слова, сказанные разными участниками. Этот общий опыт сосредоточен в конкретном стимуле.

5. Предмет интереса ФИ — реакции участников на саму стимульную ситуацию. Модератору разрешено занимать активную позицию: апеллировать к опыту участников, воспроизводить в их памяти стимул посредством ретроспекции и даже повторно предъявлять сам стимул. В ФИ ретроспекция выступает инструментом, при помощи которого модератор поощряет участников припоминать **первоначальный опыт от воздействия стимульной ситуации**, а не воспроизводить «наслоившиеся» поздние впечатления. Как отмечают авторы, «Без стимулирования ретроспекции интервьюируемые могут сообщать о реакциях, не связанных со стимулом, или о поверхностных реакциях, или являющихся реакциями на ситуацию интервью, а не на первоначальный опыт» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 26]. То есть без стимулирования ретроспекции возникает риск обращения к информации, которая вспоминается первой; речь идет о риске «экономии мыслительных усилий», когда респонденты не ищут в памяти всю подходящую для ответа на вопрос информацию, а найдя *достаточную информацию для формирования суждения*, сразу прекращают поиск [Садмен, Брэдберн, Шварц, 2003: 77—78].

Представляется, что именно эти пять особенностей позволяют отличить ФИ от других методов исследовательского интервью. Их можно свести к двум базовым идеям: (1) идея единства опыта участников предстоящего разговора; (2) идея заблаговременной известности стимула, позволяющей аналитику предвидеть ход беседы.

### **Фокусированное интервью: решаемые задачи**

Р. Мертон и коллеги целью фокусированного интервью видели «получение как можно более полного сообщения о том, что представляла собой конкретная ситуация» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 19]. Авторы выделили четыре ключевые задачи, связанные с встраиванием ФИ в экспериментальные планы.

**1. Определить стимулы, повлиявшие на наблюдаемые реакции**, т. е. определить, «какой X или какие части X в общей стимульной ситуации привели к наблюдаемому эффекту» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 14].

**2—3. Истолковать расхождения между ожидаемыми и наблюдаемыми результатами воздействия**, которые могут противоречить теориям, построенным на данных предыдущих исследований или с опорой на здравый смысл, а также **расхождения между преобладающими результатами воздействия стимула и специфическими, отклоняющимися от «нормы» результатами**, полученными в отдельных подгруппах; например, при истолковании случаев, когда (радикальная или лояльная) пропаганда дает обратный эффект [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 15].

**4. Истолковать процессы, происходящие в экспериментальных ситуациях:** объяснить реакции испытуемых на конкретную стимульную ситуацию посредством выявления того, как стимульная ситуация определяется участниками и какие

смыслы элементов ситуации выступают в качестве стимулов к наблюдаемым реакциям [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 15—16].

Полезность ФИ авторы продемонстрировали на примере естественного эксперимента Г. Госнелла по стимулированию голосования [Gosnell, 1927]. В 12 районах Чикаго были выделены сходные по своим социальным характеристикам экспериментальные и контрольные группы жителей. Накануне дня выборов членам экспериментальных групп были разосланы персональные приглашения зарегистрироваться на избирательном участке и проголосовать. Сравнение результатов с контрольными группами, которые подобных сообщений не получили, показало более высокую долю голосовавших в экспериментальных группах. Возникает вопрос: что именно оказало влияние: «беспристрастный характер проспекта, ясные инструкции, которые он содержал, особые символы и обращения, использованные в тексте, или что-то еще?» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 14]. Проведение ФИ, по мнению авторов, позволило бы выявить те характеристики стимула, которые обусловили разницу в поведении избирателей из экспериментальной и контрольной групп. Авторы тем самым предлагают сократить затраты на предварительные эксперименты, а с помощью опросной процедуры из множества возможных переменных выделять для экспериментальной проверки лишь те из них, на которые укажут участниками ФИ.

Далее авторы указывают, что Г. Госнелл «интервьюировал жителей разных районов, получивших проспекты. Однако он не сфокусировал интервью таким образом, чтобы иметь возможность определить существенные фазы общей стимульной модели», тогда как «правильно сориентированные фокусированные интервью позволили бы ему определить точки «интереса», слабые места проспектов и различия в реакции разных типов горожан» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 85]. Следовательно, только *правильно фокусированное интервью посредством «правильно» составленных вопросов* помогает истолковать результаты экспериментального воздействия.

В целом речь идет о рутинном встраивании ФИ в (квази)экспериментальные планы для ответов на общий вопрос: как испытуемые определяют экспериментальную ситуацию? Ответ на него с помощью ФИ освобождает исследователя от измышления гипотез: «не имея дополнительных интервью, сфокусированных на проблеме реакций в отклоняющихся группах, исследователь оказался [бы] вовлеченным в генерирование собственных предположений вместо того, чтобы получить экспериментально подтвержденные выводы на основе сообщений, интервьюируемых о действительном опыте» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 15].

Здесь, конечно, возникают сомнения, могут ли самоотчеты участников ФИ удостоверить действительную причину (cause) их поведения, если причины поведения необязательно осознаются. Например, как удостоверить, что причиной поведения стал факт получения агитационного материала? Что этот факт не стал лишь *объяснением* (reason) поведения?<sup>2</sup> Однако авторы на протяжении всей книги, похоже, с причинами (causes) отождествляют подобные объяснения (reasons), т. е. *субъективные определения ситуации*.

<sup>2</sup> О рисках подобного отождествления см.: [Davidson, 1963; Reasons... 2013].



### Критерии эффективности. Ненаправленность ФИ

По результатам анализа множества интервью, взятых разными модераторами, авторы выделили четыре критерия для оценки эффективности проведенного ФИ:

«1. Полнота. Интервью должно давать возможность респондентам наиболее полно освещать различные стороны стимульной ситуации и свои реакции на нее.

2. Специфичность. В интервью должны быть получены точные сообщения об аспектах стимульной ситуации, которые вызвали определенные реакции интервьюируемых.

3. Глубина. Интервью должно помочь интервьюируемым описать эмоциональный, когнитивный и ценностный смысл ситуации и степень своей включенности в нее.

4. Личностный контекст. Интервью должно выявлять характерные черты и предшествующий опыт интервьюируемых, которые наполняют ситуацию конкретным смыслом» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 16].

Первые два критерия относятся к отражению в словах участников *значимых* элементов стимульной ситуации (референта), вторые два критерия — к отражению личностных смыслов (концепта), актуализированных отдельными элементами стимула и стимулом в целом. Эти операциональные критерии предложены для классификации фрагментов речи участников, которые «могут быть широкими или узко ограниченными; очень конкретными или общими и расплывчатыми; глубоко личными и поверхностными; указывающими на личностный контекст ответа или совершенно не связанными со статусом, ценностями и прошлым опытом индивида» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 16].

Залогом соответствия ФИ перечисленным критериям качества (успешности) служит его **ненаправленность**, или неструктурированность, которая обеспечивается использованием модератором ненаправленных вопросов. Модератору следует поддерживать спонтанность порождения разговора участниками, чтобы они самостоятельно определяли, какие аспекты стимульной ситуации для них важны, и говорили лишь о том, что вызвало у них сильный отклик. Ненаправленные вопросы дают испытуемому возможность: «(1) свободно высказаться по важнейшим для него проблемам, а не по тем вопросам, которые кажутся самыми важными интервьюеру» (раскрыть, «что думает сам интервьюируемый, а не то, каково его мнение о том, что думает интервьюер»), (2) «зафиксировать ответ в надлежащем контексте, а не загонять его в рамки, заранее придуманные интервьюером», (3) высказываться «более членораздельно и выразительно, чем в направленном интервью»<sup>3</sup>. Испытуемый принимает роль активного участника разговора: обосновывает свою позицию, дает более пространные ответы, чем при направленных вопросах, будучи не ограниченным рамками ожиданий давать буквальный ответ на заданный вопрос. Это, в свою очередь, порождает спонтанность высказываний, содержащих такие понятия и измерения, которые могут вообще не проявиться в узких рамках направленных вопросов.

Направленные, или закрытые, вопросы смещают коммуникацию к концептам, значимым для вопрошающего:

<sup>3</sup> Р. Мертон с коллегами ссылается на К. Роджерса, который, в свою очередь, ссылаясь на Е. Портера, утверждает, что в десяти направленных интервью интервьюер говорил в три раза больше, чем интервьюируемый, тогда как в девяти ненаправленных интервью — вдвое меньше [Rogers, 1942: 122].

*«Направленность в интервьюировании в значительной степени несовместима с получением непредвиденных ответов. При использовании направленных методов редко можно получить личные определения стимульной ситуации. По своей природе прямые вопросы подразумевают наличие структуризации. Прямые вопросы, даже если они не являются «наводящими», заставляют субъекта сфокусировать внимание на тех пунктах, на которых он, возможно, не остановился бы по собственной инициативе» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 17].*

Указание на несовместимость направленности вопросов с получением от участников непредвиденных социологом субъективных ответов подчеркивает закрытость направленного вопрошания, когда получаешь ровно то, что сам же положил.

Следовательно, ненаправленность (неструктурированность) ФИ — принципиально важная характеристика, поскольку ФИ нацелено на порождение высказываний, отражающих, выявляющих субъективно важные для участника аспекты «объективной» ситуации на его языке. Исследователь ожидает, что испытуемый, с одной стороны, инициативно отразит важнейшие для себя аспекты **объективной** ситуации в терминах важнейших же **субъективных** категорий:

*«Неструктурированные вопросы формулируются таким образом, что побуждают субъектов обращаться практически к любому аспекту стимульной ситуации или освещать любой из множества вопросов. Отвечая на вопрос такого типа, индивид как бы дает знать о том, какие из сторон рассматриваемой ситуации для него более значимы» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 17].*

Испытуемый сам выделяет ключевые раздражители в стимульной ситуации, и исследователю остается проанализировать, насколько данный раздражитель типичен для других участников ФИ.

Выделяемые авторами типы структурированных вопросов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Типы структурированных вопросов\*

Тип вопроса	Критерии	Пример
<b>Неструктурированный</b>	Свободный и по стимулу, и по ответу	«Что произвело на Вас наибольшее впечатление в фильме?»
<b>Полуструктурированный</b>	Структурированный по ответу и свободный по стимулу; Структурированный по стимулу и свободный по ответу	а) «Что Вы узнали из этого памфлета, чего не знали раньше?» б) «Каковы Ваши ощущения по поводу той части, где рассказывается об увольнении Джо из армии как психоневротика?»
<b>Структурированный</b>	Структурированный и по стимулу, и по ответу	«Когда Вы слушали речь Чемберлена, Вы воспринимали ее как пропагандистскую или информационную?»

\* Таблица построена на основе конкретных примеров из [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 18].

Так, при ответе на **неструктурированный** вопрос («Что произвело на Вас наибольшее впечатление в фильме?») испытуемый самостоятельно определяет (а) ту часть стимульной ситуации (фильма) и (б) те ее аспекты, которые вызывали у него наибольший интерес, отклик. Неструктурированность выражается в полной свободе выбора участником любого фрагмента и аспекта стимульной ситуации. С таких вопросов начинают разговор или тему.

**Полуструктурированные вопросы** задаются для уточнения. Если представить, что гайд ФИ строится в форме воронки — от общего к частному, то вопросы этого типа служат для сужения воронки — для проверки частных гипотез. Авторы различают два подтипа полуструктурированных вопросов. Во-первых, вопрос, структурированный по ответу и свободный по стимулу; например, от ответа на вопрос «Что Вы узнали из этого памфлета, чего не знали раньше?» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 18] ожидается, что участник ограничится разговором только о новой информации, однако у него остается полная свобода говорить о любых аспектах стимула, в данном случае о любой части памфлета. Во-вторых, вопрос, структурированный по стимулу и свободный по ответу; например, вопрос «Каковы Ваши ощущения по поводу той части, где рассказывается об увольнении Джо из армии как психоневротика?» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 18] ограничивает испытуемого конкретной частью стимула, но абсолютно не ограничивает в определении характера своего ответа — о чем и что именно говорить.

**Структурированным вопросом** проясняют позицию испытуемого по конкретным аспектам стимула. Испытуемому четко задается и стимул, и область ответа (все возможные ходы уже размечены аналитиком), интервьюер почти полностью контролирует ход интервью. Мертон с соавторами приводят следующие примеры: «Исходя из того, что Вы увидели в фильме, как Вы считаете, была ли немецкая военная техника лучше, на том же уровне или слабее американской техники?» или «Когда Вы слушали речь Чемберлена, Вы воспринимали ее как пропагандистскую или информационную?» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 18]. Вопросы данного типа условно можно отнести к уточняющим, конкретизирующим, когда важно зафиксировать четкий ответ испытуемого, понять его позицию.

Не/структурированность вопроса по Р. Мертону напоминает деление на открытые и закрытые вопросы. Учитывая, что участники ФИ могут инициативно расширять рамки свободы самовыражения и творчески подходить к структурированию области своих ответов, в анализе транскриптов может пригодиться идея о том, что правильнее говорить об открытых и закрытых ответах, а не об открытых и закрытых вопросах [Рогозин, 2001; Sudman, Bradburn, 1982: 149—152; Schuman, Presser, 1979; Шуман, Прессер, 1982].

В мертоновской концепции структурированности вопроса, как и в концепции о критериях эффективности ФИ, мы видим выделение двух аспектов разговора как двуединого эмпирического объекта исследования методом ФИ: один аспект связан со стимулом — с объективной (в смысле независимой от индивидуального сознания) реальностью, второй аспект — с категориями, в которых объективная реальность субъективно осмысливается.

Итак, активное использование (не)структурированных вопросов позволяет достичь глубины, специфичности, полноты и личностного контекста в ответах — всех

четырёх критериев качества ФИ (см. табл. 2). Ясно, что оценка ФИ по предложенным критериям осуществляется по транскриптам, в которых под каждый критерий находятся специфические маркеры.

Таблица 2. **Критерии эффективности фокусированного интервью**

Критерий	Характеристика критерия	Маркеры в интервью
<b>Определение ситуации (стимула)</b>		
1) Полнота	Возможность испытуемым «наиболее полно освещать различные стороны стимульной ситуации и свои реакции на нее».	Типы реакций, предвиденные априорным анализом ситуации; типы реакций на ситуацию, непредвиденные в ходе априорного анализа.
2) Специфичность	Точные указания на аспекты стимульной ситуации, которые вызвали определенные реакции испытуемого.	Указание на: элементы ситуации, вызвавшие реакцию; отношение к стимульной ситуации; связь между стимульной ситуацией и определенной реакцией.
<b>Отражение определения ситуации (стимула)</b>		
3) Глубина	Описание эмоционального, когнитивного, ценностного смысла ситуации и степени своей включенности в нее.	Указание на: степень отчужденности или личностной включенности в стимульную ситуацию; эмоциональное значение конкретного опыта.
4) Личностный контекст	Персонификация: характерные черты, предшествующий опыт испытуемых, которые наполняют ситуацию конкретным смыслом.	Раскрытие прошлого опыта и социальных ролей испытуемого.

Очевидно, что предложенные маркеры годятся для сравнительной оценки нескольких ФИ. Абсолютная оценка отдельного ФИ (скажем, по критерию полноты) требует эталонного *ante hoc* анализа стимульной ситуации; но в эмпирических науках достижение эталона невозможно. То же относится и к остальным критериям.

### **Выводы: еще раз о специфике группового фокусированного интервью**

Понятие ненаправленности (неструктурированности) вопроса нужно признать центральным в концепции ФИ, поскольку именно с ним связывается качество проведения ФИ. Внимание испытуемых фокусируется стимульной ситуацией, переживание которой входит в общий для всех испытуемых опыт. Тогда как ответы испытуемых жестко не фокусируются, а, напротив, поощряются свободные субъективные — индивидуально-специфичные — ассоциации. Но ведь специфичные ассоциации поощряются строго в рамках обговоренного еще на стадии рекрута предмета и цели обсуждения, в пространстве спроектированных в гайде вопросов. Кроме того, диапазон специфичности ассоциаций сужается в соответствии с тем, что Г. П. Грайс назвал принципом кооперации, который в обычной вопросно-ответной коммуникации более или менее реализуется в соблюдении четырех взаимных ожиданий: говорить, сколько нужно; не врать; говорить по делу; говорить понятно [Грайс, 1985; Grice, 1975].

И если в ходе индивидуального ФИ у участника может возникнуть соблазн разделить с интервьюером (погрузить его в) «океан своей субъективности», то в ходе

группового ФИ, т. е. в ситуации публичной беседы, скорее следует ожидать, что участники будут делиться более «социализированными», интерсубъективными ассоциациями. Так расколдовывается фраза: «фокусный характер опыта приводит к максимальному получению релевантной информации методами ненаправленного интервью» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 17].

Мы видим, что в целостном процессе ФИ (и деятельности модератора) целесообразно выделить две фазы: фазу организации определения ситуации и фазу сообщения о реакциях на определение ситуации. В фазе организации восприятия единого для всех стимула поощряется фокусирование (направленность), тогда как в фазе сообщения ответов-реакций на единый для всех стимул принципиально поощряется расфокусирование, которое (по-видимому, во избежание терминологической путаницы) называется авторами ненаправленностью.

Соответственно, в речи испытуемых (в транскриптах) нужно различать план определения ситуации и план реакций на него. Из четырех критериев эффективности ФИ первые два — полнота и специфичность — относятся к плану определения ситуации, вторые два — глубина и личностный контекст — к плану реакций на определение ситуации. К этим двум, естественно, добавляется и план *отстраненного* описания объективной стимульной ситуации:

*«Вооруженный [заблаговременным] анализом ситуации интервьюер без труда отличает ее объективные характеристики от субъективных определений. Он, таким образом, готов к селективному слушанию. Благодаря знакомству с объективной ситуацией, интервьюер лучше подготовлен к тому, чтобы распознать символическое или функциональное молчание, искажение, умолчание или блокировки и, соответственно, лучше подготовлен к восприятию их смысла. Предварительный анализ помогает обнаружить и исследовать логику, символику и сферы напряженности каждого респондента. Он помогает также оценить на каждой последовательной стадии интервью важность того, что не было сказано, в той же степени, как и того, что было сказано» [Мертон, Фиске, Кендалл, 1991: 13].*

Как видим, конструкция мертоновской ФИ обосновывает способность исследователя отличать объективные характеристики ситуации от ее специфических, например, обусловленных групповыми или индивидуальными особенностями определений, выражающихся в искажениях и даже умолчаниях.

Таким образом, по авторскому замыслу, запланированность стимульной ситуации обеспечивает интервьюеру готовность выполнять внешне противоречивую роль: не направленно, но активно вести интервью для получения данных высокого качества в трех планах описания: объективной ситуации, субъективном определении ситуации и реакций на субъективные определения объективную ситуацию. Эти три плана описания, собственно, и составляют *структуру реальности ФИ* (см. табл. 3).

Таблица 3. Структура реконструируемой реальности, или планы описания в ФИ

Объективная ситуация (стимул)
Субъективное определение ситуации (стимула)
Реакции на субъективное определение объективной ситуации (стимула)

Мы предлагаем для систематического сравнения различных техник, называемых зонтичным термином «фокус-группа», брать за основу структуру реальности, которая реконструируется этими техниками.

По выявленной структуре реальности ФИ мы видим, что эта техника обладает рядом ограничений, которые трудно отнести к явным недостаткам. Укажем на три из них.

Во-первых, мертоновское ФИ совершенно не предназначено для моделирования (учета или изучения) групповой динамики, как на то претендуют многие разновидности фокус-групп. ФИ — это не кино, а одна моментальная фотография с тщательно выверенной экспозицией. Предмет (реальность) ФИ — субъективное определение заданной ситуации и первоначальные реакции на него. Если здесь и есть элементы динамики, то это возвращение в прошлое — к первоначальным реакциям — посредством ретроспекции; динамика обращена не в будущее, а в прошлое. Стремление сразу получить и фотографию с тщательно выверенной экспозицией, и динамику предполагает надежную защиту от риска получить вместо гибрида химеру. ФИ *натуралистически* претендует на реконструирование реальности, которая уже *есть*, или *была-и-есть*, а не на конструирование реальности *возможного*.

Во-вторых, мертоновское ФИ не предназначено для получения от участников мнений, содержащих прямые ответы на вопрос «что делать?»: как повысить или понизить уровень чего-нибудь, обеспечить или предотвратить наступление некоторого события? (См. [Крюгер, Кейси, 2003: 195—198].) На все подобные вопросы мертоновское ФИ ответы дать может, но для этого самые общие вопросы «что делать?» нужно операционализировать на языке эксперимента — на языке специфической реальности — и привязать к конкретной ситуации.

В-третьих, мертоновское ФИ неприменимо для обсуждения того, что не является общим опытом — для обсуждения реальности личного опыта. Например, ФИ не предназначено для выявления репертуаров определения личных ситуаций, пусть они даже будут типичными. Например, ситуация в семье, на работе, в транспорте и общепите не может служить темой для мертоновского ФИ, если каждый участник способен говорить только о своей семье, своей работе и т. п., а не об общей семье, работе и т. п. Ведь каждый будет говорить о своих особенных стимулах, а не об одном пережитом всеми стимуле, и интервью будет не фокусироваться, а, наоборот, расфокусироваться на индивидуальные опыты каждого участника. Расфокусировка, в свою очередь, лишит исследователя возможности соотносить слова с какой-либо одной конкретной ситуацией, а вызнать у каждого участника его персональную ситуацию за время, отпущенное на групповое ФИ, едва ли получится — понадобятся индивидуальные глубокие интервью. В итоге вместо словесного портрета известной нам конкретной ситуации мы получим коллекцию определений (словесных портретов) разных ситуаций, о которых мы (почти) ничего достоверно не знаем; мы не получим *дискурс*, мы получим слова, оторванные от порождающих их ситуаций. По сравнению с фокусировкой, расфокусировка дает нам доступ к иной реальности: к реальности разговора, инициированного *абстрактным* понятием, а не *конкретной предметной ситуацией*.

Строго говоря, для мертоновского ФИ проблемно и обсуждение реальности медийных персон и ситуаций. Даже если они представляются частью широко раз-



деляемого опыта, ситуация *встречи*<sup>4</sup> с ними не обеспечивает обычному рекруту на ФГ той натуралистически понимаемой экспертности, которую дает личное участие в событии испытуемым мертоновских ФИ. Пушкин — конечно, «наше все», но Марина Цветаева со знанием дела написала «Мой Пушкин»; Путин, Собянин, «Кока-кола» и иже с преходящим «нашим всем», как *комплексные стимульные ситуации*, — тоже у каждого свои в силу обостренных постмодерным укладом особенностей формирования личного опыта, отмеченных еще в глубоком состоянии модерна (см., например, [Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1948]).

### Список литературы (References)

Бауман З. От паломника к туристу / пер. с англ. О. А. Оберемко // Социологический журнал. 1995. № 4. С. 133—154.

Bauman Z. From Pilgrim to Tourist / Trans. from English by O. A. Oberemko. *Sociological Journal*. 1995. No. 4. P. 133—154. (In Russ.)

Белановский С. А. (1996) Метод фокус-групп. М.: Магистр.

Belanovsky S. A. (1996) Method of focus groups. Moscow: Magister. (In Russ.)

Бергер П., Лукман Т. Конструирование социальной реальности: Трактат по социологии знания / пер. с англ. яз. Е. Д. Руткевич. М.: Медиум, 1995.

Berger P., Luckman T. Construction of Social Reality: A Treatise on the Sociology of Knowledge / Transl. from English by E. D. Rutkevich. Moscow: Medium, 1995. (In Russ.)

Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI: Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217—237. URL: <http://kant.narod.ru/grice.htm> (проверено 20.10.2018).

Grice H. P. Logic and Conversation. *News in Linguistics Abroad*. No. XVI: Linguistic Pragmatics. Moscow: Progress, 1985. URL: <http://kant.narod.ru/grice.htm> (accessed: 20.10.2018). P. 217—237. (In Russ.)

Дмитриева Е. В. (1998) Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр.

Dmitrieva E. V. (1998) Focus groups in marketing and sociology. Moscow: Centre. (In Russ.)

Крюгер Р., Кейси М. Э. (2003) Фокус-группы: Практическое руководство / пер. с англ. СПб.; Киев: Вильямс.

Krueger R. A., Casey M. A. (2003) Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. Saint Petersburg; Kyiv: Williams. (In Russ.)

Левинсон А., Стучевская О. (2003) Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. № 1. С. 46—55.

Levinson A., Stouchevskaya O. (2003) Focus Groups: Evolution of the Method. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 46—55. (In Russ.)

<sup>4</sup> Эти встречи сравнимы с тем, что З. Бауман назвал не-встречами (mismatch): «случайными пересечениями без взаимных влияний» [Бауман, 1994: 143].

Маслова О. М. (1995) Количественная и качественная социология: методология и методы (по материалам круглого стола). *Социология 4М*. № 5—6. С. 5—15.

Maslova O. M. (1995) Quantitative and Qualitative Sociology: Methodology and Methods (Proceedings of a Panel Discussion). *Sociology 4M*. No. 5—6. P. 5—15. (In Russ.)

Мельникова О. Т. (2007а) Методики и техники фокус-группового исследования // *Социология 4М*. № 24. С. 7—27.

Melnikova O. T. (2007a) Methods and Techniques of Focus-Group Research. *Sociology 4M*. No. 24. P. 7—27. (In Russ.)

Мельникова О. Т. (2007б) Фокус-группы: Методы, методология, модерирование. М.: Аспект Пресс.

Melnikova O. T. (2007b) Focus-Groups: Methods, Methodology, Moderating. Moscow: Aspect Press. (In Russ.)

Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью / пер. с англ. Т. Н. Федоровской под ред. С. А. Белановского. М.: Институт молодежи, 1991. URL: <http://socioline.ru/pages/rmerton-mfiske-pkendall-fokusirovannoe-intervyu> (дата обращения: 22.07.2018).

Merton R., Fiske M., Kendall P. (1991) The Focused Interview. Trans. from English by T. N. Fedorovsky, ed. by S. A. Belanovsky. Moscow: Youth Institute. URL: <http://socioline.ru/pages/rmerton-mfiske-pkendall-fokusirovannoe-intervyu> (accessed: 22.07.2018). (In Russ.)

Рогозин Д. М. Открытые вопросы в массовых исследованиях // *Социологический журнал*. 2001. № 3. С. 29—70.

Rogozin D. M. (2001) Open Questions in Survey Research. *Sociological Journal*. No. 3. P. 29—70. (In Russ.)

Садмен С., Брэдберн Н., Шварц Н. Как люди отвечают на вопросы. Применение когнитивного анализа в массовых обследованиях / пер. с англ. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003.

Sudman S., Bradburn N., Schwarz N. (2003) Thinking about Answers: The Application of Cognitive Processes to Survey Methodology / Transl. from English. Moscow: Institute of Public Opinion Foundation. (In Russ.)

Шуман Г., Прессер С. Открытый и закрытый вопрос / пер. с англ. Г. А. Заикиной // *Социологические исследования*. 1982. № 3. С. 145—156.

Schuman H., Presser S. The Open and Closed Question. *Sotsiologicheskiiye Issledovaniya*. 1982. No. 3. P. 145—156. (In Russ.)

Bogart L. (1984) *Strategy in Advertising*. 2d ed. Chicago: Crain Books.

Carpini D., Williams B. (1994) The Method is the Message: Focus Groups as a Method of Social, Psychological, and Political Inquiry. *Research in Micropolitics: New Directions in Political Psychology* / Ed. M. X. Delli Carpini, L. Huddy, R. Shapiro. Greenwich, CT: JAI Press. Vol. 4. P. 57—85. URL: [http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1400&context=asc\\_papers](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1400&context=asc_papers) (дата обращения: 21.07.2018).

Davidson D. (1963) Actions, Reasons, and Causes. *The Journal of Philosophy*. Vol. 60. No. 23. P. 685—700.

Gosnell H. S. (1927) *Getting Out the Vote: An Experiment in the Stimulation of Voting*. Chicago: University of Chicago Press.

Grice H. P. *Logic and Conversation. Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts*. Ed. by P. Cole, J. Morgan. N.Y.: Academic Press, 1975. P. 41—58.

Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H. (1948) *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.

Merton R., Fiske M., Kendall P. (1956) *The Focused Interview*. Glencoe: Free Press.

Merton R. K., Kendall P. L. (1946) The Focused Interview. *American Journal of Sociology*. Vol. 51. P. 541—557.

Merton R. (1987) The Focused Interview and Focus Groups: Continuities and Discontinuities. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 51. No. 4. P. 550—556.

Morgan D. L., Spanish M. T. (1984) Focus groups: a new tool for qualitative research. *Qualitative Sociology*. Vol. 7. P. 253—270.

*Reasons and Causes: Causalism and Anti-Causalism in the Philosophy of Action*. (2013) Ed. by G. D'Oro, C. Sandis. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Rogers C. R. (1942) *Counseling and Psychotherapy*. New York: Houghton Mifflin Co.

Schuman H., Presser S. (1979) The Open and Closed Question. *American Sociological Review*. Vol. 44. P. 692—712.

Sudman S., Bradburn N. M. (1982) *Asking Questions: A Practical Guide to Questionnaire Design*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Templeton J. (1987) *Focus Groups: A Guide for Marketing and Advertising Professionals*. Chicago: Probus.