

Целевые исследования по оценке: качественный подход к сбору данных*

ФАУНТЕЙН ДЖ. преподаватель курса «Этническая принадлежность и здоровье»,
Центр этнической принадлежности и здоровья факультета здоровья
Университета Центрального Ланкашира, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии

Настоящий документ представляет собой Методический модуль Глобальной программы по оценке (ГПО), подготовленный при поддержке Управления Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности в качестве составной части деятельности, осуществляемой по линии ГПО масштабов злоупотребления наркотиками. Главные задачи ГПО — это оказание государствам—членам Организации Объединенных Наций помощи в сборе надежных и сопоставимых на международном уровне данных; руководство деятельностью по сокращению спроса на наркотики путем выделения помощи на создание национального потенциала; улучшение отчетности о тенденциях в области наркотиков на национальном, региональном и глобальном уровнях. Методические модули создаются для того, чтобы стать отправной точкой при разработке конкретных мероприятий, и в их основу заложены принципы сбора данных, которые были согласованы международной группой экспертов и одобрены государствами—членами Организации Объединенных Наций. Представленные модели и примеры построены на тех случаях, которые доказали свою эффективность, однако главный принцип заключается в том, что такие подходы будут адаптироваться в соответствии с местными потребностями и условиями. Целевое исследование по оценке основывается на тематическом подходе и множественности методов сбора данных, осуществляемого с помощью исследовательских методик оценки качества. Эти методики используются для изучения конкретного поведения проблемного характера или группы поведенческих признаков среди целевой популяции (например, среди уличных детей, наркоторговцев или этнического меньшинства). Целью исследования является изучение социальных последствий и социального контекста такого поведения с точки зрения целевой популяции и тех групп населения, которые вступают с ней в контакт. Результаты исследования используются для определения, планирования и совершенствования программ контроля и дальнейших исследований. Время проведения такого целевого исследования по оценке составляет от трех до четырех месяцев. Данный документ является практическим руководством при проведении целевого исследования по оценке и предназначен для тех, кто, возможно, не обладает достаточным опытом проведения таких исследований, особенно с помощью качественных методик. В качестве практического руководства настоящий модуль посвящен вопросам, которые необходимы для успешного осуществления исследования и которые иллюстрируются примерами и тематическими исследованиями. Модуль не содержит рассуждений по сложным теоретическим и процедурным аспектам проведения исследования, хотя для тех, кто пожелает изучить данные вопросы более подробно, даются ссылки на другие источники.

Разработка инструмента исследования

Ключевые положения

Инструмент исследования как перечень полуструктурированных вопросов или тем должен точно соответствовать целям и задачам исследования по оценке и готовить его следует самым тщательным образом, чтобы удалось собрать необходимые данные, обеспечивающие достижение целей исследования.

В настоящей главе предлагаются руководящие принципы составления полуструктурированных вопросов, тем интервью, тем для целевых групп и принципов наблюдения.

Важно, чтобы инструмент исследования, предназначенный для использования в предстоящем целевом исследовании по оценке, был тесно увязан с целями и задачами исследования, от которых, в свою очередь, зависят результаты или итоговый доклад данного проекта.

Например, если цель исследования состоит в идентификации поведения в связи с риском ВИЧ и факторов, влияющих на такое поведение среди конкретной группы лиц, употребляющих наркотики, то инструмент исследования должен быть разработан таким образом, чтобы установить, какие существуют риски и при каких обстоятельствах они действуют. Предполагается, что итоговый доклад будет содержать подробную информацию об этих поведенческих рисках и причинах их возникновения.

Инструменты качественного исследования готовятся таким образом, чтобы содействовать изучению среды респондентов с помощью их мнений: респондентам предоставляется возможность ответить на вопросы или подробно обсудить соответствующую тему, а опрашиваемому — возможность задавать уточняющие вопросы. Если такой инструмент имеет слишком жесткую структуру, то респонденты не смогут поделиться своим мнением и жизненным опытом,

* Продолжение. Начало см. Наркология. — 2010. — №3.

а если его структура слишком расплывчата, то в результате может быть собрано слишком много данных, не относящихся к предмету исследования.

Маловероятно, чтобы с помощью качественных интервью и целевых групп удалось в точности выполнить требования инструмента исследования, потому что, скорее всего, невозможно будет предсказать ответы отдельных лиц на полуструктурированные или тематические вопросы или ход обсуждений в рамках целевых групп. В связи с этим, хотя опрашиваемым и участникам целевых групп может показаться, что интервьюер просто с ними беседует, инструмент исследования необходимо тщательно формулировать как структурированный опросник и не допускать:

1) сложных формулировок и профессиональных терминов: вопросы должны быть простыми и четкими;

2) распространенных вопросов, таких, как: «Что вы думаете по поводу рисков совместного пользования шприцами сейчас по сравнению с тем, что вы думали 5 лет назад?» Подобный вопрос может сбить с толку респондентов, и в результате они ответят только на те части вопроса, которые им удастся усвоить;

3) наводящих вопросов, таких, как: «Почему здесь так широко распространена проституция?» Этот вопрос лучше перефразировать следующим образом: «Есть ли в данном районе проституция?» или «Расскажите мне о случаях проституции в этом районе».

Полуструктурированный опросник

Полуструктурированные вопросы можно использовать для опроса индивидуумов или групп (примеры такого опроса были приведены выше). Дополнительно

ный пример предлагается в тематическом исследовании ниже.

Тематическое исследование 16. Полуструктурированный опросник

Цель

Оценить потребности в информации вокруг проблемы употребления наркотиков и оказания наркологических услуг среди групп этнического меньшинства в городе.

Выборка

Представители различных этнических меньшинств в одном из районов Соединенного Королевства.

Выдержка из инструмента исследования, распространенного среди отдельных лиц и групп

Как вы считаете, откуда члены вашей общины получают информацию о наркотиках?

Как вы считаете, какого рода информация о наркотиках необходима вашей общине?

Как вы думаете, в каком формате лучше получать эту информацию? (Опрашивающий: Подскажите, если сочтете необходимым, — письменно, устно, видео, по радио, через Интернет).

Где членам вашей общины удобнее всего получать информацию о наркотиках? (Опрашивающий: Подскажите, если сочтете необходимым, — во врачебном кабинете, в магазинах, общинных центрах, дома, в школах или центрах здоровья).

Источник: Инструмент исследования, примененный Дхиллоном и другими [12].

Тематическое исследование 17.

Выдержка из опросника, демонстрирующая структурированные и полуструктурированные вопросы

Целями исследования, из которых взята настоящая выдержка, предусматривалась оценка наркологических услуг, в которых нуждались бездомные. Опрашивающий представил этот вопрос следующим образом: «Я собираюсь задать вам несколько вопросов о наркологических услугах, которыми вы, возможно, воспользовались?»

	1	2			Заполнить, только если вы никогда не пользовались и не воспользуетесь услугами ("нет" в колонках 1 и 2)	
Тип услуги	Пользовались или нет?	Воспользуетесь (снова) или нет?	Воспользовались в прошлом году?	Воспользовались в прошлом месяце?	А почему не воспользуетесь (снова)?	Что могла бы сделать эта служба для того, чтобы вы воспользовались ее услугами (снова)?
Детоксикация в клинике						
Лечение метадонам						

Источник: опросник, примененный Фаунтейн и Хауз [4].

В ходе интервью с отдельными лицами полуструктурированные вопросы можно сочетать со структурированными вопросами в рамках опросника, как это показано в тематическом исследовании ниже. В этом примере структурированные вопросы содержатся в первых четырех колонках, требующих ответа, и полуструктурированные вопросы — в последних двух колонках.

Темы опроса

Перечень тем или вопросов, которые необходимо охватить в ходе тематического интервью, должен быть максимально сжатым и в то же время включать те вопросы, которые необходимы для достижения целей и задач, поставленных перед исследованием. Цель тематического интервью — получить исчерпывающие ответы по каждой теме; опрашиваемых не следует прерывать из-за того, что перечень является слишком длинным и что опрашиваемому необходимо перейти к следующей теме.

Темы представляются по мере продолжения интервью, и в ходе опроса может нарушаться тот порядок, в котором они изложены в инструменте исследования. Новая тема вводится в процесс опроса как бы походя, например: «Давайте теперь поговорим о...» или «Могу я сейчас спросить вас о...?», хотя для некоторых тем это, возможно, и не понадобится, поскольку опрашиваемый может перейти к их обсуждению спонтанно.

Тематическое исследование 18.

Темы опроса

В Лондоне тематические интервью с отдельными лицами и группами лиц проводились организаторами услуг для бездомных с целью узнать, что они думают по ключевым вопросам, связанным с предоставлением услуг бездомным наркоманам. В ходе интервью обсуждались следующие темы:

- 1) политика организатора услуг в отношении бездомных наркоманов;
- 2) вопросы, связанные с предоставлением услуг наркоманам, которые к тому же еще являются бездомными;
- 3) уровень информированности сотрудников организации, предоставляющей услуги, об употреблении наркотиков;
- 4) адекватность услуг, предоставляемых бездомным наркоманам в Лондоне, и предложения по их улучшению;
- 5) конкретные проблемы и удачи организации в связи с предоставлением услуг бездомным наркоманам и примеры добросовестной практики;
- 6) предложения о том, какие стратегии следует применять, чтобы достучаться до людей, ночующих

под открытым небом (т.е. на улице), если они противятся переменам;

7) мнения по поводу политики правительства, направленной на сокращение числа бездомных.

Источник: Fountain and Howes [4].

Темы для целевых групп

Темы для целевых групп следует готовить, применять и представлять участникам точно так же, как и темы интервью. И опять же перечень тем должен быть кратким: в некоторых случаях обсуждать можно только одну или две темы, хотя в таком случае следует подключить чрезвычайно опытного модератора, с тем чтобы он имел возможность расширять полученные ответы и направлять ход обсуждения в целевых группах в соответствии с целями и задачами исследования.

Тематическое исследование 19.

Темы для целевых групп

В Барбадосе проводилась серия интервью с целевыми группами молодых людей для того, чтобы лучше узнать их мнение о проблеме употребления наркотиков и стратегиях предупреждения распространения наркотиков. До начала работы с целевыми группами был подготовлен перечень тем, гарантирующий охват всех вопросов, относящихся к цели исследования. Были предложены следующие темы:

- 1) типы наркотиков, потребляемых молодежью;
- 2) популярные наркотики;
- 3) возраст приобщения к наркотикам;
- 4) вид распространенного употребления наркотиков среди молодежи;
- 5) частота употребления наркотиков;
- 6) мотивы употребления наркотиков;
- 7) последствия употребления наркотиков;
- 8) влияние стратегий предупреждения распространения наркотиков;
- 9) рекомендации, касающиеся будущих профилактических мер.

Источник: Исследование в рамках целевой группы с целью выяснения мнений молодежи Барбадоса по поводу употребления наркотиков и стратегий предупреждения распространения наркотиков. Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности, Карибское региональное отделение.

Руководство по наблюдению

Как отметила ВОЗ, «почти все, что происходит, поддается наблюдению. Однако это отнюдь не означает, что исследователи должны наблюдать за всем происходящим безо всякой системы». Хотя краткие неструктурированные наблюдения полезны для сбора общей информации, тем не менее, следует готовить руководство по наблюдению, в котором точно указывается, что необходимо наблюдать, и тогда эта процедура будет

проходить более организованно в структурном отношении.

Цель наблюдений состоит в получении данных по ряду аспектов данной среды, и руководство по наблюдению следует разрабатывать приблизительно следующим образом:

1) место: Каковы физические аспекты места, за которым ведется наблюдение?

2) люди: Каковы особенности людей, которые находятся в данном месте, и почему они там находятся?

3) деятельность: Какая деятельность происходит в данном месте?

4) признаки: Имеются ли какие-нибудь признаки, свидетельствующие о смысле происходящего и поведении людей?

5) действия: Что делают люди?

6) события: Является ли наблюдаемое событие регулярно повторяющимся или особым «разовым» явлением?

7) время: В каком порядке происходят события? Какова причина происходящего?

8) цели: К чему стремятся люди в данном месте?

9) связи: Каковы взаимоотношения людей в данном месте? Меняются ли эти отношения с течением времени?

Апробирование инструмента исследования

Все инструменты исследования следует опробовать до того, как они будут окончательно доработаны. Проверку проектов опросников и тем интервью следует проводить с привлечением опрашиваемых, которые будут работать с окончательной версией документа, и опрашиваемых, отвечающих критериям исследований. В ходе процедуры обкатки будут выявлены любые возможные проблемы, касающиеся формулировок вопроса, продолжительности интервью и логики построения инструмента исследования. Пройдет проверку также и способность опрашивающих работать с инструментом исследований и необходимость организации дальнейшей подготовки. В силу аналогичных причин инструменты исследования, предназначенные для целевых групп, должен проверить модератор, назначенный для работы с такими группами.

Сбор данных

Ключевые положения

Существуют различные методы, с помощью которых можно добиваться максимальной эффективности сбора данных и качества собранных данных. Для опрашивающих и модераторов целевых групп важно обладать навыками работы с инструментами исследования. Если имеются соответствующие ресурсы, то интервью и встречи целевых групп следует записывать на аудиопленку и полностью перепечатывать.

Место

Собственно место, в котором проводятся интервью и встречи целевой группы, должно быть максимально физически нейтральным, с тем чтобы это способствовало процессу сбора данных. Например, если интервью с наркоманом, проходящим лечение, организуется в кабинете врача лечебного учреждения, то пациент может испытывать трудности при обсуждении отрицательных аспектов лечения; и молодежь из неблагополучных общин, участвующая в работе целевых групп, может чувствовать себя неловко в формальной обстановке конференц-зала.

Группе, осуществляющей целевое исследование по оценке, следует рассмотреть возможность аренды подходящего помещения, если она не располагает своей собственной исследовательской базой. Следует также учесть, что некоторые интервью, возможно, лучше проводить в местах (в помещении и вне помещений), часто посещаемых представителями целевой выборки.

Для целевых групп стулья и столы следует расставлять по кругу и модератор должен сидеть вместе с участниками: глазной контакт соответствующим образом способствует активности и коммуникабельности участвующих.

В течение всего интервью или встреч целевых групп следует обеспечивать приватность беседы не только потому, что данная встреча является конфиденциальной, но еще и потому, что респонденты будут знать, что они могут говорить свободно. Такие встречи не должны прерываться телефонными звонками или появлением посторонних.

Проведение интервью

Хотя целью качественных интервью является побуждение опрашиваемых к высказыванию своего личного мнения и объяснению своего поведения, «беседа, проводимая в ходе исследовательского интервью, не является взаимодействием двух равноправных партнеров. Налицо асимметрия властных полномочий: опрашивающий определяет ситуацию, представляет темы для обсуждения и с помощью последующих вопросов направляет ход интервью» [21]. В настоящем разделе обсуждаются необходимые положения, обеспечивающие успех данного метода, т.е. когда интервью помогает получить данные, способствующие достижению целей исследования.

Ознакомление с интервью

Опрашиваемым следует заранее сообщить о том, как долго может продлиться интервью, и об этом им следует напомнить перед самим интервью. Обкатка инструмента исследования поможет установить приблизительную продолжительность интервью.

Прежде чем начать интервью ведущий представляет (если это необходимо) и благодарит опрашиваемого(ых) за то, что он(и) сочли возможным прийти. Следует предложить прохладительные напитки. Присутствующим объясняется цель интервью, их заверяют в том, что конфиденциальность и анонимность будут соблюдены; далее необходимо заручиться согласием присутствующих на ведение магнитофонной записи и/или объяснить цель ведения записи на бумаге приглашаемым помощником.

Тематическое исследование 20.

Обеспечение конфиденциальности

во время интервью или встречи с целевой группой

Была организована целевая группа с участием школьников с целью сбора информации об уровне их осведомленности о наркотиках. Их учительница, которая согласилась выделить на эту встречу время за счет школьных занятий, предполагала остаться в классе на этом собрании. Модератор целевой группы объяснил, что ее присутствие нарушит принцип конфиденциальности, применяемый к получаемой информации, и что присутствие педагога может сковывать активность учеников. Учительница не сдавалась, заявив, что «мои ученики делятся со мной всеми своими помыслами, и они едва ли расскажут вам что-то такое, о чем я еще не знаю. Они не возражают против моего присутствия, и я хочу слышать, что они будут говорить». Модератор продолжал мягко настаивать, пояснив, что кодекс этики, лежащий в основе проекта, означает, что целевая группа не может продолжить свою работу в том случае, если учительница останется, и настоятельно попросил ее покинуть класс.

Источник: Примеры, приведенные в ходе Практикума по планированию и осуществлению целевого исследования по оценке, организованного совместно в рамках ПСЭНЗН и ГПО, 2003 г.

Основные навыки для опрашивающих

Изданные Организацией Объединенных Наций руководящие принципы «Экспресс-оценка злоупотребления наркотиками и соответствующие меры» [4] являются ценным источником, из которого удалось почерпнуть большую часть информации по этому вопросу, излагаемой ниже.

Предлагаемые в настоящем разделе положения применимы ко всем опрашиваемым лицам (независимо от того, обладают ли они привилегированным доступом или являются членами группы исследователей), ко всем интервью (независимо от того, опрашиваются ли отдельные лица или группы лиц) и ко всем типам интервью (независимо от того, являются ли они полуструктурированными или тематическими).

Разумеется, хочется надеяться, что опрашиваемые свободно ответят на все вопросы и что все темы, перечисленные в инструменте исследования, будут исчерпаны.

Однако, если будут затрагиваться щекотливые вопросы, опрашивающий может столкнуться с проблемами, даже несмотря на то, что он будет снабжен отличным инструментом исследования. Например, опрашиваемым, возможно, нелегко будет указать мотивы своего конкретного поведения или рассказать о своих переживаниях в силу того, что:

- 1) мотивация может быть подсознательной или намеренно подавляться;
- 2) они не привыкли обсуждать свои переживания;
- 3) им важнее сохранить свое собственное представление о себе, чем откровенничать с интервьюером о том, почему они ведут себя так, а не иначе;
- 4) они могут сказать то, что обычно говорится об определенной линии поведения;
- 5) редко какое-либо поведение может объясняться одним мотивом;
- 6) они просто не желают раскрывать некоторые аспекты своего поведения (особенно, если оно идет вразрез с законом) перед интервьюером, поскольку они считают, что в результате предстанут в глупом виде, невеждами или социальными изгоями.

Обучение навыкам проведения интервью

Для сбора требуемых данных и соответственно достижения целей исследования по оценке необходимо обстоятельно подготовить интервьюеров.

Хотя изучение некоторых из многочисленных учебников по этому предмету поможет получить определенные теоретические основы проведения интервью, вся имеющаяся литература по этому вопросу подчеркивает, что наилучшим методом подготовки является проигрывание своей роли, пользуясь инструментом исследования. Флик предлагает такие занятия записывать на видео- или аудиопленку, после чего все интервьюеры, принимающие участие в исследовании, их анализируют [1] с точки зрения «ошибок в ходе интервью, степени использования руководства по проведению интервью, выполнения процедур и решения задач в ходе объявления новых и замены старых тем, поведения интервьюера и его реакции при общении с опрашиваемым лицом», с тем чтобы выявить проблемы и обсудить их решения.

К числу других методов подготовки интервьюеров относится ознакомление их с записанными интервью, прослушивание аудиозаписей или просмотр видеозаписей и присутствие на интервью, проводимых более опытными коллегами.

Понимание соответствующих вопросов, относящихся к исследованию и наркотикам

Для того, чтобы провести интервью уверенно и компетентно, интервьюер, участвующий в осуществлении целевого исследования по оценке, должен вникнуть во все аспекты процедуры исследования, с тем чтобы четко представлять себе, какая роль отводится его работе в масштабах всего проекта.

Кроме того, интервьюер должен также понимать основные концепции, относящиеся к употреблению наркотиков, наркологическим услугам и правовым вопросам. Сюда относится, например, знание современных названий наркотиков, которыми пользуются потенциальные респонденты.

Хорошая коммуникабельность и контактность

Решающее значение для сбора данных, особенно по щекотливым темам, имеет умение интервьюера налаживать контакты и отношения со своей аудиторией. Эти качества помогают интервьюеру заручиться доверием опрашиваемых и получать откровенные ответы.

Установление отношений с опрашиваемыми отнюдь не означает, что интервьюер должен быть одним из них, ему, скорее, следует проявить неподдельный интерес к лицу (лицам), которого (которых) он опрашивает, и к их ответам на вопросы.

Хотя и не существует таких понятий о внешности интервьюера, как «правильная» и «неправильная», при его рекрутировании следует учитывать и то впечатление, которое производит его внешность (т.е. то, как он выглядит и держится). Например:

1) если к интервью предполагается привлечь молодежь из неблагополучного района, которая проводит все свое время на улице, то 60-летний хорошо одетый человек, который явно чувствует себя неуютно в этом районе, едва ли может подойти на роль соответствующего интервьюера;

2) если интервьюер, которого потенциальная аудитория знает как сотрудника полиции, проводит интервью с молодежью и задает им вопросы о том, какие наркотики они употребляют, ответа он может не получить. Вместе с тем, молодые люди могут спокойно обсуждать общие вопросы, связанные с употреблением наркотиков их сверстниками, с сотрудником полиции, которого они знают, при условии, что им не будут задавать вопросы, компрометирующие их самих или их друзей; знание местечковых выражений, используемых респондентами, поможет установлению контактов и связей, и интервьюер или модератор целевой группы не будут прерывать ответы с просьбой объяснить значение тех или иных слов и выражений.

Непредвзятое отношение

Интервьюеру следует удерживать себя от роли судьи, услышав рассказ опрашиваемого, ибо такая

реакция повлияет на последующие ответы опрашиваемых. Например:

1) если в ходе проводимого опроса интервьюер дает понять (на словах, мимикой или жестом), что он решительно не одобряет употребление наркотиков, то респонденты, употребляющие наркотики, могут не дать откровенных ответов на последующие вопросы на эту тему. Они могут, в частности, преувеличить свои впечатления от употребления наркотиков с целью шокировать интервьюера или недосказать о том, что с этим связано, поскольку они почувствуют неодобрение интервьюера и не пожелают, чтобы возникла такая ситуация;

2) если опрашиваемый доверяет интервьюеру настолько, что расскажет ему о тех противоправных поступках, которые были им совершены с целью добыть денег на приобретение наркотиков, интервьюер должен реагировать на услышанное, по возможности, совершенно спокойно, независимо от того, насколько шокирующими будут такие рассказы.

Предвзятость означает также и одобрение ответов опрашиваемых. Например, если интервьюер подает одобряющие сигналы во время рассказа молодого человека о том, что он никогда не употреблял запрещенных наркотиков, а затем спрашивает, не намерен ли он употреблять их в будущем, то автоматически последует «нет», поскольку опрашиваемому молодому человеку захочется и дальше видеть одобрительную реакцию интервьюера.

Способность фиксировать словесные и несловесные признаки

Интервьюер должен уметь фиксировать словесные и несловесные признаки, указывающие на настроение его аудитории. Это означает, что он должен чувствовать, когда присутствующим становится скучно, когда они устали, рассержены, расстроены или смущены задаваемыми вопросами.

Примеры словесных и несловесных признаков и реакция интервьюера

Если респондент говорит, что он не хочет отвечать на вопросы личного характера, интервьюер должен согласиться с тем, что вопросы и в самом деле носят очень личный и щекотливый характер, но в то же время надо напомнить опрашиваемому, что его ответы очень важны для исследования. Разумеется, если опрашиваемый будет продолжать отказываться отвечать на такие вопросы, то интервьюеру придется с этим смириться.

Если опрашиваемый явно устал и не способен воспринимать обсуждаемые вопросы, то интервью следует прекратить и перенести на другое время.

Интервью отнюдь не является консультацией. Вместе с тем, если опрашиваемый явно расстроен обсуждаемыми вопросами, интервьюеру следует оставаться с ним до тех пор, пока он не успокоится.

Способность развивать ответы с целью уточнения возникающих вопросов, следуя при этом инструменту исследования

Как бы там ни было, работая на или против интервьюера, который ведет полуструктурированные или тематические интервью, респонденты, как правило, бывают очень рады поговорить о себе и о своих переживаниях — лечащиеся наркоманы любят поговорить об оказываемых им терапевтических услугах точно так же, как, например, политики любят поговорить о том, как делается политика, им льстит то, что их мнения необходимы для реализации исследовательского проекта. В связи с этим интервьюер должен постоянно балансировать, побуждая респондента, чтобы тот поделился с ним нужной информацией, и удерживая его от стремления выдать информацию, которая, какой бы интересной она ни была, не относится к перечню вопросов или тем и, следовательно, к целям исследования.

Удерживать опрашиваемого «в колее» означает для интервьюера, что он должен принимать решения, которые, по его мнению, устраивают одновременно и респондента, и цели исследования. Эта задача не из простых. Если прервать респондента на полуслове для того, чтобы перейти к следующему вопросу, то уровень откровенности в последующем может снизиться и ценная контекстуальная информация не будет передана. С другой стороны, если его не прерывать, то некоторые вопросы и темы, возможно, не будут охвачены так же подробно, как и другие, и от них придется полностью отказаться из-за ограниченности времени.

Интервьюер должен уметь слушать и запоминать то, что было сказано опрашиваемым ранее, для того чтобы можно было увязать концы с концами, выявить противоречия и задать последующие вопросы с целью уточнения ответа. При дальнейшем изучении ответов следует прибегнуть к ненаправленным зондирующим вопросам, с тем чтобы у опрашиваемого появились интерес и стремление к продолжению.

Примеры ненаправленных зондирующих вопросов

- «Расскажите мне поподробнее о...»
- «Расскажите мне поточнее о том, что произошло, когда вы...»
- «Вы можете мне привести пример...?»
- «Правильно ли я вас понял, когда вы сказали...»
- «Не могли бы вы объяснить немного поподробнее, что вы имели в виду...?»
- «Почему вы считаете, что именно так обстоит дело?»
- «Вы считаете, что все так думают?»

Умение приспосабливаться к ситуации

Ситуаций, когда интервьюеру необходимо уметь приспосабливаться к ним, возникает много, включая те, которые приводятся ниже:

- когда выясняется, что опрашиваемый находится под влиянием наркотиков, интервью следует прервать и перенести на другое время;
- если непосредственно на месте интервью появились посторонние люди, то следует попросить их удалиться, либо интервью следует прервать и продолжить его в приватном месте;
- порой ничего не остается, как смириться со сложившейся ситуацией и перенести интервью. Примерами могут служить сбои в работе общественного транспорта, помешавшие опрашиваемым вовремя явиться на интервью, или неожиданный успех национальной сборной по футболу, сумевшей пробиться в финал мирового первенства, когда телевидение решило показать этот матч в одно время с интервью.

Проведение собраний целевых групп (фокус-групп)

Многие из навыков, которые необходимы руководителю целевой группы, схожи с теми, которые нужны интервьюеру. Однако принципиальное различие между целевой группой и интервью заключается в том, что взаимодействие членов группы снижает уровень контроля ведущего за процессом сбора данных: роль модератора сводится к тому, чтобы направлять беседу, а не вести ее за собой, как это делает интервьюер.

Метод получения информации от 10 участников одновременно вместо того, чтобы проводить 10 отдельных интервью, можно рассматривать как весьма желательный, однако, как подчеркивается в Методическом модуле 1 [3], качество данных, собранных в ходе работы с целевыми группами, всецело зависит от способностей ведущего (или модератора), роль которого требует высокого профессионализма и тщательной подготовки.

Ценность целевой группы заключается в том, что с помощью перечня тем или полуструктурированных вопросов модератор [5] использует динамику поведения группы, с тем чтобы сконцентрировать ее внимание на ключевых вопросах, но не мешает естественному ходу обсуждения в группе. В настоящем разделе рассматриваются положения, которые необходимы для успешного применения этого метода.

Задачи модератора

Представление целевой группы

Первые минуты собрания целевой группы задают тон группе, и в связи с этим модератор играет решающую роль. Когда участники собрания входят в помещение, их приветствует модератор. Раздача прохладитель-

ных напитков в этот момент побуждает участников к «светской беседе» и помогает им снять напряжение.

После того, как участники займут свои места, модератор благодарит их за то, что они пришли, представляет их друг другу и объясняет цель собрания целевой группы, с тем чтобы пояснить свои ожидания и ожидания участников от этого собрания.

После этого участников следует заверить в том, что члены команды исследователей будут хранить всю полученную в ходе собрания информацию в условиях конфиденциальности и что в докладе исследования имена и фамилии будут изменены. Участников следует также предупредить о том, чтобы они не разглашали информацию, услышанную от других участников. Вместе с тем, им следует также разъяснить, что полностью гарантировать соблюдение конфиденциальности невозможно и что им следует самим определиться в интересах собственной безопасности, какую информацию они могут огласить в ходе собрания.

Следует получить согласие участников на запись хода собрания на пленку и/или объяснить цель участия в собрании помощника для записей.

Затем модератор объясняет основные правила процедуры: что говорить следует по очереди и что участникам следует воздерживаться от критики в адрес других выступлений (т.е. они могут сказать, что они не согласны с другим участником и объяснить почему, но не отпускать такие фразы, как, например, «ты говоришь какие-то глупости» или «не знаю, как ты можешь сидеть здесь и утверждать такую гнусную вещь»).

На собрании целевой группы

Задачи модератора целевой группы заключаются в том, чтобы поощрять различные высказывания, побуждать участников полемизировать и задавать энергичный и неформальный тон собранию.

Для того чтобы вклад собравшихся в проходившее обсуждение был максимальным, каждый участник должен почувствовать, что его мнение что-то значит. Вполне вероятно, что найдутся один—два участника, которые попытаются доминировать, а также один—два участника, которых придется побуждать высказаться. И помочь им модератор может следующим образом:

- 1) «Если ваше мнение отличается от мнения тех людей, которые здесь высказывались, то я хотел бы его услышать, поскольку вы представляете значительную часть тех людей, которые, так уж получилось, не входят в состав нашей целевой группы»;
- 2) «Давайте послушаем кого-нибудь еще, кто думает совершенно иначе»;
- 3) «Ваше мнение здесь еще не прозвучало».

Само собой разумеется, что цель группы заключается в том, чтобы поддерживать обсуждение. Если обсуждение стихает, то в арсенале модератора есть

ряд тактических приемов, способных его оживить. Например:

1) участников можно попросить закончить такие фразы: «Наибольшая опасность от употребления наркотиков — это...», «Наилучшим средством предупреждения инфекции ВИЧ является...», «Я бы посоветовал молодому человеку...»;

2) модератор может выйти из комнаты на несколько минут для того, чтобы участники могли начать разговор между собой;

3) участников можно попросить высказать то, что они недоговаривают.

По окончании обсуждения в целевой группе

По окончании обсуждения модератор подводит итоги основных моментов (если удастся выяснить, все ли участники умеют читать, то можно будет воспользоваться схемой на нескольких страницах) и спрашивает, согласны ли с этим итогом участники.

А затем участникам предлагается высказаться о том, что они думают по поводу прошедшего собрания и есть ли у них вопросы. В заключение модератор благодарит их за участие и закрывает собрание. Однако последний, кто покидает комнату, — это модератор: прощаясь с ним, участники могут сообщить дополнительную важную информацию.

После собрания целевой группы

Сразу же после окончания собрания целевой группы модератор и помощник для записей должны на бумаге (или с помощью диктофона) отметить следующее:

- 1) свои впечатления от общения с участниками;
- 2) инциденты, которые затрудняли обсуждение или способствовали ему;
- 3) степень, до которой, по их мнению, участникам удалось «раскрыться».

Кроме того, записи, сделанные помощником, следует сразу просмотреть, чтобы убедиться в том, что они правильно отражают ход собрания целевой группы. Следует подчеркнуть важные пункты, внести дополнительные пояснения и заполнить пропуски.

Дополнительный опросник

Структурированные данные можно получить от участников целевой группы с помощью анонимного опросника, хотя этот метод не рекомендуется, если модератор не вполне уверен, что все участники умеют читать и писать. Опросник должен быть максимально кратким, с тем чтобы его заполнение не отбирало времени у дискуссии, и запрашивать нужно только ту информацию, которая необходима в соответствии с целями исследования и которая не будет охвачена в ходе обсуждения.

Например, данные о возрасте, поле и занятии участников понадобятся для описания выборки в заключительном докладе исследования. Другая соответствующая информация, которую участники могут не захотеть объявлять публично, включает в себя уровень их образования, материальное положение, употребление наркотиков и поведение, связанное с риском заразиться ВИЧ.

На Практикуме по планированию и осуществлению целевого исследования по оценке, организованном совместно в рамках ПСЭНЗН и ГПО в 2003 г., участники обсуждали вопрос о том, когда следует заполнять этот опросник: до или после собрания целевой группы. Мнения по этому вопросу разошлись: некоторые считали, что если опросник содержит щекотливые вопросы — например, об употреблении наркотиков или о поведении, связанном с риском инфекции ВИЧ, — то его следует заполнять до того, как на собрании возникнет атмосфера откровенности; по мнению других, если опросник заполнять в конце собрания, то участники могут заспешить к выходу и неохотно откликнуться на просьбу его заполнить.

Запись ответов, получаемых в ходе интервью и собраний целевых групп

Следует тщательно взвесить решение о том, какая часть ответов носителей информации должна быть записана, с тем чтобы можно было обеспечить достижение целей исследования по оценке. Для этого существует три метода:

- 1) интервьюер или модератор целевой группы делают записи по ходу опроса и полностью оформляют ответы после его проведения;
- 2) на интервью или собрании целевых групп присутствует помощник, делающий записи;
- 3) интервью записывается на магнитофон.

Техника записи интервьюером или модератором

Когда интервьюер или модератор делают запись в ходе опроса, то такая ситуация сопряжена с рядом отрицательных моментов:

- 1) невозможно будет поддерживать с респондентом глазной контакт, который побуждает к разговору, или установившееся взаимопонимание;
- 2) если сосредоточиться на записи, то можно упустить отдельные штрихи, заслуживающие дальнейшего зондирования;
- 3) респондент может прервать свой ответ, пытаясь разглядеть производимую запись;
- 4) если записываются только части ответа, то интервьюер/модератор решает, что записывать, и тем самым подает сигналы о том, какие ответы важны, а какие нет;
- 5) респондент может попытаться продиктовать то, что надлежит записать;

6) респондент может прервать свой рассказ, поскольку он или она сочтет, что интервьюер/модератор не успевает записывать его или ее ответы.

Коротко говоря, запись интервьюера или модератора целевой группы — далеко не самый удачный метод регистрации ответов. В ходе опроса они смогут делать лишь краткие записи и им придется полагаться на свою память и вспоминать то, о чем говорилось в ходе опроса и, что важнее всего, ту атмосферу, в которой происходило обсуждение. Если метод записи необходим, то интервьюеру или модератору следует составлять более подробные записи непосредственно после опроса.

Использование помощника для ведения записей

Записывающий, располагающийся стратегически на удалении от опрашивающего и опрашиваемого или, если речь идет о целевой группе, на удалении прямого визуального контакта с носителями информации, может в какой-то степени избежать тех недостатков, о которых говорилось выше, хотя записать каждое произнесенное слово будет невозможно.

Если будет применяться этот метод, то записывающему лицу и интервьюеру или модератору следует обсудить и расширить свои записи непосредственно после опроса, а не откладывать это на потом, доверяясь своей памяти.

Магнитофонная запись

Основным недостатком ведения записи является то, что полученные таким образом данные и их анализ зависят от точности и объективности регистрации ответов записывающим лицом. В связи с этим настоятельно рекомендуется ход интервью и собрания целевых групп, устраиваемых для целей проведения исследования по оценке, записывать на магнитофон, если только против этого респондент(ы) не возражает(ют). Они, скорее всего, согласятся на магнитофонную запись, если им объяснить, что интервьюер или модератор предпочитает сосредоточить свое внимание на том, что они говорят, а не на процессе ведения записей, и если они получают заверения в том, что:

- 1) конфиденциальность будет гарантирована;
- 2) их имена и фамилии, а также имена и фамилии других лиц или название организации, которую они могут упомянуть, обязательно будут изменены в каком бы то ни было докладе о результатах исследования;
- 3) никто из посторонних, кроме членов группы исследователей, не будет иметь доступа к пленке;
- 4) запись будет уничтожена сразу же после ее перепечатки.

В отличие от ответов на структурированный опросник, ответы, получаемые в ходе качественного интервью и собрания целевой группы, невозможно

будет вновь воспроизвести. В связи с этим, поскольку пленки могут выходить из строя, следует иметь две записи, а если магнитофоны работают на батарейках, то всегда необходимо иметь запас батареек.

Записывающие устройства должны быть хорошего качества, с тем чтобы записи можно было легко прослушать и перепечатать. Магнитофон, способный записать интервью с одним лицом, может не подойти для записи обсуждения в рамках целевой группы.

Место записи на пленку следует тщательно планировать и опробовать до начала интервью или собрания целевой группы. На качество записи может влиять, например, шум транспорта, если магнитофон будет находиться недалеко от открытого окна.

Перепечатывание аудиозаписей

Настоятельно рекомендуется делать аудиозаписи интервью и собраний целевых групп, проводимых для целевого исследования по оценке. Однако, чтобы эти данные можно было проанализировать, их следует перепечатать на бумагу. Решение о том, какую часть сказанного следует перепечатывать, необходимо рассматривать на стадии планирования исследования, поскольку на это требуется выделять соответствующие ресурсы. Одночасовая запись на пленку может потребовать до шести часов перепечатки в полном объеме, а перепечатанный текст займет 20 листов бумаги. Вместе с тем, если есть необходимые ресурсы, рекомендуется перепечатать весь материал полностью, чтобы легче было анализировать данные и отбирать цитаты из сообщений респондентов в качестве примеров, подкрепляющих результаты исследования.

Если ресурсы не позволяют перепечатать аудиозаписи слово в слово, то важно делать подробные записи с прослушанных пленок для того, чтобы можно было сделать анализ данных и получить полное представление о характере респондента. В этом случае лицо, делающее запись, должно быть в полной мере ознакомлено с целями исследования, ибо это позволяет ему правильно выбирать фрагменты для записи.

Ниже даются примеры полной перепечатки и удачных отрывков магнитофонной записи. Последний пример показывает, как выглядят неудачно сделанные записи по сравнению с богатой информацией, собранной в ходе качественных интервью.

Примеры различий между полной перепечаткой и отдельными записями

Интервьюер: Что могла бы сделать наркологическая служба для того, чтобы вы вновь захотели обратиться к ней?

Полная перепечатка ответа с пленки

Опрашиваемый: [горячо] Ничего. Абсолютно ничего. Я был там 3 раза. Я не собираюсь обращаться к

ним снова. Во-первых, пользы от них никакой. Да, они подвергнут вас детоксикации, но посмотрите на меня — я был там целых 3 раза и 3 раза я вновь брался за старое [героин]. Их методика не работает. И потом, находиться там ужасно. Людей мучает рвота, повсюду слышны стоны и плач [это действительно невыносимо]. Не очень-то приятно, не так ли? И, в-третьих, конечно, вам проводят детоксикацию, ну а что потом? Вас выписывают, и вы возвращаетесь в свою квартиру, и вы знаете, где находятся дилеры, и все ваши приятели сидят на наркотиках, и что вам остается делать после этого? Сказать им всем, чтоб шли они к... и постараться изменить свою жизнь? И все так просто? Не смешите меня! Я колюсь уже 20 лет, так что теперь мне уже не остановиться, ведь так? [горький смех].

Удачная перепечатка звукозаписи

[горячо] Абсолютно ничего. Был там три раза, и снова употребляю героин; так что они не помогают. Ужасные эти места, поскольку другие люди проходят детоксикацию [здесь воспроизводятся реальные переживания — имитируемые им звуки действительно отвратительны]. После детоксикации приходится возвращаться домой — ты знаешь, где находятся сбытчики наркотиков, и все твои друзья сидят на наркотиках. Изменить жизнь непросто. Употреблял героин слишком долго, чтобы изменить жизнь [горький смех].

Неудачные тезисы сделанной звукозаписи

Носитель информации говорит, что наркологическая служба ничего сделать не может.

Источник: Презентация Практикума по планированию и осуществлению целевого исследования по оценке, организованного совместно в рамках ПСЭНЗН и ГПО, 2003 г.

Перепечатка с пленки записей, сделанных на собраниях целевой группы

При перепечатке магнитофонных записей обсуждений, проходивших на собраниях целевых групп, необходимо принимать во внимание следующие соображения:

1. В идеальном случае модератор целевой группы или лицо для записей должны перепечатать пленки с записями собрания целевой группы, сверяясь при этом с записями, сделанными в ходе опроса. Это поможет, например, включить в запись важные моменты, не выраженные словами. Например, хороший специалист запишет, что, когда участник собрания высказал свой комментарий, остальные члены группы кивнули в знак согласия. Такое согласие невозможно зафиксировать на аудиопленке;

2. Хотя различать голоса среди десяти других участников затруднительно, лицу, перепечатающему запись, следует попытаться это сделать путем

присвоения выступающему псевдонима или номера. Порой многое проясняется от того, что данную точку зрения выразил только один человек или что его поддерживали несколько человек. Эта задача упрощается, если лицо, перепечатавшее запись, выполняло также роль модератора или записывающего;

3. В отношении целевых групп, состоящих из мужчин и женщин, при перепечатке должен быть указан пол респондента;

4. К перепечатке обсуждения с пленки следует добавлять, если это целесообразно, впечатления лица, делавшего записи, и модератора.

Рабочие записи исследователей

Полезным дополнительным источником данных служат рабочие записи, которые делают сборщики данных по вопросам, не охваченным в инструменте исследования.

Сюда могут относиться комментарии по поводу их собственных впечатлений, вынесенных в ходе интервью или собраний целевых групп, и другие потенциально важные наблюдения, касающиеся, например, места, в котором происходил сбор данных.

Мониторинг процедуры сбора данных

Интервьюеры и модераторы целевых групп должны встречаться с остальными членами исследовательской группы на регулярной основе для обмена полученным практическим опытом. На таких встречах следует определять проблемы, связанные с инструментом исследования и доступом к целевой популяции: может оказаться так, что инструмент исследования и стратегии доступа потребуются пересмотреть, или что интервьюеру или модератору потребуются дополнительное время на подготовку.

Эти встречи также дают возможность исследователям посоветоваться с коллегами, которые могут поделиться своим личным опытом, в том числе и о неприятных инцидентах и угрозах, требующих вмешательства и поддержки со стороны других членов команды исследователей.

Хранение данных

Необработанные данные (записи на аудиопленке, законченные графики интервью, записи, сделанные в ходе интервью и собраний целевых групп, и рабочие записи) должны храниться аккуратно не только в целях поддержания «домашнего порядка», но и по этическим соображениям, особенно с целью обеспечения конфиденциальности.

Окончание в следующем номере

Список литературы

Упомянуть в настоящем разделе все высокопрофессиональные пособия, посвященные исследовательским методам, не представляется возможным, поэтому ниже перечисляются лишь те из них, на которые содержатся ссылки в тексте.

1. Flick U. An introduction to qualitative research (London, Thousand Oaks, California and New Delhi, Sage Publications, 1998).

2. Tim Rhodes, The multiple roles of qualitative research in understanding and responding to illicit drug use // Understanding and responding to drug use: the role of qualitative research / J. Fountain, G. Greenwood, K. Robertson, eds., European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction Monograph Series, №4 (Lisbon, European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2000). — P. 21—36.

3. Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности. Методический модуль 1: Создание комплексной информационной системы по наркотикам // Наркология. — 2009. — № №1—4.

4. J. Fountain and S. Howes, «Rough sleeping, substance use and service provision in London, final report to Crisis» (London, National Addiction Centre, 2001).

5. Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности, Руководящие принципы разработки и осуществления экспресс-оценки положения в области злоупотребления наркотиками (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.99.XI.12, 1999 г.).

6. Jennifer Mason, Qualitative researching (London, Thousand Oaks, California and New Delhi, Sage Publications, 1996).

7. Michael Agar, The professional stranger: an informal introduction to ethnography (New York, Academic Press, 1980).

8. Patricia A. Adler, Wheeling and dealing: an ethnography of an upper-level drug dealing and smuggling community (Washington, D.C., Columbia University Press, 1985).

9. Dick Hobbs and Tim May, eds., Interpreting the field: accounts of ethnography (Oxford, Oxford University Press, 1993).

10. Paul Atkinson and Martyn Hammersley, «Ethnography and participant observation», Strategies of qualitative inquiry, Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln, eds. (London, Thousand Oaks, California and New Delhi, Sage Publications, 1998). — P. 110—136.

11. World Health Organization, SEX-RAR guide: the rapid assessment and response guide on psychoactive substance use and sexual risk behaviour (World Health Organization, 2002).

12. Perminder Dhillon and others, «Drug information needs of diverse communities in Hertfordshire, phase one: final report to Hertfordshire Drug Action Team and Hertfordshire Health Authority» (Preston, United Kingdom, Centre for Ethnicity and Health, Faculty of Health, University of Central Lancashire, 2002).

13. Annual report on the state of the drugs problem in the European Union, European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (Luxembourg, Office for the Official Publications of the European Communities, 2000).

14. Richard Hartnoll and others, Handbook on snowball sampling (Strasbourg, Council of Europe, 1997).

15. Janusz Sieroslawski and Antoni Zierlinski, «The dynamic of drug use patterns in Warsaw: a qualitative approach», Developing drug information systems in Central and Eastern Europe: missing pieces — nine studies of emerging drug problems: towards a better understanding of drug use in Central and Eastern Europe (United Nations publication, Sales №E.01.XI.9, 2001). — P. 237—254.

16. Peter Blanken, Cas Barendregt and Linda Zuidmulder, «Community fieldwork: bringing drug users into research action», Understanding and responding to drug use: the role of qualitative research / J. Fountain, G. Greenwood, K. Robertson, eds.,

European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction Monograph Series, №4 (Lisbon, European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2000). — P. 291—296.

17. P. Griffiths and others, «Reaching hidden populations of drug users by privileged access interviewers: methodological and practical issues» (London, National Addiction Centre, 1993). — P. 1617—1626.

18. Jon Bashford, Jez Buffin and Kamlosh Patel, «The black and minority ethnic community: drugs misuse needs assessment project, final report» (Preston, United Kingdom, Centre for Ethnicity and Health, Faculty of Health, University of Central Lancashire and London, Department of Health, 2003).

19. Charles D. Kaplan and Elizabeth Y. Lambert, «The daily life of heroin-addicted persons: the biography of specific methodology», Qualitative methods in drug abuse and HIV research, Elizabeth Y. Lambert, Rebecca S. Ashery and Richard H. Needle, eds., National Institute on Drug Abuse Research

Monograph Series №157 (Rockville, Maryland, National Institute on Drug Abuse, 1995).

20. Monika Ciutti, «The 'hidden' population of heroin users in Bratislava», Developing drug information systems in Central and Eastern Europe: missing pieces-nine studies of emerging drug problems: towards a better understanding of drug use in Central and Eastern Europe (United Nations publication, Sales №E.01.XI.9, 2001). — P. 47—68.

21. Steinar Kvale, Interviews: an introduction to qualitative research interviewing (London, Thousand Oaks, California and New Delhi, Sage Publications, 1996).

22. Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности. Методический модуль 7: Этические проблемы в наркоэпидемиологии: вопросы, принципы и руководящие указания// Наркология. — 2009. — №4. — С.38—55.