



DOI 10.22363/2313-1683-2021-18-3-475-488

УДК 303.423.2

Методологическая статья

Метод фокус-групп как претест анкеты для проведения опросов в кросс-культурных и межстрановых сравнительных исследованиях

Д.С. Григорьев 

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

✉ dgrigoryev@hse.ru

Аннотация. В понимании взглядов и поведения членов группы или социальной системы в целом фокус-группы как метод исследования обладают несомненными преимуществами, получившими широкое признание в социальных науках. Этот метод достаточно хорошо «схватывает» взаимодействие между людьми, группами и межличностным окружением. Данные преимущества рассматриваются в ключе смешанной методологии, включающей проведение опроса с использованием фокус-групп в качестве претеста анкеты в сравнительной перспективе в межстрановых и кросс-культурных исследованиях. В этом контексте фокус-группы помогают установить конструктивную эквивалентность и разработать соответствующий контекстно-ориентированный язык для вопросов анкеты. Такое использование метода фокус-групп позволяет преодолеть ограниченную способность опросов достоверно измерять более сложные социально сконструированные понятия, само значение которых может значительно варьироваться от одной группы к другой, особенно в сравнительной перспективе в межстрановых и кросс-культурных исследованиях. С помощью фокус-групп данные собираются более «естественным», приближенным к реальному миру способом, в то время как обобщаемость обеспечивается путем подробного описания конкретных условий, участников и среды исследования. Кроме того, дискуссионная группа – это мыслящее общество в миниатюре, и, в отличие от диадических интервью или опросов, обсуждения в фокус-группах дают участникам возможность высказать свое мнение, обсудить его с другими участниками, выслушать мнения других людей, согласиться или не согласиться с ними, развить свои мысли, рассуждая вслух. Это похоже на то, что происходит в реальной жизни. Предполагается, что более широкое информирование об описанных преимуществах данного подхода для кросс-культурных и межстрановых сравнительных исследований будет способствовать его более активному применению.

Ключевые слова: фокус-группы, опросные методы, составление анкеты, претест, конструктивная эквивалентность, социальный конструкт, кросс-культурные исследования, межстрановые сравнительные исследования

Благодарности и финансирование. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

© Григорьев Д.С., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Введение

Длительная адаптация к местным экологическим условиям и контакт с другими группами определяют различия между группами в развитии и проявлении особенностей культуры и индивидуального поведения (Берри, 2019). Достоверность обнаруженных различий обеспечивается уверенностью в адекватности и надежности метода, который используется в этих целях. Для проведения исследований в области социальных наук, за пределами обычного сравнения качественных и количественных методов и их разного функционального назначения, существует направление так называемой смешанной методологии (*mixed methods research*), которое рассматривает способы их взаимодействия. В смешанной методологии разные методы интегрируются путем использования сильных сторон одних, чтобы компенсировать слабые стороны других (Benítez et al., in press). В качестве примера можно привести сочетание опросного метода и метода фокус-групп для триангуляции (Tashakkori, Teddlie, 2008). Однако именно в нетриангуляционной перспективе, несмотря на широкое использование самой комбинации опросного метода и метода фокус-групп, этим методам уделяется достаточно мало внимания (см. напр., Morgan, 1996). Особенно это касается проведения кросс-культурных и межстрановых сравнительных исследований. В качестве наглядной иллюстрации можно привести известный ресурс *Cross-Cultural Survey Guidelines* (<https://ccsg.isr.umich.edu/>), который в нескольких местах лишь вскользь упоминает эту возможность, при этом довольно мало и поверхностно описывает ее преимущества и сильные стороны. В то же время фокус-группы даже ни разу не упоминаются в тексте некоторых монографий по методологии кросс-культурных исследований (см. напр., *Cross-cultural research..*, 2011) или как бы между прочим встречаются в одном-двух предложениях (Berry et al., 2011; *Cross-cultural analysis..*, 2011; *Fundamental questions..*, 2011).

Это происходит независимо от того, что фокус-группы могут быть, как минимум, успешно использованы для претеста опроса, повышая тем самым валидность измерений посредством: 1) более глубокой и корректной фундаментальной концептуализации явлений, смысл которых определяется через социальные процессы; 2) контекстуализации прикладной концептуализации и операционализации, делая их более сопоставимыми в пространственной и временной перспективе. Таким образом, преимущества совместного использования опроса и фокус-группы достаточно редко проговариваются, что, по видимому, и приводит к эпизодическому использованию данного подхода исследователями. Хотя, интегрируя эти два метода сбора данных, можно выработать такую прикладную концептуализацию и операционализацию, которые бы превосходили те, которые могут быть получены в ходе одного лишь опроса. Эти преимущества связаны с тем, что фокус-группы берут на себя трудную задачу предварительной проработки более абстрактных или сложных понятий для последующей эмпирической работы с ними.

Таким образом, нетриангуляционные функции, которые фокус-группы выполняют для опроса, относятся прежде всего: 1) к оценке применимости прикладной концептуализации к новому контексту; 2) к обоснованности ис-

пользования в новых условиях установленных формулировок вопросов анкеты. Валидность измерений достигается только в том случае, когда ответы достоверно отражают конструкт, который стремятся измерить. Напротив, когда этого не происходит, появляется систематическая ошибка измерения, которая делает полученные данные смещенными (Benítez et al., in press; Cross-cultural analysis., 2011; Van de Vijver, Leung, 1997). Эта проблема ставит два вопроса: 1) о конструктивной эквивалентности, например касательно кросс-культурной/межстрановой сопоставимости; 2) ограниченной способности опросов достоверно измерять более сложные понятия (например, такие как микроагрессия, расизм, идентичность), само значение которых может значительно варьироваться от одной группы к другой даже в рамках одной страны.

Две характерные особенности фокус-групп, непосредственно связанные с корректным процессом измерения, могут позволить преодолеть эти два пункта. Во-первых, данные, создаваемые в фокус-группах, имеют гибкий характер. Несмотря на то, что модератор ведет беседу, участники пользуются высокой степенью свободы, чтобы ответить на любой вопрос. Эта *эмик*-природа данных, получаемых в ходе проведения исследования методом фокус-групп, позволяет использовать их для обеспечения контекста и значения сразу для нескольких мест сбора данных. Во-вторых, фокус-группы по своей природе являются социальными. Они повторяют социальный способ, с помощью которого мнения и идеи возникают и распространяются (Albrecht et al., 1993; Мельникова, 2007). Следовательно, фокус-группы из-за присутствия в них групповой динамики хорошо подходят для построения и пересмотра вопросов для сложных, социально сконструированных понятий, особенно в сравнительной кросс-культурной или межстрановой перспективе.

Описанный вариант сочетания фокус-групп и опроса является, конечно же, не единственным. Таких вариантов может быть четыре (Morgan, 1996). Прежде всего, они могут чередоваться, когда фокус-группа выступает в качестве основного метода, а опрос в качестве вспомогательного, либо наоборот. Вторым основанием для деления этого сочетания является ответ на вопрос: используется ли опрос или фокус-группа в качестве претеста либо, наоборот, в качестве посттеста? Далее будут рассмотрены основные преимущества и сильные стороны использования метода фокус-групп только в качестве претеста анкеты для проведения опроса в сравнительной перспективе в межстрановых и кросс-культурных исследованиях.

Общие особенности и сильные стороны метода фокус-групп

Методологический арсенал социальных наук имеет обширный набор количественных и качественных методов исследования. Ни один специалист в количественных методах не будет спорить с тем, что качественные методы важны для понимания определенных явлений. Например, хотя количественные методы необходимы для понимания распространенности установок и поведения, качественные данные могут помочь понять и объяснить причины, лежащие в их основе. Если опрос идеально подходит для более или менее точного описания индивидуальных характеристик большой популяции, то он имеет ряд ограничений, когда дело доходит до понимания взглядов и

поведения членов группы или социальной системы. Поэтому здесь, чтобы понять более широкий контекст, необходимо использовать другие методы, которые учитывают взаимодействие между людьми, группами и межличностным окружением (Lauri, 2019; Белановский, 2001; Мельникова, 2007; Чеховский, 2017).

Большое число исследований по широкому кругу дисциплин было основано на предположении о том, что фокус-группы в качестве метода исследования имеют методологические преимущества. В частности, это касается содействия открытости в обсуждении и перекрестной верификации разделяемого общего опыта, а также предоставления доступа к уникальным понятиям и языку, которые недоступны количественным методам (Jung, Ro, 2019; Белановский, 2001; Чеховский, 2017). Для практиков фокус-групп взаимодействие между участниками является определяющей характеристикой метода. Многие считают его аналитически неотделимым от «содержания» данных фокус-групп. Возможность непосредственно наблюдать за взаимодействием участников широко признана ключом к высокой оценке полезности фокус-групп (Ayrton, 2019). В некоторой степени фокус-группы объединяют методологические преимущества диадических интервью и стандартизированных опросов, предоставляя более содержательные данные, но от большего числа участников, что характерно для опросов (Morgan, 1996; Белановский, 2001). Тем не менее сразу стоит оговориться, что исследование, в котором сравниваются диадические интервью с фокус-группами, дало неоднозначные результаты относительно того, какой метод более эффективен при изучении «деликатных» тем. Некоторые дополнительные свидетельства все же говорят о том, что диадические интервью могут предоставить более благоприятную среду для обсуждения таких тем (например, обсуждение женщинами своего тела; см.: Kruger et al., 2019). Поэтому всегда нужно соотносить выбор метода и предмет исследования. В связи с этим вполне справедливым представляются распространенные рекомендации о первичности формулирования проблемы и постановки цели исследования, определения его предмета и задач (Белановский, 2001; Дмитриева, 1999; Мельникова, 2007; Татарова, Чеховский, 2012; Чеховский, 2009, 2017).

В последние годы все большее признание получает мнение о том, что содержание обсуждений в фокус-группах и взаимодействие, которое при этом происходит, образуют неделимые грани полученных данных. Однако взаимодействие – это не нейтральная деятельность. Оно пронизано динамикой власти в контексте более широкого общества и в непосредственном контексте обсуждения. Микродинамика власти в обсуждениях в фокус-группах касается отношений власти в той группе населения, из которой участники целенаправленно отбираются, и, следовательно, это наблюдение обогащает результаты исследований. Руководящая же литература по проведению дискуссий в фокус-группах, наоборот, поощряет стратегии снижения проявления отношений власти, хотя в действительности это следовало бы использовать, чтобы дать возможность проявиться всепроникающему характеру социального взаимодействия (Ayrton, 2019). Это хороший пример преимуще-

ства фокус-групп, которое не всегда осознается, а зачастую рассматривается как недостаток.

Кроме того, существуют некоторые довольно распространенные заблуждения касательно процедуры проведения фокус-групп. Например, в вопросе необходимого количества человек в фокус-группе до сих пор существуют некоторое непонимание и путаница, хотя следовало бы всегда приводить обоснование конкретного размера выборки в каждом конкретном исследовании (Glenton, Carlsen, 2019). В более широком контексте было бы также полезно обращать больше внимания на рекомендуемые стандарты отчетности (Morgan, 1996). Это касается и других методов, поскольку сегодня в рамках открытой дискуссии о воспроизводимости результатов в социальных науках, отчетности как никогда уделяется особо пристальное внимание (Munafò et al., 2017; Nosek et al., 2018). Количество же проводимых фокус-групп не может быть определено в начале исследования, это связано с тем, что исследователь прекращает проводить фокус-группы только при определенном уровне насыщенности данных, то есть когда участники уже не говорят ничего нового (Lauri, 2019; Дмитриева, 1999).

При анализе данных, собранных в ходе обсуждений в фокус-группах, надежность и валидность приобретают особое значение. В исследовании, использующем качественные методы, валидность и надежность необходимо рассматривать в более широком смысле, а именно: 1) взгляд на надежность должен в большей степени относиться к достоверности и комплементарности как методов сбора данных, так и их анализа; 2) валидность должна рассматриваться с точки зрения того, насколько обобщаемыми являются результаты, то есть в аспекте генерализации – переноса полученных результатов на более широкие группы населения (Braun, Clarke, 2006). Качественные исследования часто считаются надежными на том основании, что данные собираются более «естественными», более приближенными к реальному миру способами, в то время как «гибкое обобщение» (то есть переносимость результатов) обеспечивается путем подробного описания конкретных условий, участников и среды исследования. Кроме того, дискуссионная группа – это мыслящее общество в миниатюре. И, в отличие от диадических интервью или опросов, обсуждения в фокус-группах дают участникам возможность высказать свое мнение, обсудить свои взгляды и мнения с другими участниками, выслушать мнения других людей, не согласиться с ними или развить свои мысли, рассуждая вслух. Это похоже на то, что происходит в реальной жизни, в семьях, среди друзей, на вечеринках и на других неформальных встречах. И это именно та причина, по которой в случае фокус-групп не нужна вероятностная выборка (Lauri, 2019).

Измерение сложных социальных конструктов

Практика показывает, что исследователи, которые работают в сфере кросс-культурных и межстрановых сравнительных исследований, обращают больше внимания на измерительную, а не конструктивную эквивалентность, то есть тестируют конфигуральную, метрическую и скалярную инвариантность измерительной модели. Однако если измерительная эквивалентность

относится к вопросу, одинаковую ли «линейку» мы используем в разных случаях, то конструктивная эквивалентность относится к вопросу – а не сравниваем ли мы вообще «яблоки» с «апельсинами»? Хотя и то и другое являются угрозой валидности, что более серьезно по своим последствиям, и это, как видится, пояснить не нужно.

Некоторые понятия особенно сложны. К таким, например, относятся находящиеся сейчас на слуху: идентичность, расизм, микроагрессия, риторика ненависти, привилегия и т. д. Сложно определить их непредвзято. Значение этих понятий является предметом значительных споров. Наша интерпретация этих понятий строится интерсубъективно. И поэтому их определения изменяются и развиваются в процессе взаимодействия. В социальных науках они называются социально сконструированными понятиями (или социальными конструктами). Иными словами, конструктами, значение которых высоко контекстуализировано и динамично. Следовательно, их значение отличается от контекста к контексту в зависимости от того, как люди взаимодействуют с другими людьми в обществе. Однако эти понятия (например, гражданская культура или социальная идентичность) часто измеряются исключительно с помощью опросов.

Одна из проблем, связанных с использованием для работы с социальными конструктами исключительно данных опросов, заключается в том, что они являются данными индивидуального уровня. С этим скачком от индивидуума к группе можно попасть в ловушку ошибки агрегации или неверного предположения, что отношения на индивидуальном уровне также имеют одинаковую силу и направление на агрегированном (то есть групповом) уровне (Inglehart, Welzel, 2003; Welzel, Inglehart, 2016). Как было упомянуто, генерация данных в фокус-группах носит синергетический характер и повторяет то, как социальные конструкты обретают смысл с самого начала. Из-за интерактивного характера фокус-групп собранные данные, вероятно, будут отражать более тонкое понимание рассматриваемых концептов. Конечно, это справедливо для всех данных, созданных в фокус-группах. Однако в случае социально сконструированных понятий эти нюансы и/или противоречия имеют жизненно важное значение для создания вопросов анкеты опроса. На практике данные фокус-групп помогают создавать закрытые вопросы, которые предлагают более реалистичные сценарии, отвечающие множественному или противоречивому пониманию различных концептов. Как и в случае контекстуализированных сравнений, рассмотренных далее, фокус-группы помогают формулировать соответствующую фразеологию для достижения большей валидности измерения.

Конечно, фокус-группы не будут переводить социальный конструкт в совершенно достоверный показатель. Потенциально развивающаяся природа этих концептов означает, что, вероятно, не существует полностью достоверного показателя. Кроме того, необходимо проявлять осторожность, чтобы избежать эффекта групповой динамики, называемого «огрупплением мышления» или тенденцией групп прийти к консенсусу относительно того, существует ли что-либо на самом деле и в каком виде. Вместе с тем фокус-группы воспроизводят давление и предубежденность, которые пронизывают

реальные разговоры. Принуждение к постоянству в ежедневных взаимодействиях имеет последствия для формирования личного мнения. Еще одним нежелательным эффектом в фокус-группах является социальная желательность, которая может несколько исказить разговор, например из-за требований политкорректности и т. д. Сам модератор также может быть источником так называемого *эффекта экспериментатора*. Тем не менее при необходимости этой динамики в определенной степени можно избежать. Например, можно попросить участников записать свои ответы, прежде чем обсуждать их в группе, или использовать другие способы минимизации этого влияния, рекомендуемые в литературе по проведению фокус-групп (Белановский, 2001; Дмитриева, 1999; Мельникова, 2007; Татарова, Чеховский, 2012; Чеховский, 2009, 2017). Еще более перспективным является конвертация данных особенностей динамики фокус-групп из слабых в сильные стороны, как это, например, предлагается делать с проявлением власти (Ayrton, 2019).

В целом фокус-группы в значительной степени повторяют обстановку, через которую возникают социальные конструкты. Следовательно, они могут помочь разработать более точные вопросы, сопровождаемые более контекстуализированными ответами, для последующей исследовательской работы. Конечно, фокус-группы – это не единственный метод сбора данных. И диадические интервью, и веб-пробинг, и этнографические методы также создают данные, которые носят глубокий, специфицирующий характер и поэтому применимы для контекстуализации вопросов анкеты опроса (Fowler, Willis, 2019; Willis, 2004), в том числе и в сравнительной межстрановой и кросс-культурной перспективе, но ни один из них не является настолько эффективным. Три-четыре фокус-группы позволяют исследователю говорить с десятками людей и достичь насыщенности данных, необходимой для установления различий в языке и областях наблюдения. Таким образом, использование метода фокус-групп в качестве протеста анкеты опроса может быть хорошим способом установления конструктивной эквивалентности при рассмотрении отличающихся контекстов в сравнительной перспективе в межстрановых и кросс-культурных исследованиях.

Фокус-группы и контекстуальные сравнения

Большая проблема в межстрановых исследованиях заключается в том, что как социальный контекст, так и когнитивные способности и стили систематически различаются в разных обществах (Berry et al., 2011; Van de Vijver, Leung, 1997; Берри, 2019). Можно ли достоверно сравнить что-то вроде микроагрессии в разных странах, используя один и тот же набор вопросов в анкете проводимого опроса? Как насчет более сложных понятий, таких как политическое участие, расизм или коррупция? Создание достоверных индикаторов требует признания того, что эти понятия имеют уникальные значения для людей в разных культурах и странах или из разных слоев общества. Эти контекстуальные различия угрожают валидности измерений, а для ее обеспечения может быть недостаточно даже тщательной систематизации и обобщения. Последующий статистический анализ может просто преувеличивать или недооценивать взаимосвязь между якобы сход-

ными переменными, измеренными в разных контекстах. Подобные угрозы валидности возрастают по мере увеличения числа и разнообразия рассматриваемых регионов, стран или районов (Van de Vijver, 2018).

Кросс-культурная несопоставимость, по сути, катастрофична по своим последствиям, так как огромное количество ресурсов может быть потрачено впустую. В этом отношении предварительное использование метода фокус-групп может быть чрезвычайно полезным. В частности, фокус-группы помогают разработать соответствующий контекстно-ориентированный язык для включения в вопросы анкеты. Кроме того, данные, которые создаются в фокус-группах, помогают идентифицировать контекстно-зависимые области наблюдений или конкретные области, к которым применяется концептуализация. Они раскрывают, *когда* и *где* существует проблема межкультурной несопоставимости, и дают представление о том, как ее решить.

Фокус-группы, поощряя разговоры по конкретной теме, помогают преодолеть проблему фразеологии во многом из-за эмоциональной включенности в них участников. Таким образом собираются данные о том, что участники думают по этой теме и как они коллективно ее обсуждают. Особенность того, как респонденты говорят о заданной теме, позволяет определить слова, используемые в разных контекстах для обсуждения изучаемого явления. В этом ключе фокус-группы являются полезным претестом для оценки фразеологии опроса. Просто проанализировав язык, можно выявить, что измерительные инструменты анкеты опроса могут достичь сопоставимых показателей между кейсами. Вместо того, чтобы пытаться преодолеть межкультурные различия, как это делают более распространенные подходы, метод фокус-группы признает, что различия существуют. Следовательно, анкета опроса может измениться в этом направлении, чтобы учесть существующую разницу в контексте. Конечно, полученные в фокус-группах ответы могут не абсолютно идентично отражать те, которые существуют в генеральной совокупности. Тем не менее данные, полученные с помощью фокус-групп, более точно раскроют, *как* население говорит о рассматриваемом проблеме (то есть подход «снизу вверх» – bottom-up approach или data-driven approach), чем если бы исследователь самостоятельно разрабатывал набор вопросов для анкеты опроса (то есть при подходе «сверху вниз» – top-down approach) (Jack et al., 2018).

Фокус-группы могут также показать, что участники вообще не понимают изучаемое явление или просто не хотят отвечать на вопросы. В том числе и по причине каких-то культурных особенностей. Если первое происходит в нескольких фокус-группах, можно прийти к выводу о том, что это явление имеет некоторый «резонанс» для участвующих людей. Возможно, в таком случае будет необходимо переосмыслить свою концептуализацию, ресистематизировав ее и заново переведя в вопросы анкеты, или вовсе разработать новые вопросы. Если участники фокус-группы неохотно отвечают на определенные вопросы, можно скорректировать направленность опроса, чтобы учесть это нежелание. Или же рассмотреть возможность исключения конкретных вопросов вовсе. Каким бы ни был результат, фокус-группы мо-

гут дать важную информацию о том, *какие* вопросы задавать и *как* их задавать в конкретном контексте.

Безусловно, проведение фокус-групп в разных культурах создает особые проблемы. При сохранении методологической строгости, дополнительного времени и ресурсов это также требует гибкости и культурной сензитивности. Решение указанных проблем может включать в себя обучение исследователей межкультурной компетентности (Novikova et al., 2017). И, что более предпочтительно, оно требует целой исследовательской группы, обеспечивающей этот особый баланс между культурной сензитивностью и методологической строгостью. Однако использование фокус-групп в межкультурных исследованиях не требует нового методологического подхода, поскольку основные принципы остаются неизменными. Тем не менее стоит иметь в виду, что применение этих принципов исследования в формате фокус-групп при охвате в рассматриваемом контексте культурных норм, ценностей и прочего нуждается в гибкости при решении некоторых методологических задач (Hennink, 2017).

Конечно же, существуют и ограничения на использование фокус-групп в качестве претеста для кросс-культурной сопоставимости. С одной стороны, исследователи могут быть не в состоянии провести фокус-группы для каждой страны, включенной в крупномасштабное межстрановое исследование. Тем не менее использование фокус-групп должно настоятельно поощряться при применении устоявшегося набора вопросов к новым условиям, особенно когда есть основания для беспокойства по поводу межкультурной сопоставимости. Фокус-группы могут и должны рассматриваться как дополнительный инструмент, который используется для максимизации валидности в рамках конкретных ограничений исследований. Таким образом, использование метода фокус-групп в качестве претеста анкеты опроса может обеспечивать преодоление изначальной ограниченной способности опросов достоверно измерять и сравнивать более сложные социально сконструированные понятия, само значение которых может значительно варьироваться от одной группы к другой, особенно в сравнительной перспективе в межстрановых и кросс-культурных исследованиях.

Заключение

Итак, в рамках развивающегося направления смешанной методологии метод фокус-групп может успешно использоваться в качестве претеста анкеты опроса, особенно для установления межконтекстной сопоставимости (например, кросс-культурной эквивалентности) и работы со сложными социальными конструктами, которые тяжело определить однозначно. В частности, фокус-группы будут полезны для определения фразеологии, которую необходимо использовать, поскольку групповые обсуждения похожи на то, что происходит в реальной жизни. Другим словами, фокус-группы позволяют достаточно эффективно продемонстрировать, какой язык используют сами люди, когда обсуждают изучаемое явление или концепт.

Нет сомнений, что ни один из используемых в социальных науках метод сам по себе не свободен от недостатков, однако грамотное сочетание несколь-

ких методов в некоторой степени позволяет перекрыть недостатки одних методов достоинствами других. Поэтому для дальнейшего развития методологии социальных наук крайне перспективным является составление руководств для исследователей, в которых бы четко прописывались подобные рассмотренным здесь сочетания, а также способы и случаи их наилучшего применения. Кроме того, было бы полезно больше информировать об этих возможностях российских студентов в рамках курсов по кросс-культурной психологии, этнопсихологии, качественным и количественным методам и т. д.

Список литературы

- Белановский С.А.* Метод фокус-групп: учеб. пособ. М.: Никколо-Медиа, 2001.
- Берри Дж.У.* Экокультурная психология / пер. с англ. Д.С. Григорьев // *Культурно-историческая психология*. 2019. Т. 15. № 4. С. 4–16. <https://doi.org/10.17759/chp.2019150401>
- Дмитриева Е.В.* Метод фокус-групп: проблемы подготовки, проведения, анализа // *Социологические исследования*. 1999. № 8. С. 133–138.
- Мельникова О.Т.* Фокус-группы: методы, методология, модерирование. М.: Аспект Пресс, 2007.
- Татарова Г.Г., Чеховский И.В.* Метод фокус-групп: экспертные оценки «факторов неуспешности» // *Социология: методология, методы, математическое моделирование* (4М). 2012. № 34. С. 5–31.
- Чеховский И.В.* Метод фокус-групп: факторы эффективного использования. М.: РУДН, 2017.
- Чеховский И.В.* О значимости ошибок, возникающих при использовании метода фокус-групп (по результатам поискового исследования) // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Социология. 2009. № 2. С. 83–92.
- Albrecht T.L., Johnson G.M., Walther J.B.* Understanding communication processes in focus group // *Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art* / ed. by D. Morgan. Newbury Park, CA: Sage, 1993. Pp. 51–64.
- Ayrton R.* The micro-dynamics of power and performance in focus groups: An example from discussions on national identity with the South Sudanese diaspora in the UK // *Qualitative Research*. 2019. Vol. 19. No. 3. Pp. 323–339. <https://doi.org/10.1177/1468794118757102>
- Benítez I., van de Vijver F., Padilla J.L.* A mixed methods approach to the analysis of bias in cross-cultural studies // *Sociological Methods & Research*. (in press). <https://doi.org/10.1177/0049124119852390>
- Berry J.W., Poortinga Y.H., Breugelmans S.M., Chasiotis A., Sam D.L.* Cross-cultural psychology: research and applications. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 646 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511974274>
- Braun V., Clarke V.* Using thematic analysis in psychology // *Qualitative Research in Psychology*. 2006. Vol. 3. No. 2. Pp. 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cross-cultural analysis: methods and applications* / ed. by E. Davidov, P. Schmidt, J. Billiet. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group, 2011. 528 p.
- Cross-cultural research methods in psychology* / ed. by D. Matsumoto, F. van de Vijver. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 404 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511779381>
- Fowler S., Willis, G.B.* The practice of cognitive interviewing through web probing // *Advances in Questionnaire Design, Development, Evaluation and Testing*. Hoboken, NJ: Wiley, 2019. Pp. 451–469. <https://doi.org/10.1002/9781119263685.ch18>
- Fundamental questions in cross-cultural psychology* / ed. by F. van de Vijver, A. Chasiotis, S.M. Breugelmans. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 603 p. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511974090>

- Glenton C., Carlsen B. When “normal” becomes normative: a case study of researchers’ quotation errors when referring to a focus group sample size study // *International Journal of Qualitative Methods*. 2019. Vol. 18. Pp. 1–6. <https://doi.org/10.1177/1609406919841251>
- Hennink M.M. Cross-cultural focus group discussions // *A New Era in Focus Group Research* / ed. by R. Barbour, D. Morgan. London: Palgrave Macmillan, 2017. Pp. 59–82. https://doi.org/10.1057/978-1-137-58614-8_4
- Inglehart R., Welzel C. Political culture and democracy: analyzing cross-level linkages // *Comparative Politics*. 2003. Vol. 36. No. 1. Pp. 61–79. <https://doi.org/10.2307/4150160>
- Jack R.E., Crivelli C., Wheatley T. Data-driven methods to diversify knowledge of human psychology // *Trends in Cognitive Sciences*. 2018. Vol. 22. No. 1. Pp. 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2017.10.002>
- Jung H., Ro E. Validating common experiences through focus group interaction // *Journal of Pragmatics*. 2019. Vol. 143. Pp. 169–184. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.02.019>
- Kruger L.J., Rodgers R.F., Long S.J., Lowy A.S. Individual interviews or focus groups? Interview format and women’s self-disclosure // *International Journal of Social Research Methodology*. 2019. Vol. 22. No. 3. Pp. 245–255. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1518857>
- Lauri M.A. WASP (Write a Scientific Paper): collecting qualitative data using focus groups // *Early Human Development*. 2019. Vol. 133. Pp. 65–68. <https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2019.03.015>
- Morgan D.L. Focus groups // *Annual Review of Sociology*. 1996. Vol. 22. No. 1. Pp. 129–152. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- Munafò M.R., Nosek B.A., Bishop D.V.M., Button K.S., Chambers C.D., Percie du Sert N., ... Ioannidis J.P.A. A manifesto for reproducible science // *Nature Human Behaviour*. 2017. Vol. 1. No. 21. Pp. 1–9. <https://doi.org/10.1038/s41562-016-0021>
- Nosek B.A., Ebersole C.R., DeHaven A.C., Mellor D.T. The preregistration revolution // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2018. Vol. 115. No. 11. Pp. 2600–2606. <https://doi.org/10.1073/pnas.1708274114>
- Novikova I.A., Novikov A.L., Gridunova M.V., Zamaldinova G.N. Intercultural competence profiles in Russian university students // *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2017. Vol. 14. No. 3. Pp. 326–338. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2017-14-3-326-338>
- Tashakkori A., Teddlie C. Quality of inferences in mixed methods research: calling for an integrative framework // *Advances in Mixed Methods Research: Theories and Applications* / ed. by M.M. Bergman. Thousand Oaks, CA: Sage, 2008. Pp. 101–119.
- Van de Vijver F. Towards an integrated framework of bias in noncognitive assessment in international large-scale studies: challenges and prospects // *Educational Measurement: Issues and Practice*. 2018. Vol. 37. No. 4. Pp. 49–56. <https://doi.org/10.1111/emip.12227>
- Van de Vijver F., Leung K. *Methods and data analysis for cross-cultural research*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997. 200 p.
- Welzel C., Inglehart R.F. Misconceptions of measurement equivalence: time for a paradigm shift // *Comparative Political Studies*. 2016. Vol. 49. No. 8. Pp. 1068–1094. <https://doi.org/10.1177/0010414016628275>
- Willis G.B. *Cognitive interviewing: a tool for improving questionnaire design*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004. 352 p.

История статьи:

Поступила в редакцию 18 марта 2021 г.

Принята к печати 15 июля 2021 г.

Для цитирования:

Григорьев Д.С. Метод фокус-групп как претест анкеты для проведения опросов в кросс-культурных и межстрановых сравнительных исследованиях // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика*. 2021. Т. 18. № 3. С. 475–488. <http://dx.doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-3-475-488>

Сведения об авторе:

Григорьев Дмитрий Сергеевич, PhD, научный сотрудник Центра социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4511-7942>, ResearcherID: K-3338-2015, ScopusID: 57191706675, eLIBRARY SPIN-код: 1807-9739. E-mail: dgrigoryev@hse.ru

DOI 10.22363/2313-1683-2021-18-3-475-488

Methodological article

Focus Groups as a Questionnaire Pretest for Surveys in Cross-Cultural and Cross-National Comparative Research

Dmitry Grigoryev 

National Research University Higher School of Economics,
20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation

✉ dgrigoryev@hse.ru

Abstract. As a research method, focus groups have methodological advantages for understanding the views and behavior of group members or for understanding the social system as a whole, since it covers the interaction between people, groups, and the interpersonal environment quite well that widely recognized in the social sciences. These advantages are introduced in the context of mixed-methods, including conducting a survey together with focus groups as a pretest questionnaire in a comparative perspective in cross-national and cross-culture research. Focus groups provide to reach construct equivalence and elaborate an appropriate context-oriented language for questionnaire questions. Using the focus groups in this way can be an effective approach to overcoming the initial limited ability of surveys to valid measure more complex socially constructed concepts, the meaning of which can vary significantly from one group to another, especially from a comparative perspective in cross-national and cross-culture research. Using focus groups, data is collected in a more “natural” way, that is, more close to the real world, while the generalization is ensured by a detailed description of specific conditions, participants, and research environment. In addition, the discussion group is a miniature thinking society, and unlike dyadic interviews or surveys, focus group discussions give participants the opportunity to express their opinions, discuss their views and opinions with other participants, listen to other people’s opinions, disagree or to develop thoughts by reasoning out loud – this is similar to what happens in real life. This increased awareness about the described advantages of the approach for cross-cultural and cross-national comparative research likely contributes to its more active employ.

Key words: focus groups, survey methods, questionnaire design, pretest, construct equivalence, social construct, cross-cultural research, cross-national comparative research

Acknowledgements and Funding. This article is an output of a research project implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University).

References

Albrecht, T.L., Johnson, G.M., & Walther, J.B. (1993). Understanding communication processes in focus group. In D. Morgan (Ed.), *Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art* (pp. 51–64). Newbury Park, CA: Sage.

- Ayrton, R. (2019). The micro-dynamics of power and performance in focus groups: An example from discussions on national identity with the South Sudanese diaspora in the UK. *Qualitative Research*, 19(3), 323–339. <https://doi.org/10.1177/1468794118757102>
- Belanovskiy, S.A. (2001). *Metod fokus-grupp*. Moscow: Nikkolo-Media Publ. (In Russ.)
- Benítez, I., van de Vijver, F., & Padilla, J.L. (in press). A mixed methods approach to the analysis of bias in cross-cultural studies. *Sociological Methods & Research*. <https://doi.org/10.1177/0049124119852390>
- Berry, J.W. (2019). Ecocultural psychology (D. Grigoryev, Transl.). *Kul'turno-Istoricheskaya Psikhologiya*, 15(4), 4–16. (In Russ.) <https://doi.org/10.17759/chp.2019150401>
- Berry, J.W., Poortinga, Y.H., Breugelmans, S.M., Chasiotis, A., & Sam, D.L. (2011). *Cross-cultural psychology: research and applications*. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511974274>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chekhovskiy, I.V. (2009). O znachimosti oshibok, vznikayushchikh pri ispol'zovanii metoda fokus-grupp (po rezul'tatam poiskovogo issledovaniya). *RUDN Journal of Sociology*, (2), 83–92. (In Russ.)
- Chekhovskiy, I.V. (2017). *Metod fokus-grupp: Faktory effektivnogo ispol'zovaniya*. Moscow: RUDN University. (In Russ.)
- Davidov, E., Schmidt, P., & Billiet, J. (Eds.). (2011). *Cross-cultural analysis: Methods and applications*. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Dmitrieva, E.V. (1999). Metod fokus-grupp: Problemy podgotovki, provedeniya, analiza. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, (8), 133–138. (In Russ.)
- Fowler, S., & Willis, G.B. (2019). The practice of cognitive interviewing through web probing. In *Advances in Questionnaire Design, Development, Evaluation and Testing* (pp. 451–469). Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119263685.ch18>
- Glenton, C., & Carlsen, B. (2019). When “normal” becomes normative: A case study of researchers’ quotation errors when referring to a focus group sample size study. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1–6. <https://doi.org/10.1177/1609406919841251>
- Hennink, M.M. (2017). Cross-cultural focus group discussions. In R. Barbour, D. Morgan (Eds), *A New Era in Focus Group Research* (pp. 59–82). London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-58614-8_4
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2003). Political culture and democracy: Analyzing cross-level linkages. *Comparative Politics*, 36(1), 61–79. <https://doi.org/10.2307/4150160>
- Jack, R.E., Crivelli, C., & Wheatley, T. (2018). Data-driven methods to diversify knowledge of human psychology. *Trends in Cognitive Sciences*, 22(1), 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2017.10.002>
- Jung, H., & Ro, E. (2019). Validating common experiences through focus group interaction. *Journal of Pragmatics*, 143, 169–184. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.02.019>
- Kruger, L.J., Rodgers, R.F., Long, S.J., & Lowy, A.S. (2019). Individual interviews or focus groups? Interview format and women’s self-disclosure. *International Journal of Social Research Methodology*, 22(3), 245–255. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1518857>
- Lauri, M.A. (2019). WASP (Write a Scientific Paper): Collecting qualitative data using focus groups. *Early Human Development*, 133, 65–68. <https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2019.03.015>
- Matsumoto, D., & van de Vijver, F. (Eds.). (2011). *Cross-cultural research methods in psychology*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511779381>
- Melnikova, O.T. (2007). *Fokus-gruppy: Metody, metodologiya, moderirovanie*. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russ.)
- Morgan, D.L. (1996). Focus groups. *Annual Review of Sociology*, 22(1), 129–152. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- Munafò, M.R., Nosek, B.A., Bishop, D.V.M., Button, K.S., Chambers, C.D., Percie du Sert, N., ... & Ioannidis, J.P.A. (2017). A manifesto for reproducible science. *Nature Human Behaviour*, 1(21), 1–9. <https://doi.org/10.1038/s41562-016-0021>

- Nosek, B.A., Ebersole, C.R., DeHaven, A.C., & Mellor, D.T. (2018). The preregistration revolution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(11), 2600–2606. <https://doi.org/10.1073/pnas.1708274114>
- Novikova, I.A., Novikov, A.L., Gridunova, M.V., & Zamaldinova, G.N. (2017). Intercultural competence profiles in Russian university students. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 14(3), 326–338. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2017-14-3-326-338>
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2008). Quality of inferences in mixed methods research: Calling for an integrative framework. In M.M. Bergman (Ed.), *Advances in Mixed Methods Research: Theories and Applications* (pp. 101–119). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tatarova, G.G., & Chekhovskiy, I.V. (2012). Focus groups: Expert assessments of “fail factors”. *Sotsiologiya: Metodologiya, Metody, Matematicheskoe Modelirovanie (4M)*, (34), 5–31. (In Russ.)
- Van de Vijver, F. (2018). Towards an integrated framework of bias in noncognitive assessment in international large-scale studies: Challenges and prospects. *Educational Measurement: Issues and Practice*, 37(4), 49–56. <https://doi.org/10.1111/emip.12227>
- Van de Vijver, F., & Leung, K. (1997). *Methods and data analysis for cross-cultural research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van de Vijver, F., Chasiotis, A., & Breugelmans, S.M. (Eds.). (2011). *Fundamental Questions in Cross-Cultural Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511974090>
- Welzel, C., & Inglehart, R.F. (2016). Misconceptions of measurement equivalence: Time for a paradigm shift. *Comparative Political Studies*, 49(8), 1068–1094. <https://doi.org/10.1177/0010414016628275>
- Willis, G.B. (2004). *Cognitive interviewing: A tool for improving questionnaire design*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Article history:

Received 18 March 2021

Revised 10 July 2021

Accepted 15 July 2021

For citation:

Grigoryev, D. (2021). Focus groups as a questionnaire pretest for surveys in cross-cultural and cross-national comparative research. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 18(3), 475–488. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-3-475-488>

Bio note:

Dmitry Grigoryev, PhD, is Research Fellow, Center for Sociocultural Research, National Research University Higher School of Economics. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4511-7942>, ResearcherID: K-3338-2015, ScopusID: 57191706675, eLIBRARY SPIN-code: 1807-9739. E-mail: dgrigoryev@hse.ru