

**V** ЮБИЛЕЙНЫЙ ФОРУМ

СОЦИОЛОГИЯ ЗДОРОВЬЯ: НОВЫЕ ФОРМЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ СИНЕРГИИ

23-24 ноября 2023

# Цифровая этнография:

как вынужденное переключение на цифровую этнографию помогло выявить преимущества этого метода для исследований пациентов

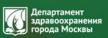




Понеделкова Марина

директор Market Profile

преподаватель кафедры орг. психологии МИП





# Пара слов про этнографию в социологических и маркетинговых исследованиях

**Этнография в целом** – метод изучения людей в естественных обстоятельствах повседневной жизни. Включенное наблюдение

**Цель** – изучить, понять человека (ценности, мотивы, радости и сложности, привычки и предпочтения в интересующей нас категории)

## Этнография в маркетинге – КАК происходит:

- ✓ До встречи с респондентом подготовка им домашнего задания о своей жизни, среде обитания
- ✓ Потом: визит в «среду обитания» (домой, на работу), «встраивание» в обычный день респондента (например, дорога) и наблюдение + вопросы





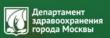
# **Традиционная, офлайн этнография в сфере** фармацевтических исследований - пример

#### «Жизнь с астмой»:

✓ Несколько дней (несколько часов в день) вместе с пациентом, у которого астма: дома, визит в поликлинику - наблюдение + вопросы









# Преимущества традиционной, офлайн этнографии

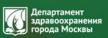
#### **ВИДЕТЬ**

- ✓ Живое наблюдение увидеть все своими глазами (почувствовать, заметить)
- ✓ Сделать фото, видео важных моментов самостоятельно
- ✓ Элементы невербальной коммуникации респондента



#### СПРОСИТЬ

- ✓ Спросить о том, что респондент может не упомянуть сам
- ✓ Вербальное и невербальное проявление эмпатии
- Установление контакта помогает респонденту раскрыться





### Сложности традиционной, офлайн этнографии

## Естественно ли поведение «под наблюдением»

- ✓ Просто показать свою среду обитания ОК, но все ли негативные моменты человек готов показать
- ✓ Сколько нужно времени, чтобы контакт был установлен – и респондент открылся

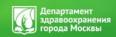
# (

#### Сенситивные темы, аспекты

✓ В случае заболеваний (приступы, после приступов) человеку не до общения, наблюдение может заставить его закрыться

#### Временные ограничения

✓ В рамках стандартных исследований мы не можем вести наблюдение неделями







V ЮБИЛЕЙНЫЙ ФОРУМ

СОЦИОЛОГИЯ ЗДОРОВЬЯ: НОВЫЕ ФОРМЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ СИНЕРГИИ

23-24 ноября 2023

# Вынужденное переключение на цифровую этнографию





### Цифровая этнография – что, когда и почему

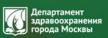
**Что**: изучение потребностей, привычек, восприятия болезни – СРК (синдром раздраженного кишечника). Пациенты – жители разных регионов России



Когда: 2020 г. - второе полугодие

**Изначальный план: офлайн этнография** – несколько визитов домой к респондентам – пациентам – наблюдение + интервью

**Фактически** – цифровая этнография: видео дневники, несколько онлайн интервью





#### Проект по СКР – методология и инструменты

Рекрут респондентов, выполнение ими дом. задания (эл. и видео дневник себе интервью

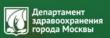
**ЗНАКОМСТВО** 

Подготовка профиляпортрета каждого респондента исследователем, финальный выбор респондентов участия ДЛЯ исследовании

Первое основное интервью, сбор информации подробный инструктаж ДЛЯ ведения цифрового дневника респондентом

Ведение цифрового дневника В течение 1-1.5 мес. + на связи исследователе M

Итоговое онлайн интервью уточнения в ходе анализа данных





#### Преимущества цифровой этнографии

# Продолжительность наблюдения и объем информации

- ✓ Наблюдение за течением заболевания в более длительной перспективе
- ✓ Регулярное получение материала для анализа, возможность уточнений – просьба показать чтото, что важно для исследования Побочный эффект
- ✓ Терапевтичность самонаблюдения для части респондентов

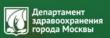


#### «Свобода» респондента

- Можно осветить сенситивную тему в комфортной для себя обстановке, никто не «наблюдает» = респондент больше раскрывается
- ✓ «Довериться дневнику», изучить себя и свою болезнь

#### Оптимальность бюджета

 ✓ Нет транспортных, командировочных расходов модератора- исследователя = неограниченный охват регионов





### Ограничения цифровой этнографии

## Респондент – на «ты» с цифровыми технологиями

✓ Можно рекрутировать только тех респондентов, которые «не боятся» техники, умеют снимать видео и т.п.



#### Риск не заметить что-то важное

✓ Риск не увидеть, что-то важное и не спросить об этом

#### Риск технических сбоев

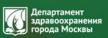
 ✓ Не записалось, не сохранилось чтото важное

# Респондент должен быть готов погрузиться в самонаблюдение

✓ Не все пациенты готовы к этому

#### Самонаблюдение влияет на процесс

✓ Самонаблюдение респондента может влиять на процесс, в котором он находится





# **Цифровая этнография – большие перспективы – что важно** учесть

- ✓ Профиль и характеристики респондентов (склонность к самонаблюдению, техническая грамотность) помимо основных критериев отбора
- ✓ До принятия решения о выборе респондента, с которым идем в основную часть исследования, анализ первого видео-дневника + интервью для установления контакта

- ✓ Подробный инструктаж и тех. поддержка: инструкции в диалоге + письменно + поддержка в идеале 24/7
- ✓ Помнить о целях и задачах исследования, возвращать респондента в нужное русло, если это необходимо
  - ✓ В финале уточнить у самого респондента: повлияло ли как-то ведение видео дневника на их поведение, отношение к болезни, привычки

СИНЕРГИИ

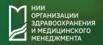




# вопросы ?







### Спасибо за внимание!