

*AIDS Foundation East-West (AFEW)*  
СПИД Фонд Восток-Запад

## **Отчет**

**о результатах обсуждения в фокус группах представленных в AFEW креативных концепций информационной кампании в рамках проекта «Комплексная модель оказания психосоциальной помощи ВИЧ-положительным детям и их близкому окружению на территории Южно-казахстанской области»**

**10-13 сентября 2008 г.**

Подготовлен: Хайдаром Уали,  
Специалист по проектам в РК

# Содержание

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	<b>3</b>
Вводная информация .....	3
Описание фокус групп .....	3
Период проведения и ответственные лица .....	3
План проведения фокус групп .....	3
Представленные информационные концепции .....	3
<b>РЕЗУЛЬТАТЫ ФОКУС ГРУПП</b> .....	<b>4</b>
<b>1. ФОКУС ГРУППА №1</b> .....	<b>4</b>
1.1. Анкетирование .....	4
1.2. Групповое обсуждение .....	5
1.3. Маппинг .....	5
1.4. Вывод .....	6
<b>2. ФОКУС ГРУППА №2</b> .....	<b>6</b>
2.1. Анкетирование .....	6
2.2. Групповое обсуждение .....	7
2.3. Маппинг .....	8
2.4. Вывод .....	8
<b>3. ФОКУС ГРУППА №3</b> .....	<b>8</b>
3.1. Анкетирование .....	8
3.2. Групповое обсуждение .....	9
3.3. Маппинг .....	10
3.4. Вывод .....	11
<b>4. ФОКУС ГРУППА №4</b> .....	<b>11</b>
4.1. Анкетирование .....	11
4.2. Групповое обсуждение .....	12
4.3. Маппинг .....	13
4.4. Вывод .....	13
<b>ОБОБЩЕННЫЕ ВЫВОДЫ</b> .....	<b>14</b>

## **ВВЕДЕНИЕ**

### **Вводная информация**

В целях снижения уровня стигмы и дискриминации среди общего населения по отношению к людям, живущим с ВИЧ (ЛЖВ), а также для улучшения качества и доступа к психосоциальным услугам для ЛЖВ и их окружения в ЮКО *AFEW* реализует проект «Комплексная модель оказания психосоциальной помощи ВИЧ-положительным детям и их близкому окружению на территории Южно-казахстанской области» (далее - проект). Одной из основных целей проекта является образование населения через проведение информационной кампании в местных СМИ с целью изменения отношения к ВИЧ-положительным детям и их семьям. С целью сбора мнений представителей целевой аудитории проекта о представленных концепциях информационной кампании *AFEW* были проведены серия фокус групп (ф/г) с жителями Сайрамского района и г. Шымкента. Перед проведением ф/г были поставлены следующие задачи:

1. Продемонстрировать и обсудить предложенные рекламными агентствами концепции с участниками фокус-групп.
2. Определить понятность представленных концепций целевой аудитории.
3. Определить отношение целевой группы к предложенным концепциям

В целом цели и задачи данного мероприятия были достигнуты.

### **Описание фокус групп**

Всего было проведено четыре фокус группы в двух регионах ЮКО: в Сайрамском районе, с. Аксукент (2 ф/г) на базе ОФ «Алпамыс», и в г. Шымкенте (2 ф/г) на базе ОО «Береке» и БОФ «Защита детей от СПИДа». В каждой ф/г приняло участие от 8-9 человек, участники избирались в случайном порядке из числа местных жителей. При отборе учитывались такие факторы, как социальный статус, наличие работы, возраст и пол. В целом состав групп был в достаточно однороден: ф/г №1 в Сайраме состояла в основном из работников местных государственных и коммерческих структур, ф/г №2 в Сайраме состояла из молодежи, рабочих и лиц без постоянного заработка. Ф/г №3 в Шымкенте состояла из офисных работников, ф/г №4 состояла из родителей ВИЧ положительных детей и волонтеров БОФ «Защита детей от СПИДа».

### **Период проведения и ответственные лица**

Фокус группы были проведены в период с 11 и по 12 сентября 2008 г. сотрудником *AFEW*: Хайдаром Уали, Специалистом по проектам в РК, содействие в организации оказали сотрудники БОФ «Защита детей от СПИДа»: Эссениязова Нурия и Ли Валерий.

### **План проведения фокус групп**

Фокус группы проводились по следующему плану:

- 1) Краткое представление *AFEW*, проекта и целей кампании – 5 мин.
- 2) Представление концепций – 20 мин
- 3) Заполнение анкет (каждый в отдельности) – 5 мин
- 4) Показ концепций по отдельности и групповое обсуждение – 60 мин
- 5) Маппинг – 30 мин

Средняя продолжительность каждой ф/г составила 1,5-2 ч.

### **Представленные информационные концепции**

- A. Неверная информация хуже, чем ВИЧ (TBWA/Central Asia)
- B. Мудрость предков (K-logic)
- C. У страха глаза велики (AdPros)
- D. Если бы я был волшебником (Анимастер)

# РЕЗУЛЬТАТЫ ФОКУС ГРУПП

## 1. Фокус группа №1

### 1.1. Анкетирование

Анкетирование проводилось сразу после показа всех концепций до группового обсуждения с целью определения первого впечатления. На вопросы анкеты ответы участников этой ф/г распределились следующим образом (просуммированные по всем анкетам):

1. Какая из представленных идей привлекла Ваше внимание больше всего:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 5
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики 4
  - d. Если бы я был волшебником 5
  - e. Никакая -
2. Какая из представленных идей была наиболее понятной:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 8
  - b. Мудрость предков -
  - c. У страха глаза велики 4
  - d. Если бы я был волшебником 4
  - e. Никакая -
3. Какая из представленных идей была наиболее НЕ понятной:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 3
  - b. Мудрость предков 2
  - c. У страха глаза велики 3
  - d. Если бы я был волшебником 1
  - e. Все были непонятными -
4. Какая из представленных идей больше всего Вам НЕ понравилась:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 1
  - b. Мудрость предков 5
  - c. У страха глаза велики 2
  - d. Если бы я был волшебником 2
5. Какая идея больше всего донесла смысл солидарности с людьми, живущими с ВИЧ:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 5
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики 3
  - d. Если бы я был волшебником 1
  - e. Никакая -
6. Какую идею Вы бы рекомендовали для реализации в ЮКО:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 5
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики 2
  - d. Если бы я был волшебником 2

е. Ничего не рекомендовал(а) бы

7. Дополнительные комментарии: не было

## 1.2. Групповое обсуждение

Совместное обсуждение представленных концепций в данной группе показало, что люди более склонны понимать простые образы и понятия, отображенные, например, в таких концепциях, как А и D («Первый вариант (А) наиболее хорошо подходит, у нас люди много читать не любят»). Люди, принявшие участие в данной группе, хотя и были работниками местных офисов, оказались более склонны воспринимать прямые сообщения, выраженные в простой и доступной форме. Концепция А (Неверная информация хуже, чем ВИЧ) стала понятна с первого раза и несмотря на то, что после нее было продемонстрировано еще три концепции, люди отметили, что она наиболее просто и понятно говорит от ВИЧ/СПИД, и что она несет некоторую полезную информацию («Люди посмотрев его, захотят больше узнать», «Первый вариант (А) коротко и ясно показывает...»). Участники группы высказывали мнение, что у них в настоящее время нет вообще никакой информации о ВИЧ/СПИДе и поэтому людей надо просвещать с азов: что такое ВИЧ/СПИД, через что передается, как уберечься и т.д. И поэтому материалы информационной кампании должны быть предельно простыми, доступными и понятными самой широкой аудитории («Информация (о СПИДе) недоступна, много страхов напущено: СПИД – чума 20-го века»). Также участникам понравилась раскадровка мультипликационного ролика (концепция D). Они отметили, что представление в виде мультфильма очень дружелюбно, не располагает к агрессии, приятно для просмотра. На вопрос – к какой аудитории он относится, все единодушно отметили, что такой ролик подойдет как для детей, так и для взрослых, т.к. взрослые в их регионе также любят мультфильмы и с удовольствием их смотрят («Воспринимается очень легко, яркие краски», «Детей настраивают родители, поэтому для родителей подойдет»). Насчет ролика В (Мудрость предков), участники отметили, что он хорошо апеллирует к семейным ценностям и что он подойдет для старшего поколения, т.к. моделирует адекватное и терпимое отношение к ЛЖВ («У нас в районе были случаи изгнания свекровьями своей снох с детьми из дома из-за этой болезни, что греха таить, мужья, узнав о такой болезни своих жен, переставали с ними спать, это стало большой проблемой для многих из них. А куда потом этим женам идти? К себе домой пойдут, там свои братья с семьями, которые также не хотят их видеть»). Однако необходимо отметить некоторые замечания людей касательно того, что хотя в кино все выглядит хорошо, но на самом деле, если вот такой человек придет к ним в семью, они сомневаются, что смогут оказать ему такой же радушный прием, как демонстрируется в данной концепции («Я не смогу его обнять, внутри меня что-то будет против, надо вот с этим бороться»). В отношении концепции С (У страха глаза велики) мнения людей были разноречивы, хотя большинство поняли смысл концепции, способ ее подачи был воспринят ими неадекватно, многие утверждали, что люди в селах могут понять эту концепцию в прямом смысле и решить, что с ЛЖВ так и надо поступать, как это демонстрируется в этой концепции («Пропагандирование последней стадии нашего общества, когда уже 50 на 50, поэтому такое нельзя показывать!», «Сейчас базовой информации нету», «У нас еще рановато, она пугает людей, они перестанут в транспорт салиться», «Информация должна быть разжевана для наших людей»).

## 1.3. Маппинг

Маппинг использовался для подытоживания результатов группового обсуждения. Всем ф/г было предложено совместно расположить ключевые изображения показанных концепций по ниже представленным категориям. Каждое расположение было заснято на фотокамеру. Обозначения концепций соответствует буквенным обозначениям анкеты (А –

Неверная информация хуже, чем ВИЧ, В – Мудрость предков, С – У страха глаза велики, D – Если бы я был волшебником). Кроме того участники ф/г проранжировали концепции в порядке убывания значимости по каждой категории.

Категория	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Привлекло внимание	A, D, B	C	
Понятность	A, D, B	C	
Солидарность	D, B, C, A		
Подходит для реализации в ЮКО	B, A, D, C		
Нравится/Не нравится	A, D, B	C	

#### 1.4. Вывод

Как видно из результатов анкетирования, группового обсуждения и маппинга наибольшее предпочтение вызвала концепция «А - Неверная информация хуже, чем ВИЧ», представленная компанией TBWA/Central Asia. Участники данной ф/г высказали мнение, что в настоящее время в регионе не хватает элементарных знаний о ВИЧ, и что данная концепция наиболее просто и четко говорит о необходимости получения знаний и в некоторых аспектах эти знания предоставляет (в видеоролике, например). Кроме того, участникам этой ф/г понравилась концепция мультипликационного ролика (D – Если бы я был волшебником, компании «Анимастер»), как наиболее дружественного и легкого для восприятия материала по данной тематике, который подойдет, по их мнению, для всей аудитории ЮКО, включая взрослое население. По поводу концепции «В – Мудрость предков» (K-logic), было высказано мнение, что данная концепция носит выраженный назидательный характер, учитывает местный традиционный менталитет и, в принципе, также может быть использована с целью моделирования позитивного восприятия проблемы в кругу близкого окружения ЛЖВ. Хотя суть концепции «С – У страха глаза велики» (AdPros) была более или менее понята почти всеми участниками данной ф/г, она не вызвала бурного одобрения. Высказывались мнения, что подход, используемый в данной концепции, может быть не понят неискушенной публикой ЮКО и даже наоборот, воспринят в прямом смысле, что чревато потерей сообщения кампании и бесцельности ее проведения.

## 2. Фокус группа №2

### 2.1. Анкетирование

На вопросы анкеты ответы участников этой ф/г распределились следующим образом:

1. Какая из представленных идей привлекла Ваше внимание больше всего:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 6
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики 1
  - d. Если бы я был волшебником 2
  - e. Никакая -
2. Какая из представленных идей была наиболее понятной:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 5
  - b. Мудрость предков 2

- |   |   |
|---|---|
| c. У страха глаза велики  | 1 |
| d. Если бы я был волшебником  | 2 |
| e. Никакая  | - |
| 3. Какая из представленных идей была наиболее <u>НЕ</u> понятной:   |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ  | 2 |
| b. Мудрость предков   |   |
| c. У страха глаза велики  | 1 |
| d. Если бы я был волшебником  | 2 |
| e. Все были непонятными   | 1 |
| 4. Какая из представленных идей больше всего Вам <u>НЕ</u> понравилась:   |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ  | 2 |
| b. Мудрость предков   | 3 |
| c. У страха глаза велики  | 1 |
| d. Если бы я был волшебником  | 3 |
| 5. Какая идея больше всего донесла смысл солидарности с людьми, живущими с ВИЧ:   |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ  | 4 |
| b. Мудрость предков   | 1 |
| c. У страха глаза велики  |   |
| d. Если бы я был волшебником  | 2 |
| e. Никакая  | 1 |
| 6. Какую идею Вы бы рекомендовали для реализации в ЮКО:   |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ  | 4 |
| b. Мудрость предков   | 2 |
| c. У страха глаза велики  | 1 |
| d. Если бы я был волшебником  | 1 |
| e. Ничего не рекомендовал(а) бы   | - |
| 7. Дополнительные комментарии: 1) Предлагаю дополнить концепцию «Мудрость предков» идеей гигиенической чистоты и спорта. 2) Поддерживаю взятую линию по проведению общественно-полезной работы касательно просвещения местного населения. |   |

## 2.2. Групповое обсуждение

В данной группе было четко видно, что людям импонировало и что нет. По информативности они отметили концепцию А как наиболее четко и понятно излагающую тему ВИЧ/СПИДа («Я понял из нее что ВИЧ не так страшен», «Я согласен с названием концепции, у нас много неверной информации о ВИЧ»), но также выразалось мнение дополнить ее верной информацией («Смотря на нее, человек может не понять, а через что передается?»). Солидарность с ЛЖВ была отмечена в концепциях В и Д («В этой идее (В) видна поддержка заболевшего человека», «Нормально, людям подойдет, дает понимание и взрослым (D)»). Во время группового обсуждения концепция В была отмечена как довольно хорошо подходящей для сельской местности в силу своей традиционной направленности и основанной на семейных ценностях, соблюдаемых в сельских регионах («У нас в селах люди еще слушают стариков»). Высказывались мнения, что надо четко показать в ней пути передачи («Из нее непонятно как ВИЧ

передается»). Насчет концепции С мнение в этой группе было высказано вполне определенное: эта неправильное представление («Я считаю эта неверным подходом», «Если показывать через страх, то люди еще больше начнут бояться», «Люди не поймут – а почему я должен бояться?»). В концепции D участники этой группы усмотрели воспитательную направленность («В этой концепции имеется идея воспитания молодежи»), но мало выделяется информация о ВИЧ («Нет, я не заметил, что говорится о ВИЧ», «Нужно явно показывать через что ВИЧ передается/не передается, особенно в наглядных материалах»).

### 2.3. Маппинг

Маппинг использовался для подытоживания результатов группового обсуждения. Всем ф/г было предложено совместно расположить ключевые изображения показанных концепций по ниже представленным категориям. Каждое расположение было заснято на фотокамеру. Обозначения концепций соответствует буквенным обозначениям анкеты (А – Неверная информация хуже, чем ВИЧ, В – Мудрость предков, С – У страха глаза велики, D – Если бы я был волшебником). Кроме того участники ф/г проранжировали концепции в порядке убывания значимости по каждой категории.

Категория	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Привлекло внимание	A, D, B	C	
Понятность	A, B, D		C
Солидарность	B, A, D		C
Подходит для реализации в ЮКО	B, A, D		C
Нравится/Не нравится	B, A, D		C

### 2.4. Вывод

Будучи представителями большей части населения ЮКО (сельчане, рабочие и молодежь) данная группа довольно определенно высказалась по всем концепциям. Предпочтение в плане информативности было отдано концепциям А и В, в плане солидарности они отметили концепцию В, концепция D вызвала разноречивые мнения. Концепция С была однозначно отвергнута как наименее понятная. Данная группа рекомендовала для реализации в ЮКО концепцию В как наиболее обращенную к сельскому укладу жизни, основанному на семейных ценностях, и концепцию А как прямо обращенную к проблеме незнания и отсутствия информации о ВИЧ/СПИДе в регионе.

## 3. Фокус группа №3

### 3.1. Анкетирование

На вопросы анкеты ответы участников этой ф/г распределились следующим образом:

1. Какая из представленных идей привлекла Ваше внимание больше всего:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 3
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики 3
  - d. Если бы я был волшебником 6
  - e. Никакая -



- |  |   |
|--|---|
| 2. Какая из представленных идей была наиболее <u>понятной</u> :  |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ   | 4 |
| b. Мудрость предков  | 1 |
| c. У страха глаза велики   | 1 |
| d. Если бы я был волшебником   | 6 |
| e. Никакая   | - |
| 3. Какая из представленных идей была наиболее <u>НЕ</u> понятной:  |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ   | 3 |
| b. Мудрость предков  | 1 |
| c. У страха глаза велики   | 3 |
| d. Если бы я был волшебником   |   |
| e. Все были непонятными  | 1 |
| 4. Какая из представленных идей больше всего Вам <u>НЕ</u> понравилась:  |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ   | 3 |
| b. Мудрость предков  | 2 |
| c. У страха глаза велики   | 2 |
| d. Если бы я был волшебником   |   |
| 5. Какая идея больше всего донесла смысл солидарности с людьми, живущими с ВИЧ:  |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ   | 1 |
| b. Мудрость предков  | 1 |
| c. У страха глаза велики   | 1 |
| d. Если бы я был волшебником   | 5 |
| e. Никакая   |   |
| 6. Какую идею Вы бы рекомендовали для реализации в ЮКО:  |   |
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ   |   |
| b. Мудрость предков  | 4 |
| c. У страха глаза велики   | 1 |
| d. Если бы я был волшебником   | 6 |
| e. Ничего не рекомендовал(а) бы  |   |
| 7. Дополнительные комментарии: 1) Желательно сочетание ролика из концепции «Мудрость предков» и плакатов, наглядной агитации из концепции «Если бы я был волшебником». 2) Идея d. «Если бы я был волшебником» говорит со всеми на языке детства, а страхи закладываются именно там, и будущее Казахстана тоже в детях, она (идея d) проста и не вызывает страхов, идет от позитивного начала, от любви! 3) При просмотре (идеи) ролика «Мудрость предков» думаешь: «Да, хорошо быть храбрым в кино, среди актеров, а в жизни кто-нибудь из них решился бы протянуть руку больному СПИД, усадить его за стол?» Я думаю, многие знают всю информацию о СПИД, но страх сильнее (я, например). |   |

### 3.2. Групповое обсуждение

Данная группа отметила концепции D (мультфильм) и B как наиболее приемлемые для ЮКО варианты реализации. Мотивировалось это тем, что в первом случае мультфильм является универсальным средством достижения всей целевой аудитории, кроме того, он

прямо апеллирует к проблеме инфицирования детей в ЮКО, а также группе понравилась сама презентация темы в контексте мультфильма («Все мы были детьми, всем нам хочется иногда вернуться в детство, а это мультфильм помогает взглянуть на эту проблему глазами детей»). Концепция В вызвала одобрение у данной группы в случае если она будет хорошо преподана и хорошо сыграна («Я уже представляю как можно сыграть этот ролик, надо чтобы все было реально, с казахскими лицами, чтобы это были реальные люди, тогда она затронет»). Многим в группе понравилась идея данной концепции (В), обращающаяся к семейным и традиционным ценностям, тем не менее складывается впечатление, что данная концепция больше апеллировала к старшему или взрослому населению ЮКО («Наши старики не то, что СПИД, наверное, о сифилисе ничего не знают», «Если этот ролик от души сделать, грамотно, может не за 30 сек, а вложить душу, потому что этот ролик больше об отношениях людей»). Также высказывалось мнение, что одного 30-ти секундного ролика о толерантном отношении к ЛЖВ недостаточно, нужна системная работа на всех уровнях и всеми средствами, чтобы сломить внутренний страх у людей («Как хорошо играют актеры, как хорошо все выглядит, но если реально ко мне придет такой человек, у меня будет внутренний страх, я потом все посуду после него выкину, я все равно боюсь»). Насчет концепции А было высказано мнение, что она, безусловно, информативна, но ее необходимо доработать, т.е. добавить правильную информацию («Она вызывает интерес», «Но сама идея проста, не навороченная», «Я посмотрю и не пойму – а что мне делать?»). Концепции С была воспринята как интересная и оригинальная идея, но не каждый сможет понять ее («Сама по себе идея интересная, но не каждый поймет эти ролики и не каждого это затронет»). Но также были высказаны негативные нотки по отношению нагнетания страхов, которое могло произойти вследствие подсознательного прямого восприятия идеи этой концепции («Итак страхов много!», «Идея креативная, но складывается впечатление, что создатель этой концепции исходил не от желания помочь людям, а создать нечто захватывающее»).

### 3.3. Маппинг

Маппинг использовался для подытоживания результатов группового обсуждения. Всем ф/г было предложено совместно расположить ключевые изображения показанных концепций по ниже представленным категориям. Каждое расположение было заснято на фотокамеру. Обозначения концепций соответствует буквенным обозначениям анкеты (А – Неверная информация хуже, чем ВИЧ, В – Мудрость предков, С – У страха глаза велики, D – Если бы я был волшебником). Кроме того участники ф/г проранжировали концепции в порядке убывания значимости по каждой категории.

Категория	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Привлекло внимание	D, B, A	C	
Понятность	D, A	C	B
Солидарность	B, D	C, A	
Подходит для реализации в ЮКО	D, B	C, A	
Нравится/Не нравится	D, B, A	C	

### 3.4. Вывод

Результаты данной группы были довольно интересны особенно в свете социальной принадлежности участников группы (офисные работники Шымкента). Отличительным является тот факт, что данная группа выбрала мультфильм (концепция D) как наиболее привлекательное средство передачи информации о ВИЧ/СПИДе из всех представленных. Это можно объяснить тем, что какая-то базовая информация о ВИЧ/СПИДе у этих людей уже имеется и поэтому, чтобы заинтересовать такую аудиторию, необходимо нечто завлекающее, но в тоже время еще не такое броское и вызывающее (как концепция С, например). Что касается концепции В, которая также привлекла их внимание, было высказано четкое мнение, что идею этой концепции лучше реализовать в полно- или хотя бы в короткометражном фильме, где можно будет показать всю гамму душевных переживаний героев, тогда, по их мнению, она может затронуть людей. И поэтому, исходя из задач кампании, они решили, что в данном случае анимационное представление лучше всего доносит суть и содержание предлагаемой информационной кампании. В отношении концепции А серьезных возражений высказано не было, она, безусловно, была быстро понята и даже побудила к высказыванию пожеланий доработать ее, что, в принципе, говорит о ее принятии группой.

## 4. Фокус группа №4

### 4.1. Анкетирование

На вопросы анкеты ответы участников этой ф/г распределились следующим образом:

1. Какая из представленных идей привлекла Ваше внимание больше всего:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 7
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики
  - d. Если бы я был волшебником 3
  - e. Никакая -
2. Какая из представленных идей была наиболее понятной:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ 6
  - b. Мудрость предков 3
  - c. У страха глаза велики
  - d. Если бы я был волшебником 3
  - e. Никакая -
3. Какая из представленных идей была наиболее НЕ понятной:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ
  - b. Мудрость предков 3
  - c. У страха глаза велики 4
  - d. Если бы я был волшебником 1
  - e. Все были непонятными
4. Какая из представленных идей больше всего Вам НЕ понравилась:
  - a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ
  - b. Мудрость предков 1
  - c. У страха глаза велики 5
  - d. Если бы я был волшебником

5. Какая идея больше всего донесла смысл солидарности с людьми, живущими с ВИЧ:
- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ | 6 |
| b. Мудрость предков                  | 3 |
| c. У страха глаза велики             |   |
| d. Если бы я был волшебником         |   |
| e. Никакая                           |   |
6. Какую идею Вы бы рекомендовали для реализации в ЮКО:
- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| a. Неверная информация хуже, чем ВИЧ | 5 |
| b. Мудрость предков                  | 2 |
| c. У страха глаза велики             |   |
| d. Если бы я был волшебником         | 2 |
| e. Ничего не рекомендовал(а) бы      |   |
7. Дополнительные комментарии: 1) Все ролики понятны, существенны, но мне более простым и понятным показался ролик «Неверная информация хуже, чем ВИЧ». Для нашего населения точна вот эта фраза, т.е. незнание информации. Ролик «Если бы я был волшебником» подходит для детей. 2) Предлагаемая идея «Неверная информация хуже, чем ВИЧ» очень доступна для простых людей, но все же так, как мы живем в РК, хотелось бы видеть в сюжетах лица казахской национальности или разных национальностей (дружба народов). В рекламах в идею нужно внедрить сельское население. 3) Можно было разделить на несколько категорий: мал. дети (д/с), школьный возраст, студенчество, взрослые. Для каждого интересующегося человека своим мировоззрением он бы более глубоко ощущал смысл увиденного ролика. 4) Тему «А» изменить и дополнить словами: «Неверная информация о ВИЧ/СПИДе хуже, чем сама болезнь». 5) В сюжетах было больше лиц казахской национальности.

## 4.2. Групповое обсуждение

Данная группа отличилась своей категоричностью. Это могло быть вследствие того, что участники этой группы были непосредственно затронуты проблемой ВИЧ/СПИД, будучи либо сами ЛЖВ, либо волонтерами, работающими с ЛЖВ. Концепция С была ими сразу отвергнута, как самая непонятная и даже опасная, т.к. высказывались мнения, что способ подачи информации в этой концепции может иметь обратный эффект, т.к. люди могут воспринять ее прямо, т.е. как руководство к действию («Мне она вообще не понравилась! Я считаю, что у нас такой юмор не поймут и будут прямо делать так, как показано в этой идее»). Концепция В членами данной группы была воспринята очень положительно, т.к. многие увидели в ней то, как бы они сами хотели, чтобы к ним или к их клиентам относились в семье (близком окружении – «Мне очень близка эта идея, т.к. моя родная сестра прошла через это»). В тоже время было отмечено, что не все люди в ЮКО близко связаны с данной проблемой и поэтому могут возникнуть мнения, ставящие под сомнение такое поведение в реальной жизни («В кино все выглядит хорошо, а как по-настоящему поведут себя люди, когда к ним зайдет вот такой человек?»). Как и в предыдущих группах концепции А и Д были отмечены как наиболее понятные и приемлемые («Первая (А) идея очень проста и понятна, нам такие большие нужны», «Мультфильм веет добротой»). Насчет концепции А было высказано мнение, что хорошо было бы дополнить ее верной информацией, она хорошо озадачивает человека, указывая на существование неверной информации, но из печатных материалов, например, не было видно правильной информации или доступных путей ее получения («Я представляю сельскую девушку,

которая прочитав этот плакат заинтересуется и поймет, что она что-то не знает о ВИЧ, но где она потом узнает правильную информацию?»). Кроме того, на этой группе обсуждался вопрос какую терминологию использовать в казахских материалах – ВИЧ/СПИД или казахские переводы этих аббревиатур? Большинство отметило, что все люди, в том числе и казахскоговорящие люди в ЮКО, используют слова «ВИЧ» и/или «СПИД» для обозначения этого заболевания и понимают о чем идет речь, а термины ЖҚТБ (СПИД) и АҚТҚ (ВИЧ) в широком обиходе не используются и являются специфичными терминами, используемыми в медицине. Было предложение использовать казахские аббревиатуры, а в скобках дать русские аббревиатуры: ЖҚТБ (СПИД) и АҚТҚ (ВИЧ).

### 4.3. Маппинг

Маппинг использовался для подытоживания результатов группового обсуждения. Всем ф/г было предложено совместно расположить ключевые изображения показанных концепций по ниже представленным категориям. Каждое расположение было заснято на фотокамеру. Обозначения концепций соответствует буквенным обозначениям анкеты (А – Неверная информация хуже, чем ВИЧ, В – Мудрость предков, С – У страха глаза велики, D – Если бы я был волшебником). Кроме того участники ф/г проранжировали концепции в порядке убывания значимости по каждой категории.

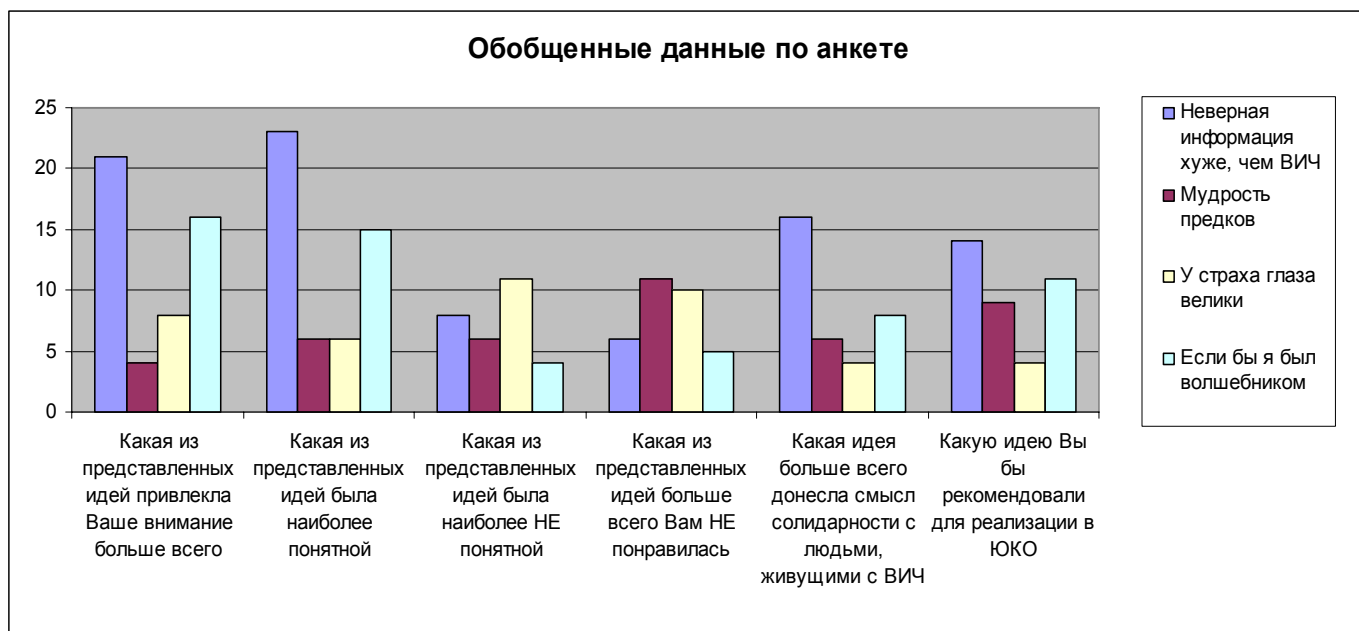
Категория	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Привлекло внимание	A, D	C	B
Понятность	D, A	B	C
Солидарность	D, B	C	A
Подходит для реализации в ЮКО	D, A, B	C	
Нравится/Не нравится	A, D	C	B

### 4.4. Вывод

Мнение данной группы представляется ценным в том смысле, что оно отражало позицию людей, для защиты интересов которых направлена данная кампания (в некоторых ее аспектах). Кроме того, будучи непосредственно вовлеченными в решение проблем с ЛЖВ, эти люди наиболее остро ощущают последствия незнания или неправильного знания о ВИЧ/СПИДе окружающими. С другой стороны необходимо отметить, что такая вовлеченность накладывает своего рода отпечаток некой осведомленности о проблеме в большей степени, чем у окружающего населения. Тем не менее, группа осознавала это и даже высказывались мнения, предостерегающие от «профессионального» подхода к проблеме («Эта проблема (с сестрой) может быть у тебя, но не у всех людей»). Поэтому общие результаты немного похожи на результаты другой Шымкентской группы (№3). Участникам данной группы также импонировал анимационный ролик (концепция D) и понятность концепции A. Последняя была отмечена как информативная, простая и понятная для восприятия, но, как и в других группах, требующая пояснения и представления дополнительной информации. Концепции B особого внимания не привлекла, а концепция C, как и в предыдущих группах, не была воспринята.

## ОБОБЩЕННЫЕ ВЫВОДЫ

По результатам анкетирования (данные по всем четырем группам):



По результатам групповых обсуждений:

Исходя из групповых обсуждений по каждой концепции можно суммировать следующее:

**А. Неверная информация хуже, чем ВИЧ** – простая, понятная идея, легко усвояема. Соответствует реалиям региона: отсутствием правильной информации о ВИЧ, что порождает неверные вымыслы и мифы. Предполагается, что больше привлечет внимание молодежи. При определенной доработке даст базовую информацию о ВИЧ/СПИДе. Отмечено, что слоган вызывает интерес узнать больше.

Цитаты:

*«Люди посмотрев его, захотят больше узнать»»,*

*«Я согласен с названием концепции, у нас много неверной информации о ВИЧ»»,*

*«Я посмотрю и не пойму – а что мне делать?»»,*

*«Но сама идея проста, не навороченная»»,*

*«Я представляю сельскую девушку, которая прочитав этот плакат заинтересуется и поймет, что она что-то не знает о ВИЧ, но где она потом узнает правильную информацию?»».*

**В. Мудрость предков** – приемлемая концепция для обращения к традициям и семейным ценностям, которых придерживается население, особенно в сельских регионах ЮКО. Печатные материалы не произвели впечатления по причине трудности передачи главной идеи этой концепции в единичных и статичных образах. То же было высказано и по отношению к 30-ти секунднему ролику, в контексте которого видится затруднительным полная передача идеи концепции.

Цитаты:

*«В этой идее видна поддержка заболевшего человека»»,*

*«У нас в селах люди еще слушают стариков»»,*

*«Если этот ролик от души сделать, грамотно, может не за 30 сек, а вложить душу, потому что этот ролик больше об отношениях людей»»,*

«В кино все выглядит хорошо, а как по-настоящему поведут себя люди, когда к ним пойдет вот такой человек?»».

**С. У страха глаза велики** – необходимо отдать должное креативному подходу, предложенному в данной концепции, но, согласно мнению подавляющего большинства участников ф/г, неподходящему на данном этапе для реализации в ЮКО в силу своей некоторой вычурности и нетрадиционного подхода, могущего быть непонятым целевой аудиторией и вследствие этого неправильно воспринятым.

Цитаты:

«У нас еще рановато, она пугает людей, они перестанут в транспорт садиться»,  
 «Если показывать через страх, то люди еще больше начнут бояться»,  
 «Идея креативная, но складывается впечатление, что создатель этой концепции исходил не от желания помочь людям, а создать нечто захватывающее»,  
 «Сама по себе идея интересная, но не каждый поймет эти ролики и не каждого это затронет».

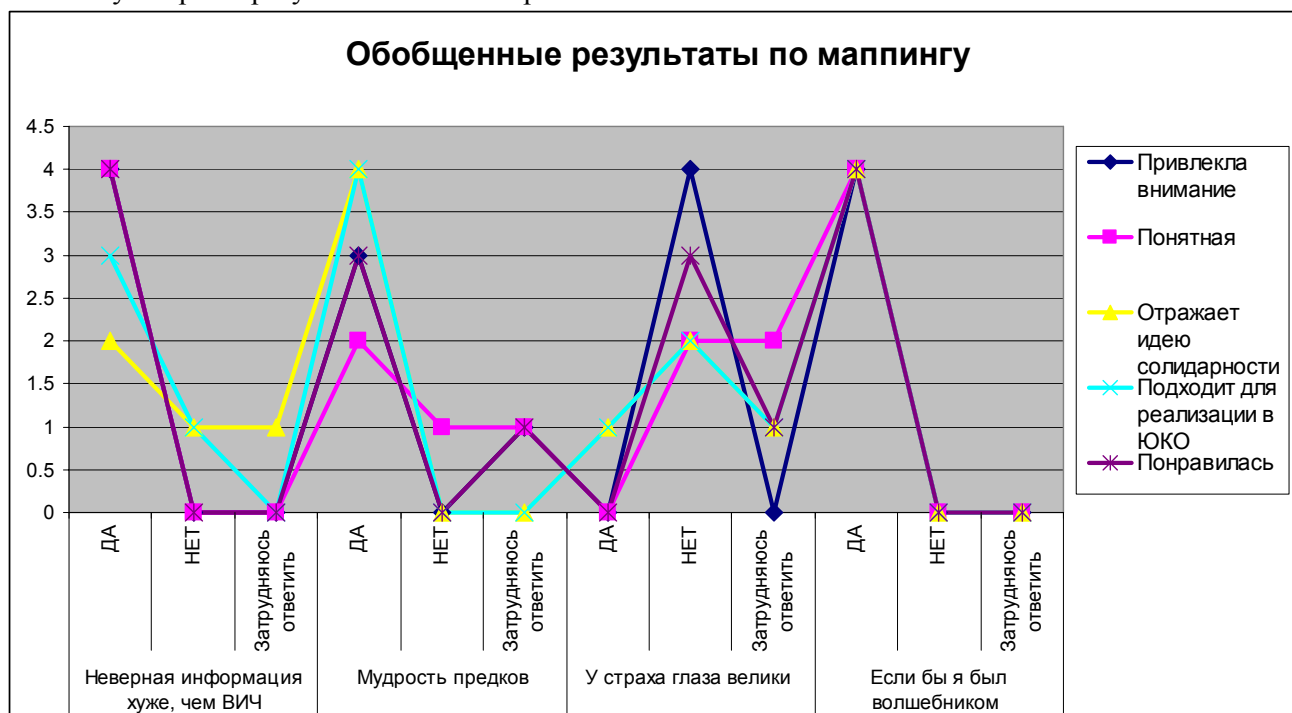
**Д. Если бы я был волшебником** – общепризнанна как наиболее дружелюбная, вызывающая только положительные эмоции концепция, которая в наиболее приятной и не напрягающей форме преподносит такую сложную тему как ВИЧ/СПИД. Представляется, что она может быть легко воспринята как взрослыми, так и детьми и иметь положительный эффект на всех сразу.

Цитаты:

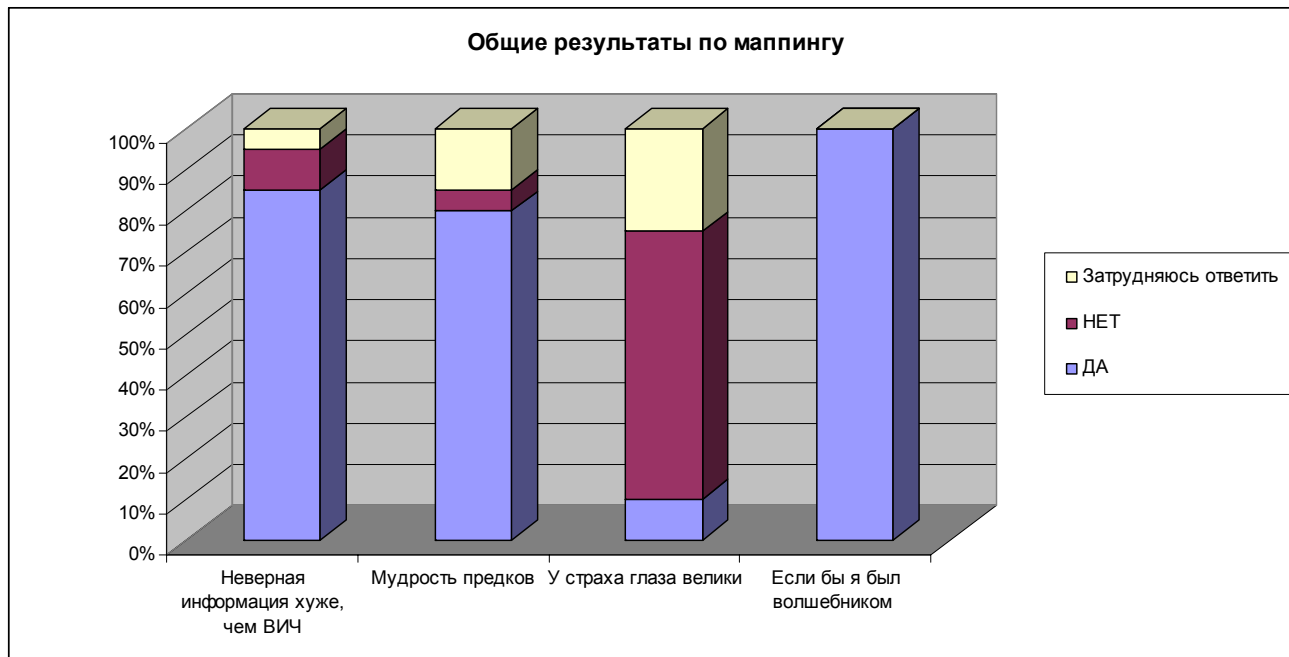
«Воспринимается очень легко, яркие краски»,  
 «...дает понимание и взрослым»,  
 «Все мы были детьми, всем нам хочется иногда вернуться в детство, а это мультфильм помогает взглянуть на эту проблему глазами детей»,  
 «Мультфильм веет добротой»,  
 «Детей настраивают родители, поэтому для родителей подойдет».

По результатам маппинга:

Суммарные результаты по категориям:



Суммарные результаты ответов по всем пяти категориям маппинга:



Как указывалось выше, анкетирование было проведено до группового обсуждения и маппинга с целью определения первого впечатления у каждого участника фокус группы. Интересно отметить тот факт, что результаты анкетирования более или менее коррелируют с результатами группового обсуждения, т.е. маппинга. Например, как отмечалось во всех группах концепция А (Неверная информация хуже, чем ВИЧ) была самая понятная и доходчивая, тоже самое видно и из результатов анкетирования. Концепция С (У страха глаза велики) была наименее понята во всех группах, тоже самое видно в индивидуальном анкетировании. Интересным является тот факт, что согласно анкетированию концепция В (Мудрость предков) сначала не понравилась людям, но после группового обсуждения она была лучше понята людьми и, соответственно, поднялась во мнении у людей (см. маппинг). Это может быть объяснено тем, что презентация данной концепции было сделана агентством на очень простом уровне, не было предоставлено ни разработанных раскадровок ролика, ни хороших наглядных материалов, вследствие чего она не произвела должного впечатления на людей с первого раза. Согласно результатам анкетирования вторым фаворитом после концепции А идет концепция D (Если бы я был волшебником), что, в принципе, подтвердилось во время групповых обсуждений, маппинг же вывел концепцию D в фавориты даже чуть-чуть превысив рейтинг концепции А. Это легко объяснимо тем, что она (концепция D) больше апеллировала к чувствам людей, а также к самому дорогому и общему, что есть у большинства людей – детям и детству, чем и затронула участников групп. Впечатление от концепции А было достаточным для того, чтобы многие во время анкетирования отметили, что она больше всего доносит идею солидарности с ЛЖВ. Это говорит о том, что, хотя во вступительной части всем объяснялось что значит солидарность с ЛЖВ, местные жители еще не совсем понимают что это такое и поэтому не готовы так поступать. Причина такого незнания скорее всего кроется в отсутствии вообще какой-либо информации о ВИЧ/СПИДе в регионе, что ставит на первый план необходимость сначала базового информирования населения и потом выработки определенного поведения. С точки зрения цели и задач планируемой кампании, а также результатов ранее проведенного качественного исследования и настоящего тестирования видится целесообразным реализация той концепции, которая максимальным, простым и понятным образом доносит базовую информацию по теме до целевой аудитории. В данном конкретном случае таковой концепцией является концепция А – Неверная информация хуже, чем ВИЧ, представленная компанией TBWA/Central Asia.