

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ МЕТОДА ФОКУС-ГРУПП В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Приложение 4

Методические рекомендации по использованию метода фокус- групп в социологических исследованиях

Метод фокус-группы (фокусированное интервью) представляет собой групповую дискуссию, в ходе которой выясняется отношение участников к тому или иному виду деятельности или продукту этой деятельности. Преимущество фокус-групп состоит в том, что предмет изучения заранее известен и весь процесс обсуждения сконцентрирован именно на нём. Это позволяет за относительно короткий срок получить большое количество информации, представленной в виде суждений об интересующей проблеме. В процессе анкетного опроса проводится сбор и обработка информации, позволяющая дать ответы на вопросы «Кто...?» и «Сколько..?», фокус-группа даёт возможность получить оценочные ответы респондентов на вопросы «Как именно...?» и «Почему...?» Метод фокус-групп используется для получения дополнительной информации, позволяющей скорректировать направления анализа, обсудить непредвиденные результаты. Выводы исследования могут считаться более достоверными с проверкой их методом фокус-групп [3].

Методу присущи следующие характеристики:

- численность групп обычно составляет от 6-8 участников и, как правило, не превышает 12 участников;
- состав группы должен быть максимально однородным (по социальному статусу, возрасту, профессии, уровню образования).
- длительность дискуссии в зависимости от задач исследования колеблется от 1,5 ч. до 2 ч;
- дискуссию ведёт модератор – опытный библиотекарь, социолог или психолог.

Групповая дискуссия предусматривает создание благоприятных условий общения для каждого участника и атмосферы доброжелательности и комфорта для группы в целом.

Фокусированное интервью, как и любое другое социологическое исследование, предполагает:

- подготовку команды, которая состоит из модератора и ассистентов. Один из ассистентов ведёт аудио- или видеозапись, фиксируя особенности высказываний (например, эмоциональность, невербальные характеристики).
- набор респондентов, который включает основных «квалифицированных читателей, имеющих значительный читательский стаж, имеющих

определённое мнение о качестве обслуживания; «новичков» – или впервые посещающих библиотеку, имеющих «свежий взгляд» на условия обслуживания; «нечитателей» или пользующихся библиотекой от случая к случаю. Привлечь потенциальных участников можно и разместив на специальных столиках листовки с приглашениями принять участие, а также включив в анкету вопрос-предложение об участии в фокус-группе. После завершения предварительного отбора необходимо перейти к обеспечению явки.

План проведения дискуссии состоит из приветствия, объяснения основных правил, формулирования вопросов, разбитых на смысловые блоки; указывается время и продолжительность дискуссии [3].

Организация проведения фокус-групп

Комната для заседаний должна быть просторной. Участников дискуссии необходимо разместить за круглым, квадратным и П-образным столом. Модератору полезно иметь диктофон для записи беседы. Помещение должно быть хорошо освещено, иметь комфортную температуру и защиту от постороннего шума. Перед дискуссией, когда собираются незнакомые между собой участники, модератор и его ассистенты приветствуют входящих, создают непринужденную обстановку [2].

В начале дискуссии модератор вводит участников в курс дела и может звучать так: «Добрый день (вечер)! Я ваш модератор. Меня зовут... Тема нашего сегодняшнего обсуждения (называет тему)». Основная дискуссия ведётся в соответствии с подготовленным планом. Перед модератором стоят две основные задачи: регулирование процесса обсуждения и фокусирование его на основной проблеме исследования. сообщает участникам цели и основные правила дискуссии, отмечая при этом для себя некоторые их личностные характеристики. Затем происходит знакомство участников дискуссии.

Обсуждение, как правило, начинается с открытых вопросов, которые раскрывают особенности характера участников, разнообразие их мнений. Закрытые вопросы обычно задаются ближе к концу дискуссии, что позволяет сфокусировать ответы на конкретных аспектах обсуждаемой проблемы. Модератору в процессе дискуссии рекомендуется избегать оценочных реплик как в вербальной форме («согласен», «хорошо», «неверно»), так и в невербальной (кивок, покачивание головой, жест отрицания и т.д.).

В процессе дискуссии модератор незаметно контролирует группу, используя 5-секундные паузы и «дознания» типа: «Вы не объясните более подробно?», «Вы не приведете пример?»

В конце дискуссии модератор напоминает о целях дискуссии, обобщает основные точки зрения, может предложить каждому участнику их прокомментировать или самим подвести итоги обсуждения. Затем следует поблагодарить каждого респондента за участие в обсуждении. Впоследствии запись дискуссии расшифровывается и распечатывается. На основе

полученной стенограммы происходит анализ и составляется отчёт [3].

Примерные вопросы для проведения фокус-группы для социологического исследования «Какая библиотека Вам нужна?»

В какие учреждения Вы обращаетесь для поиска необходимой Вам информации (библиотеки, Интернет, книжные магазины)?

Почему Вы используете библиотеку, а не другие способы получения информации?

Что Вы думаете о Вашей библиотеке?

Какие проекты (мероприятия, акции) предлагает ваша библиотека и в каких из них вы участвуете?

Достаточно ли хорошо библиотека рекламирует свои услуги?

Если бы Вы переезжали на новое место, что больше всего хотели бы иметь на собственной улице: парк, библиотеку, школу, отделение полиции, ничего из вышеупомянутого?

Как Вы считаете, какие стратегии нужно применить в работе Вашей библиотеки, чтобы привлечь читателя и продемонстрировать местной администрации, что библиотека оказывает значительный эффект на общество, доказать свою необходимость ?

Ваша библиотека способствует процветанию местного сообщества?

Или другие вопросы (на усмотрение модератора).