

ОБОВ'ЯЗКИ ТА ФУНКЦІЇ МОДЕРАТОРА ПРИ ПРОВЕДЕННІ ДОСЛІДЖЕНЬ МЕТОДОМ ФОКУС-ГРУП

к.е.н., доц. Мельник Ю.М., студентка гр. МКс-22 Фоменко Д.В.

Існує ряд загальноприйнятих правил проведення якісних досліджень і, зокрема фокус-груп, докладно викладених у вітчизняній і зарубіжній літературі. Однак багато з них знаходять своє застосування на практиці лише частково, а деякі положення відверто суперечать досягненням в інших наукових сферах, таких як психологія.

Набуття практичних навичок роботи з учасниками фокус-групи, безсумнівно, є найважливішим чинником, що впливає на ефективність роботи модератора. Неможливо навчитись мистецтву модерування, спираючись тільки на теоретичні знання, але навіть беручи участь у спостереженні та аналізі результатів.

Під час проведення якісного дослідження за допомогою фокус-груп, для мінімізації негативних наслідків, слід використовувати один гайд, крім того, кожен модератор повинен володіти рядом навичок:

- Засвоїти основи майевтики – добування прихованої інформації за допомогою навідних питань;

- оволодіти емпатичним слуханням – розуміння емоційного стану мовного партнера, вираження розуміння, співпереживання;

- не мати шаблонів мислення (відсутність упередженого ставлення до учасників);

- мати чудову пам'ять;

- вміти визначати ролі, що склалися усередині групи;

- адекватно управляти груповою динамікою [2].

З самого початку проведення групи модератор повинен запам'ятати імена учасників. Модератор не просить називати ім'я, відповідно паспортних даних учасника, кожен може назватися так, як сам того бажає, як йому зручно, головне, що б людина сама пам'ятала це ім'я і відгукувався на нього.

Застосування бейджів або таблиць з іменами, що пропонуються теорією проведення фокус-груп [1], робить групу більш формалізованою. Крім того, з точки зору психології, таблиця з іменем перед учасником виступає бар'єром, яким учасник намагається себе відгородити від оточуючих, захиститися [3]. У такому випадку, вивчення глибинних мотивів ускладнюється, вимагає додаткових зусиль і часу. Люди повинні відчувати себе комфортно з точки зору своєї особистості, а не з точки зору комфорту спілкування. Якщо людина як особистість почуває себе комфортно, вона буде спілкуватися.

Модератор повинен звертатися до учасників тільки по імені, особисто до кожного, це в свою чергу, виступає мотивуючою силою для початку дискусії і, крім того сприяє знайомству учасників, встановленню контактів. Важливим моментом на якому слід акцентувати увагу, є зручність спілкування на «ти», яке дозволяє скоротити деяку дистанцію спілкування. Практика показує, що спілкування на «ти» зручніше як для модератора особисто, так і для членів групи.

Досвідчений модератор відразу здатний визначити ролі, що склалися всередині групи. В залежності від ролі учасника і його емоційного стану визначається індивідуальний підхід. Група не знає, що всі учасники надають однаковий вербальний внесок. Існує стереотип, що «мовчазних» учасників необхідно змусити говорити за будь-яку ціну [1]. Такий підхід може бути абсолютно не результативним у тому випадку, якщо учасник виконує роль «референта». Слід відмітити, що подібний тип учасників зустрічається досить рідко, більшості мовчазних учасників необхідно пояснити важливість їх внеску, особисто звернутися з питанням, вияснити причини мовчання. Крім того, завданням модератора є контроль занадто активних учасників, які намагаються домінувати над оточуючими, в такому випадку, їм необхідно надавати слово в кінці, мотивуючи це високим ступенем компетентності учасника.

Зрозуміло, що довільне наслідування розвитку дискусії, неприпустиме для досвідченого модератора, є іншою крайністю, яка може повести увагу учасників далеко від поставлених питань.

Слід зазначити, що модерування більшою мірою мистецтво, ніж наука. Набір вищевказаних правил формує фундамент, проте ці правила не гарантують розуміння всіх ситуацій, що відбуваються в групі. До кожної групи слід визначити окремий підхід, бути неупередженим і пам'ятати, що з будь-якого правила бувають винятки. На практиці від модератора вимагають індивідуального підходу не тільки до кожної групи, але й до окремо взятих учасників.

1. Беленовський С.А. МЕТОД ФОКУС-ГРУП/ С.А. Беленовський - М.: В-во Магістр, 1996. – С. 130 – 156.

2. Маслова С. (Фонд «РУССКИЙ ПРОЕКТ») Роли модератора фокус-груп. Возможности и границы / С.Маслова // Журнал «Практический маркетинг». – 2001 – № 9. – С. 20 – 22.

3. Белинская Е.П. Социальная психология / Е.П. Белинская, О.П. Тихомандрицкая // Хрестоматия: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: И-во Аспект Персс, 2003. – С. 236–340.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 87-89.