



“WEAR(E)ABLE”

BEST DRESSED SUSTAINABLY

2019-3-AT02-KA205-002603

OUTPUT 1

TIKSLINĖS GRUPĖS ORGANIZAVIMO GAIRĖS



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

TIKSLINĖS GRUPĖS ORGANIZAVIMO GAIRĖS

Kai kuriems žmonėms reikia laiko ir mažos, saugios aplinkos, kurioje jie gali išklausti kitų nuomos, kol jie patys pradeda laisvai reikšti savo mintis ir nuomos. Tokiomis situacijomis tikslinės grupės yra puikus pasirinkimas.

Gera suorganizuotos tikslinės grupės gali atskleisti visą reikiamą informaciją ir padėti padaryti galias įžvalgas, kurių gali prireikti tyrimams. Būtent todėl mes jums ir paruošėme gaires, kaip organizuoti tikslinę grupę.

ŠIOSE GAIRĖSE JŪS RASITE:

- tikslinės grupės apibrėžimą;
- informaciją apie tai, kaip vesti tikslines grupes;
- kaip sukurti efektyvius klausimus tikslinei grupei;
- įdarbinti ir paruošti dalyvius;
- kaip analizuoti tikslinės grupės duomenis.



Paveikslėlyje – BALANSAS:

Raktas į sėkmingą tikslinės grupės sesiją

- Kiekvienas dalyvis turi vienodai galimybių pasisakyti
- Moderatorius bendrauja ir užduoda klausimus natūraliai, nedirbtinai
- Dalyviai jaučiasi gerai, todėl noriai ir atvirai bendrauja vieni su kitais

TIKSLINĖS GRUPĖS SĄVOKA

- Tikslinė grupė yra nedidelė šešių dešimties žmonių grupė, kuri atvirai diskutuoja įvairiomis temomis ir kuriai vadovauja moderatorius. 5–7 žmonės grupėje yra idealus skaičius.
- Moderatoriaus tikslas – per nustatytą laiką sugeneruoti kuo daugiau skirtingų idėjų ir nuomonių iš daugybės skirtingų žmonių.
- Idealiausia tikslinės grupės sesijos trukmė yra nuo 45 iki 90 minučių.
- Tikslinės grupės diskutuoja kruopščiai paruoštus klausimus – paprastai ne daugiau kaip 10. Idealiu atveju, dalyvių pasisakymai paskatins diskusiją ir paveiks kitų žmonių nuomonę, paskatins dalintis pastebėjimais. Per grupės sesiją kai kurie žmonės net pakeičia savo nuomonę. Norint gauti geresnius rezultatus, reikia daugiau nei vienos tikslinės grupės sesijos ta pačia tema – paprastai trijų ar keturių. Jeigu per sesiją neišgirsite nieko naujo, vadinasi, pravedėte pakankamai sesijų su tais pačiais klausimais.
(Projekto „Wear(e)able“ atveju pakanka vienos tikslinės grupės sesijos.)
- **TIKSLINĖ GRUPĖ – TAI NĖRA:**
 - grupinė terapija;
 - konflikto sprendimo sesija;
 - problemų sprendimo sesija;
 - galimybė bendradarbiauti;
 - prekybos galimybė;
 - mokslinis užsiėmimas.

TIKSLINĖ GRUPĖ – TAI...

sąmoningai atrinktų žmonių, dalyvaujančių konkrečioje diskusijoje, susirinkimas, kurio tikslas – išsiaiškinti žmonių supratimą apie tam tikrą temą ar juos dominančią sritį. Šios diskusijos turėtų vykti nepavojingoje ir priimtinoje aplinkoje (taip pat reiktų atkreipti dėmesį į tai, kur tai darysite: internete, fiziškai ir pan.).

KLAUSIMŲ TIKSLINEI GRUPEI KŪRIMAS

- Klausimų skaičius vienai grupei neturėtų viršyti 12. Idealiausias intervalas – nuo 8 iki 12.
- Tikslinės grupės dalyviai neturės galimybės pamatyti jiems užduodamų klausimų, todėl įsitikinkite, kad dalyviai juos pilnai supranta ir gali į juos atsakyti.
- Klausimai turėtų būti trumpi ir esminiai (pavyzdžiui, atvirieji klausimai arba prašymas baigti sakinį taip, kaip nori kalbantysis). Klausimai negali būti provokuojantys arba gėdinantys. Jie turi būti

suformuluoti taip, kad į juos nebūtų galima paprasčiausiai atsakyti „taip“ arba „ne“ (nepradėkite klausimų žodžiu „ar“, pradėkite klausti su žodžiais „kodėl“ ir „kaip“).

Klausimai tikslinei grupei yra trijų rūšių:

APŠILIMAS

Pirmosios kelios jūsų grupės minutės turėtų būti skirtos „sušildyti“ dalyvius, padėti jiems pajusti grupės jaukumą ir priversti juos pradėti galvoti apie šios dienos temą. Paprastai jūsų pirmieji keli klausimai turėtų būti labai platūs ir sukurti daugiausia tam, kad dalyviai nusiramintų ir neįpareigojančiai pabendrautų, o ne būtinai sužinotų ką nors naudingo.

PAGRINDINIAI KLAUSIMAI

Tai yra ta diskusijos dalis, kai užduodate didžiąją dalį savo klausimų. Pabandykite tuos klausimus pateikti netiesiogiai. Kitaip tariant, jei tiriate priežastis, dėl kurių sumažėja jūsų produktų pardavimas, užduokite savo klausimus netiesiogiai. Pavyzdžiui, galite paklausti žmonių, kaip jie jaučiasi dėl jūsų produktų kainos, o ne konkrečiai paklausti, ar jie mano, kad kaina per aukšta, per žema ar teisinga. Jei negausite norimo atsakymo apie kainą klausdami netiesiogiai, tuomet jums gali tekti užduoti aukščiau paminėtus konkrečius klausimus, bet bent jau iš pradžių stenkitės jų vengti.

Pabandykite paklausti taip, kad žmonių nereikėtų raginti atsakinėti į jūsų klausimus.

BAIGIAMIEJI KLAUSIMAI

Patartina kelias paskutines grupės sesijos minutes praleisti apibendrinant dalyvių atsakymus ir jų temos suvokimą bei duodant jiems pakankamai laiko atsakyti į šį klausimą savarankiškai. Todėl kurdami klausimus tikslinės grupės diskusijoms, nepersistenkite – neįtraukite per daug klausimų, nes taip bus tik sunkiau apibendrinti, ką aptarėte per diskusiją.

PROJEKTO "WEAR(E)ABLE" PAVYZDINIAI KLAUSIMAI

APŠILIMAS:

1. Koks yra jūsų mėgstamiausias drabužių prekės ženklas? Ar galite trumpai apibūdinti priežastis? Kodėl tai yra jūsų mėgstamiausias prekės ženklas? Kas paskatino jus pasirinkus būtent šį ženklą?
2. Kaip manote, kokie yra pagrindiniai teigiami mados bruožai? Ar galite paminėti ir blogų dalykų apie madą?

PAGRINDINIAI KLAUSIMAI:

3. Ar žinote, iš kokių audinių yra gaminami jūsų drabužiai? Ar galite paminėti daugiau nei vieną?
4. Ar kada nors girdėjote apie aplinką tausojančią madą? Kaip bendrai suprantate aplinką tausojančios mados koncepciją? Ar galite ją apibūdinti?
5. Kaip manote, ką svarbu žinoti jauniems žmonėms, kad jie taptų sąmoningesni rinkdamiesi ir pirkdami drabužius?
6. Ar galite pateikti gerosios praktikos pavyzdžių apie aplinką tausojančią madą iš savo šalies ar tarptautiniu mastu? (Pavyzdžiui, etiniai, aplinką tausojančių drabužių prekės ženklai, iniciatyvos ir kt.)

BAIGIAMIEJI KLAUSIMAI:

7. Kokiais socialinės žiniasklaidos kanalais naudojotės informacijai gauti? Kurie mados srities veikėjai ar tinklaraštininkai yra svarbūs jums ir kodėl?
8. Ir paskutinis, bet ne mažiau svarbus dalykas: ką manote apie dėvėtų drabužių parduotuves, drabužių mainus, „sendaikčių turgų“? Ar dalyvaujate tokiose veiklose?

DALYVIŲ ĮDARBINIMAS IR APMOKYMAS

- Mūsų tikslinė grupė – 15–19 metų jaunuoliai;
- Idealiausias tikslinei grupės dalyvių skaičius – 5–7 žmonės;
- Atkreipkite dėmesį į amžių – 15 metų ir 19 metų jaunuoliai gali turėti skirtingą požiūrį į ir suvokimą apie gyvenimą. Būtinai turėkite tai omenyje.
- Pasistenkite užtikrinti, kad visi dalyviai jaustųsi gerai su vienas kitu, bet nė vienas iš jų asmeniškai nepažintų vienas kito;
- Pagalvokite, kaip surasite tikslinės grupės dalyvius: per savo organizacijos socialinės žiniasklaidos paskyras, per savo asmeninius socialinės žiniasklaidos kanalus ir pan. 1) Sukurkite aprašymą, paaiškinimą, kodėl darote šį tyrimą. 2) Sukurkite formą, kur žmonės galėtų registruotis, tačiau nepamirškite parašyti pastabos, kad visi surinkti duomenys bus naudojami tik „Erasmus +“ projekto „Wear(e)able“ tyrimo tikslais – žmogus turi galėti pasirinkti „sutinku“ arba „nesutinku“;
- Paruoškite dalyvių sąrašą ir patvirtinimo lapą, kurį pasirašydamas asmuo sutinka, kad jo informacija būtų naudojama tyrime.

SVARBI PASTABA

Atkreipsime dėmesį, kad gali būti aktualu rinkti demografinę informaciją iš dalyvių, jei jų amžius, lytis ar kiti požymiai yra svarbūs darant išvadas apie tikslinę grupę. Jūsų forma turi būti trumpa, užimti pusę puslapio ir jai užpildyti turėtų prireikti ne daugiau kaip dviejų ar trijų minučių. Išdalinkite šias formas sesijos pradžioje.

Moderatorius priima dalyvius, primena jiems apie grupės tikslą ir nustato pagrindines taisykles.

PRIEŠ PRADEDAMI
įsitikinkite, kad jaunuoliai supranta
TIKSLINĖS GRUPĖS PASKIRTĮ

_____ mūsų paprašė suorganizuoti tikslinės grupės sesiją, kad išsiaiškintume _____. Mums rūpi jūsų nuomonė, todėl prašome atvirai ir nuoširdžiai pasidalinti savo įžvalgomis su mumis.

1. NORIME, KAD JŪS KALBĖTUMĖTE. Norime, kad dalyvautų visi. Jeigu ilgą laiką tylėsite, galiu kreiptis į jus vardu ir paprašyti pasidalinti savo mintimis su grupe.
2. ČIA NĖRA TEISINGŲ AR KLAIDINGŲ ATSAKYMŲ. Mums svarbi kiekvieno žmogaus patirtis ir nuomonė. Pasisakykite, ar sutinkate, ar nesutinkate su kitais grupės nariais. Norime išgirsti įvairiausių nuomonių.
3. ŠIĄ SESIJĄ ĮRAŠINĖSIME. Mes norime užfiksuoti viską, ką turite pasakyti, tačiau ataskaitoje vardų neminėsime – liksite anonimiški.

KAIP ANALIZUOJAME DUOMENIS?

Pradėkite nuo tikslinės grupės sesijos įrašo transkripcijos. Pridėkite papildomų pastabų į transkripciją, jeigu jaučiate, kad jų reikia.

Transkripcijoje ištrinkite neesminius žodžius. Kiekvieno dalyvio komentarą, citatą, taip pat kiekvieną naują mintį ar idėją rašykite naujoje eilutėje.

Kompiliuokite ir analizuokite → sukurkite struktūrizuotą pastraipą!

FOLLOW US FOR MORE!

Wear(e)able:

<https://www.facebook.com/FundacjaZielonySlon>

<https://www.facebook.com/Weareable-Best-dressed-sustainably-101400794942842/>

https://www.instagram.com/we_areable/

Europos Komisijos parama šio leidinio rengimui nereiškia pritarimo jo turiniui, kuriame pateikiama autorių nuomonė, todėl Europos Komisija negali būti laikoma atsakinga už informaciją panaudotą šiame leidinyje.