



НАСОКИ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ДЪЛБОЧИННИ ИНТЕРВЮТА

Как се провеждат дълбочинни интервюта с бежанци

Какво ще научите

Тук ще научите:

- Как да подготвите процеса на дизайн мислене
- Как се провеждат качествени интервюта и фокус групи по с бежанци
- Как се обработват данните



Фигура 1: Онлайн интервю

Основна информация



В тези насоки ще разберете как да организирате процеса на дизайн мислене.



Насоките съдържат шест основни глави.



Ще ви трябват 3 часа, за да завършите указанията.



Автор Ахмад Мобайед.

ОТКАЗ ОТ ОТГОВОРНОСТ ЗА ВЪНШНИ ВРЪЗКИ

Този модул съдържа хипервръзки към външни уебсайтове. Тези външни връзки се предоставят за удобство и само за информационни цели; те не представляват потвърждение или одобрение от Go4DiGREEN на който и да е от продуктите, услугите или мненията на корпорацията, организацията или физическо лице. Go4DiGREEN не носи отговорност за точността, законосъобразността или съдържанието на външния сайт или за това на следващите връзки. Използвайте на свой собствен риск.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не означава одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите, и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в него.



Съдържание

КАКВО ЩЕ НАУЧИТЕ.....	0
ОСНОВНА ИНФОРМАЦИЯ	0
ВЪВЕДЕНИЕ.....	4
КАКВО Е ДИЗАЙН МИСЛЕНЕ?	4
ФАЗИ НА ДИЗАЙН МИСЛЕНЕТО	6
Емпатия	8
Дефинирайте.....	9
Идея	11
Прототип	12
Тестване.....	13
ДИЗАЙН МИСЛЕНЕТО Е ИТЕРАТИВЕН И НЕЛИНЕЕН ПРОЦЕС.....	14
НАСОКИ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ОНЛАЙН ИНТЕРВЮТА И ФОКУС ГРУПИ С БЕЖАНЦИ.....	15
Подготовка	15
Вземане на проби и обхват	15
Какво е целенасочено създаване на извадка ?	17
Какво е квотна извадка?	18
Извадка по модела „снежна топка“?.....	19



Общи изисквания за онлайн интервю	20
Подготовка и предизвикателства за разглеждане в онлайн интервюта	20
Технически въпроси	20
Поведенчески и емоционални	21
Управление на интервюто	22
Отношението на интервюиращия	23
Основни елементи на успеха за управление на интервюто	24
Етични насоки	28
Уместност	29
Уважение	29
Благодеяние.....	30
Справедливост.....	30
Документи.....	31
Важни техники за провеждане на интервюто.....	33
Специални изисквания към целевата група бежанци.....	35
Избягвайте негативните асоциации.....	35
Обърнете внимание на културните различия	37
Обърнете внимание на личния опит	38
След интервютата.....	39
Какво означава кодирането?	40
Софтуер.....	41
ПРИМЕРИ ЗА ПРОЦЕС НА ДИЗАЙН МИСЛЕНЕ – ПОДХОДЪТ GO4DIGREEN	43
Австрия	44
Методика.....	44
Констатации	45
Заключение	46



Препоръки.....	47
България.....	48
Методика.....	48
Констатации	49
Заключение	50
Препоръки.....	50
Белгия и Кипър	51
Методика.....	51
Констатации	52
Заключение	54
Препоръки.....	54
РЕФЕРЕНТЕН СПИСЪК.....	55
СПИСЪК С ФИГУРИ	56

Въведение

Тези насоки са за това как да провеждате онлайн интервюта и фокус групи с бежанци. Използвахме подхода на Дизайн мислене, за да създадем това ръководство.

Така че в началото изясняваме въпроса какво точно е Дизайн мислене.

Следващите глави се занимават с планирането и провеждането на интервюта и фокус групи. При това обърнахме специално внимание на групата бежанци. На какво трябва да обърнете внимание като интервюиращ, за да се чувстват комфортно всички участници и да получите необходимата информация за по-нататъшната си работа?

Ние обръщаме внимание на отношението на интервюиращия и също така предоставяме някои инструменти, за да бъдат фокус групите и интервютата успешни.

Като цяло в това ръководство описваме целия процес от подготовката до изпълнението и как да оценим събраните данни.

Какво е дизайн мислене?

Подхода на дизайн мислене е итеративен процес, в който ние...

- се стремим да разберем участника,
- оспорваме предположения и
- предефинираме проблемите, за да намерим алтернативни стратегии и решения, които може да не са очевидни веднага с първоначалното ни разбиране

В същото време Дизайн мисленето предлага ориентиран към решения подход за решаване на проблеми. Това е начин на мислене и работа и набор от практически методи.

Дизайн мисленето е свързано с дълбок интерес към развиване на разбиране на хората, за които проектираме нашите услуги. Помага ни да наблюдаваме и да развием съпричастност към целевия потребител.

Дизайн мисленето ни помага да задаваме въпроси:

- да поставят под въпрос проблема
- да поставят под въпрос предположенията
- да постави под въпрос последиците

Дизайн мисленето е изключително полезно за справяне с лошо дефинирани или неизвестни проблеми:



Дизайн мисленето също включва постоянно експериментиране:



Дизайн мисленето предоставя инструменти за прилагане по систематичен начин на процес на наблюдение и разбиране на потребителя (емпатия), който помага да се дефинира проблемът. Оттам нататък генерирането на идеи, колкото е възможно повече, се насърчава с цел изграждане на прототипи въз основа на най-подходящите генерирани идеи. И накрая, прототипите се тестват с реални потребители, за да се наблюдава как взаимодействат, дали използват решението, както е предвидено, или има други непредвидени употреби. Този етап е инструмент за генериране на решение, което може да бъде ефективно предложено на крайните участници.

Фази на дизайн мисленето

Днес има много варианти на процеса на дизайн мислене. Има тристепенни до седемстепенни модели. Въпреки това, всички тези модели се основават на едни и същи принципи, които бяха описани за първи път през 1996 г. от носителя на Нобелова награда Хърбърт Саймън в Науките за изкуственото. Избрахме петстепенния модел на Института по дизайн Хасо Платнер в Станфорд (известен също като "d.school"). Избрахме подхода на d.school, защото той е пионер в прилагането и преподаването на дизайн мисленето. Според този модел има следните пет фази или етапа.



Първи бърз преглед

Бъдете съпричастни към вашите потребители

- провеждане на интервюта
- разкрий емоциите
- търсете истории

Определете нуждите на вашите потребители, техния проблем и вашите прозрения

- преформулирайте и създайте формулировки за проблеми, ориентирани към човека
- идентифицират значими непредвидими моменти и напрежение
- извеждайте прозрения

Идеи чрез оспорване на предположения и създаване на идеи за иновативни решения

- обмисляйте основни идеи
- надграждайте върху идеите на другите
- не съдете

Прототип, за да започнете да създавате решения

- създавайте обекти и преживявания
- ролева игра за разбиране на контекста и ключова характеристика
- бързо изграждайте, за да мислите и да учите

Тестови решения

- Тествайте с потребители, за да прецизирате решението и да съберете данни
- Осъществете по-дълбока емпатия
- Провала също е добре дошъл

Нека сега навлезем в подробности и дефинираме тези фази по-точно.

Емпатия

Емпатията е фазата, в която наблюдаваме поведението на хората и техните взаимодействия в средата, в която са поставени. Наблюдава се и говори с участниците; задават въпроси за всичко, което има някаква връзка с разглежданата тема (защо?, кога?). Събирането на това знание помага за емпатия с учасника. Освен това се консултират експерти и се извършват изследвания с помощта на всички средства, с които разполагаме (наблюдение, библиографски справки, информация в Интернет, анкети и др.).



Фигура 2: Ученичка разговаря с учителя си

Крайната ни цел в тази фаза е да получим голямо количество информация за проблема, който ще решаваме, и за реалните хора, за които ще предоставим иновативни решения.

Сега, като се има предвид естеството на нашия проект, всички стъпки трябва да се извършват онлайн, което може да създаде много предизвикателства,

особено когато става въпрос за тази конкретна стъпка. Както бе споменато по-горе, изключително важно е да взаимодействаме и да наблюдаваме нашите крайни потребители, за да застанем на тяхно място. В този проект би било от решаващо значение да използваме инструменти, които ни позволяват да взаимодействаме и да наблюдаваме нашите крайни потребители по гъвкав начин, за да можем да разберем по-добре техните нужди.

Дефинирайте

Фазата на дефиниране е много важна, тъй като членовете на екипа се опитват да намерят и дефинират действителните нужди на крайния потребител от знанията, придобити по време на фазата на емпатия.



Фигура 3: човек, който си води бележки на работната маса

Тази фаза се състои от структуриране и организиране на откритията. от фазата на емпатия, тоест какво е важно, значимо, неуместно и т.н. Опитваме се да отговорим на въпроси като какво би станало, ако? или как бихме могли?

Тази фаза е завършена, след като имаме ясна дефиниция на проблема, който ще решаваме.

Идея

След като разберем какъв е действителният проблем, който трябва да бъде разрешен, и след като нуждите и мотивацията на нашите крайни потребители са идентифицирани и структурирани, трябва да се генерират много идеи и концепции, които да обслужват идентифицираните нужди и да разрешат проблема , използвайки инструменти като мозъчна атака. В нашия случай в @Go4DiGreen@ подобни идеи биха дошли като предложения под формата на образователни материали, от които бежанците може да се нуждаят, за да станат предприемачи.

Колкото повече идеи получим за разглеждане на възможни решения, толкова по-добре можем да изпълним следните фази, така че този процес трябва да бъде истинска мозъчна атака, при която идеите се произвеждат, комбинират, разширяват и усъвършенстват с бързи темпове



Прототип

Изграждането на прототип е динамичен и много бърз етап в процеса на мислене на дизайна. Прототипът в този контекст е най-вече инструмент за обучение. Прототипите са предназначени да бъдат несъвършени, улеснявайки оценката на идеите и позволявайки незабавни и драстични промени, ако е необходимо. Прототипът може да бъде например скица или картонена кутия, която декорираме, за да представлява устройство. Може дори да бъде видео или сценарий. Целта на прототипирането е бързо да се визуализира решението и да се създаде модел, с който потребителите могат да взаимодействат и да предоставят обратна връзка.

В нашия случай прототипите обикновено попадат в един от предварително проектираните образователни инструменти, които имаме в този проект, като платформата, онлайн видеоклиповете или основния писмен образователен материал.

Тестване

Тестването на прототип се състои в представяне на прототипа на крайните потребители, за да се изслушат техните мнения и реакции за него. Тестването има за цел да установи дали прототипът отговаря на очакванията на реални хора и кои аспекти трябва да бъдат подобрени. Тестовите ни позволяват да разберем какви са всъщност възприятията на крайните потребители за предложеното решение.

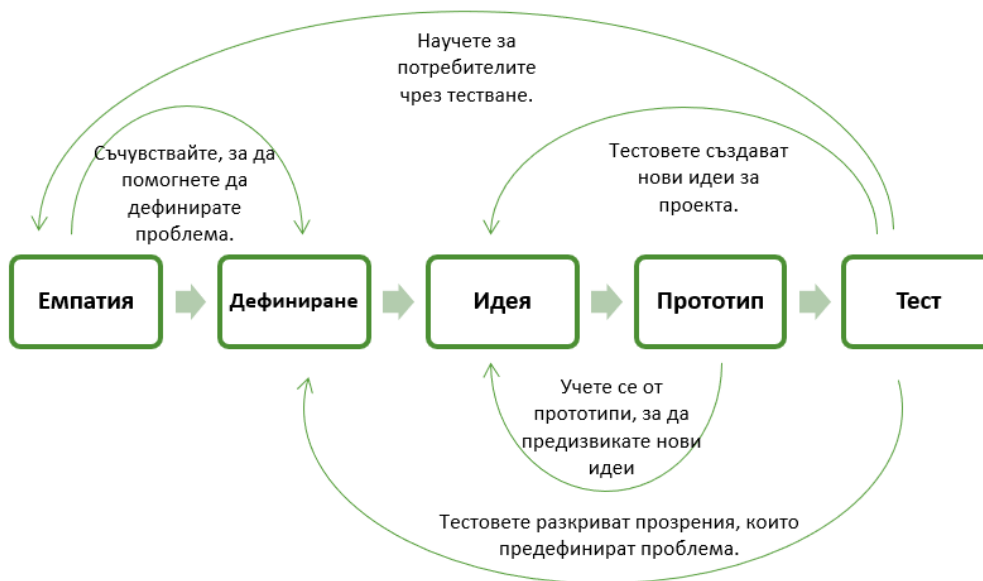
Тази стъпка може да бъде проста в нашия случай, тъй като ще изисква само представяне на идеите.

Дизайн мисленето е итеративен и нелинеен процес

внимание! Тези пет фази, етапа или режима не винаги са последователни! Не е необходимо да продължат в определен ред.

Всъщност често се случва тези фази да протичат паралелно и да се повтарят итеративно. С други думи, фазите не са подредени йерархично и не са непременно последователни стъпки.

Вместо това ги разглеждайте като общ преглед на режимите или фазите, които допринасят за иновативен проект.



Фигура 4: Дизайн мислене

Насоки за провеждане на онлайн интервюта и фокус групи с бежанци

Следващите глави са в голяма степен за фокус групи и интервюта. Ние обсъждаме планирането, прилагането и оценката на тези инструменти и даваме съвети какво да вземем предвид в отделните фази.

Подготовка

Целта на интервюто е да стане ясно от началото на изследването. При определяне на целите на интервюто е важно въпросите да са кратки и формулирани в обективна форма.

Ние се стремим да избягваме тесни, ориентирани към резултатите въпроси, които просто се стремят да потвърдят нашата хипотеза. Полуструктурираният подход се оказва полезен в този сценарий, тъй като позволява на участниците да отговарят на въпроси по различни начини и от различни гледни точки.

Вземане на проби и обхват

При качествени интервюта и изследователски методи събирането на представителна и непредубедена (до възможно най-голяма степен) извадка е задължително, в противен случай констатациите, до които достигаме, могат да се считат за пристрастни и непредставителни, което може да застраши резултатите от цялото изследване. За тази цел в ранните етапи на изследването трябва да се вземе предвид извадка, базирана на демографски данни за целевата популация.





Фигура 5: Създаване на извадка

Въз основа на извадката могат да бъдат изпратени покани до участници, които отговарят на първоначалните критерии за подбор и които също представляват групите, намерени в извадката. Обхватът обикновено се планира предварително в рамките на стратегия и план за обхват, където критериите за подбор са предварително определени заедно с някои основни насоки. Една от основните насоки е винаги да се напомня на потенциалните участници за доброволния характер на тяхното участие.

Друг важен елемент на успеха на дълбочинните интервюта, който попада в плана за набиране на участници е мотивацията. В нашия контекст мотивацията на участниците да участват в нашите интервюта трябваше да бъде комуникирана много ясно.

Например, това може да стане чрез ясно информиране на участниците защо са избрани и какво точно биха получили в замяна на участието си. Повечето участници проявиха интерес да участват във фокус групи с намерението да предоставят полезна представа за проекта.

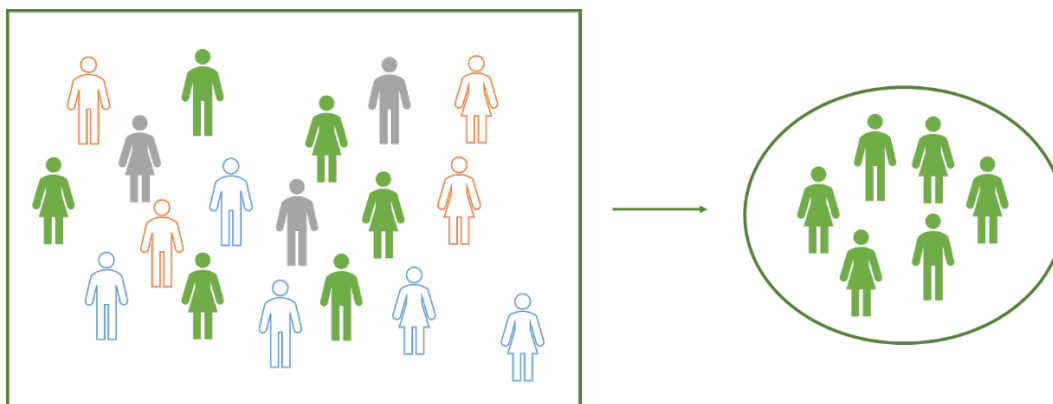
Като цяло, при дълбочинните изследвания, само извадка (т.е. подгрупа) от популация се избира за всяко дадено изследване. Изследователските цели на изследването и характеристиките на изследваната група (като размер и разнообразие) определят кои и колко хора да бъдат избрани.

Най-често срещаните методи за извадка, използвани в качествените изследвания, са целенасочено вземане на проби, квотно вземане на проби и вземане на проби от снежна топка.

Какво е целенасочено създаване на извадка ?

Целенасоченото създаване на извадка, една от най-често срещаните стратегии, така се групират участниците според предварително избрани критерии, свързани с конкретен изследователски въпрос.

Популация срещу целенасочена извадка:



Фигура 6: Целенасочено вземане на проби

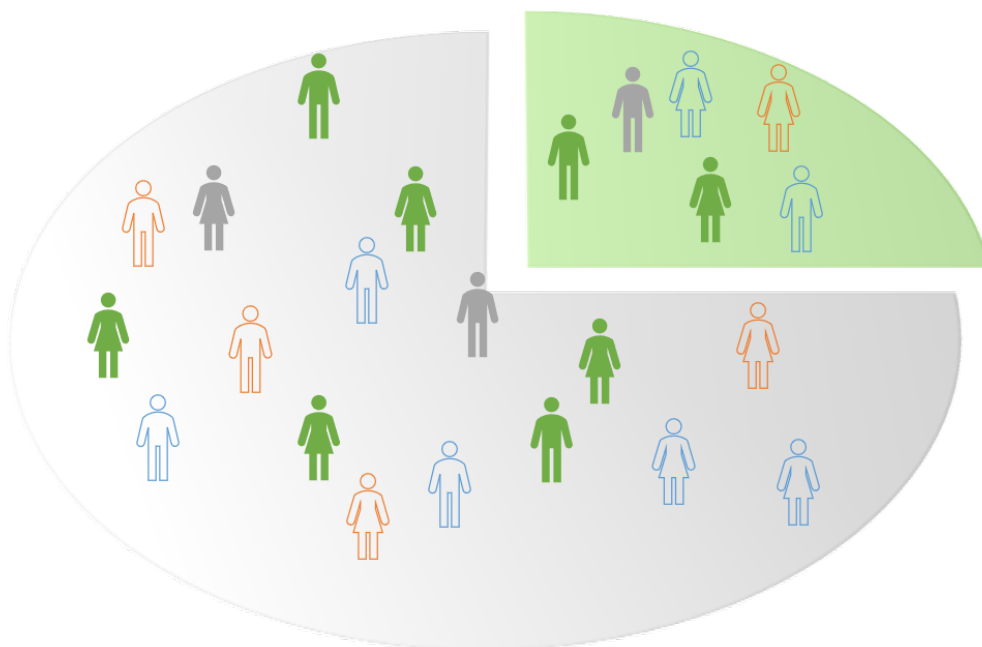
Размерите на извадката, които могат или не могат да бъдат фиксирани преди събирането на данни, зависят от наличните ресурси и време, както и от целите на изследването.

Целенасочените размери на извадката са:

- често се определя въз основа на теоретично насищане (точката в събирането на данни, когато новите данни вече не носят допълнителна информация към изследователските въпроси).
- Следователно целенасоченото вземане на проби е най-успешно, когато прегледът и анализът на данните се извършват във връзка със събирането на данни.

Какво е квотна извадка?

Квотната извадка, понякога считано за вид целенасочено вземане на проби, също е често срещано. При квотната извадка ние решаваме, докато проектираме проучването, колко хора с какви характеристики да включим като участници.



Фигура 7: Извадка от квота

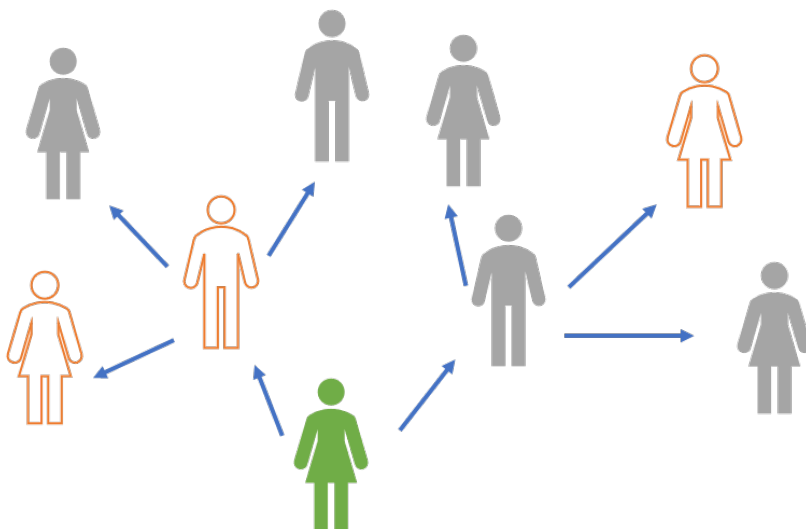
Характеристиките могат да включват възраст, място на пребиваване, пол,

професия, семейно положение, използване на конкретен контрацептивен метод,

Критериите, които избираме, позволяват да се съсредоточим върху лица, които смятаме, че имат представа за темата на изследването. След това отиваме в общността и – като използваме стратегии за набиране на участници, подходящи за местоположението – намираме хора, които отговарят на тези критерии, докато изпълним квотите.

Извадка по модела „снежна топка“?

Третият тип извадка, наречена „снежна топка“ – известно също като извадка по веригата – се счита за тип целенасочено създаване на извадка. При този метод участниците, с които вече е осъществен контакт, използват своите социални мрежи, за да насочат изследователя към други хора, които потенциално биха могли да участват или да допринесат за проучването.



Фигура 8: Вземане на проби със снежна топка

Извадката на принципа на снежната топка често се използва за намиране и набиране на „скрити участници“, тоест групи, които не са лесно достъпни за

изследователите чрез други стратегии за създаване на извадка. Въпреки че резултатите от такъв процес на подбор не могат да бъдат обобщени, той осигурява първи достъп до такава група.

Общи изисквания за онлайн интервю

Като цяло винаги се чувстваме по-комфортно с онлайн интервюта и сесии. Винаги обаче трябва да се стремим да създаваме атмосфера на доверие в онлайн среда. Средата в онлайн интервюта често е фокусирана върху целта на интервюта (не можете да осигурите място за неформална комуникация/дейности), което създава някои ограничения. Обикновено се фокусираме бързо към целта на интервюта, без да имаме предвид неформалната връзка, която трябва да поддържаме. Създаването на добра среда, доколкото е възможно, е много полезно.

Подготовка и предизвикателства за разглеждане в онлайн интервюта

Онлайн интервюта имат набор от предизвикателства, с които интервюиращият трябва да е наясно и готов да се справи с тях, ако възникнат. Тези предизвикателства попадат в няколко категории.

Технически въпроси

Това включва хардуер и софтуер, интернет връзка и цифрова грамотност. Тези елементи могат да се превърнат в предизвикателство преди и по време на онлайн интервю. От една страна, преди интервюта такива недостатъци могат да повлияят на извадката от групата, просто защото обикновено сме склонни да изключваме тези, които нямат подходящ хардуер и интернет връзка, както и тези, които нямат някои дигитални умения. От друга страна, по време на



интервюто лошата връзка и неработещият хардуер могат да създадат стресова ситуация за всички участници.

Инструменти за онлайн интервюта

Като цяло се препоръчва да изберете инструмент, с който повечето участници са запознати и се чувстват сигурни и защитени при използването му. Освен това е за предпочитане инструментът да не изисква регистрация и създаване на акаунти, което може да е недостатък.

Някои примери са:

- Zoom
- Google Hangouts

Поведенчески и емоционални

Предвид факта, че взаимодействието с участниците е ограничено до размерите и рамката на платформата за осъществяване на комуникация, огромен недостатък на онлайн средата може да се отдаде на липсата на наблюдение на физическо ниво. Това означава, че за интервюиращия е невъзможно да наблюдава езика на тялото на участниците. Един от начините да смекчите това е да слушате много внимателно участниците и да се съсредоточите върху техните реакции. За целта в идеалния случай модераторът трябва да се фокусира единствено върху участниците и въпросите, а друг човек трябва да си води бележки. Тази конкретна категория може да бъде свързана и с елемента на средата, споменат по-рано. Намаляването на този недостатък е пряко свързано със създаването на комфортна среда.



Управление на интервюто

Първо и най-важно, установяването на обща основа и много ясни насоки относно поверителността и защитата на данните трябва да се работи в самото начало. Това включва събиране на информирано съгласие за запис, ако е необходимо, информиране на всички участници за това как, какви и защо, ако има такива, данните трябва да бъдат обработени по време и след интервюто. Тези задължения попадат в етичните насоки, споменати по-рано, и трябва да се третират стриктно в съответствие с GDPR регламента и националното законодателство.



Фигура 9: Защита на данните на присъстващите

Отношението на интервюиращия

Следните нагласи могат да ви помогнат да овладеете:



Бъдете внимателни към хората

Процесът на дизайн мислене се основава на опит за по-добро разбиране на човешкото същество. Всъщност терминът дизайн, ориентиран към човека, може да се използва почти като синоним на дизайн мислене.

Фокусирайте се върху своята аудитория

Работейки с дизайн мислене, ние трябва да гарантираме, че винаги държим човека в основата на каквото и да правим: ние се грижим да разберем ситуацията и контекста на това човешко същество – предизвикателствата и възможностите, желанията и нуждите. Опитваме се да разберем целевата аудитория на крайната концепция или решение (напр. момичета, които трябва да бъдат овластени да ходят на училище). Също така се опитваме да разберем други заинтересовани страни, които са важни в тази ситуация (напр. семейства на крайни потребители и други фигури в живота им).

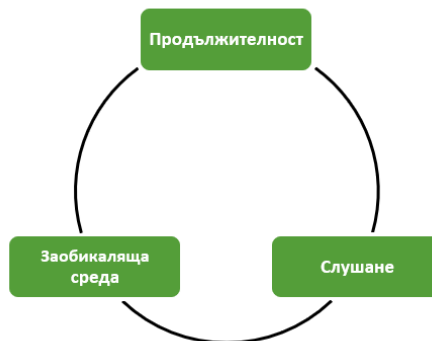


Имайте предвид работното пространство

За да подкрепите екипа, е полезно да работите в пространство, което е гъвкаво. В нашия случай трябва да се опитаме да бъдем креативни с нашата онлайн средата, доколкото можем! Тази стъпка също ще изисква да бъдем много интерактивни и да осигурим поток от разговори и обмен, за да поддържаме ангажираността на аудиторията си.

Основни елементи на успеха за управление на интервюто

В нашия случай и въз основа на събраните данни са идентифицирани три основни елемента на успеха на управлението на интервю. Излишно е да казвам, че в академичната литература могат да бъдат намерени повече елементи и фактори. Следните констатации са ограничени до и се основават на този проект и констатациите, които събрахме от интервютата.



Фигура 10: управление на интервюто

Продължителност

Времето е решаващ фактор при провеждането на интервюта, поради което правилното му управление е задължително. В нашия случай управлението на продължителността на интервюто е важно, за да поддържате участниците ангажирани и фокусирани.

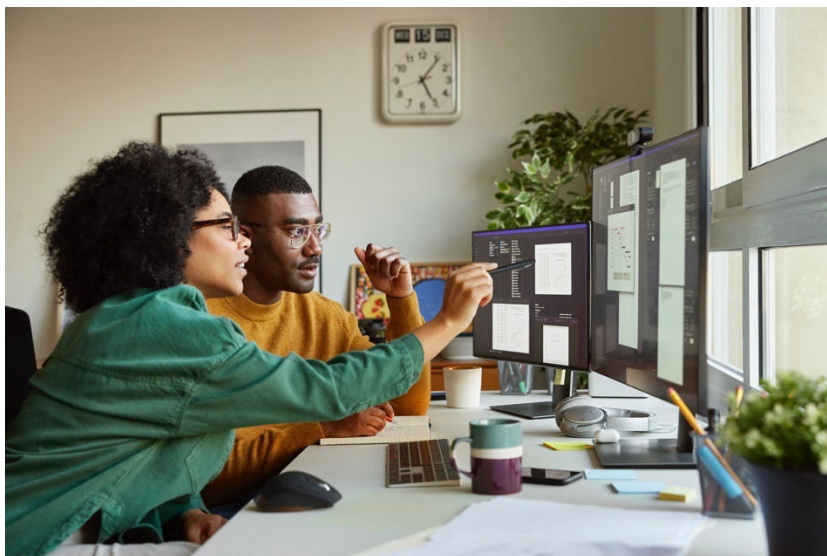


Фигура 11: продължителност

Въпреки че продължителността на интервюто обикновено зависи от темата и броя на участниците, общото съображение за поддържане на кратка продължителност е от полза, особено в онлайн контекст.

Заобикаляща среда

Управлението на околната среда е друг важен аспект. Това означава, че модераторът и домакините осигуряват удобна среда за участниците и се опитват да инициират лична връзка между участниците.



Фигура 12: среда

Това е още по-необходимо, когато участниците се срещат за първи път. Друг аспект на управлението на средата е да се гарантира, че модераторът отговаря за насочването на интервюта и поддържането на участниците в рамките на въпросите. С други думи, отговорите трябва да бъдат директни и свързани с темата. В рамките на този елемент трябва да се вземат предвид други важни недостатъци или предизвикателства. Например, при групови интервюта е вероятно да се сблъскате с групови пристрастия и групови модели на мислене, работата на модератора в този случай е да избягва такива ситуации, доколкото е възможно.

Слушане

Доброто слушане е единственият начин, по който можем да получим смислени и сложни констатации.



Фигура 13: слушане

Също така е важно да покажете на участниците, че наистина разбирате какво казват, което може да ги насърчи да се отворят повече и да допринесат по-дълбоко. Освен това активното слушане е от решаващо значение за установяване на емоционална връзка с участниците. Емоционалното измерение обикновено е един от основните начини за съчувствие и създаване на истински връзки с участниците. От друга страна, доброто слушане може да помогне на интервюиращия не само да разбере по-добре участниците, но и да разбере какво се опитва да постигне участникът с отговора си. (печалби от личен интерес).

Етични насоки

От казаното досега за отношението на интервюиращия, сега имаме етичните изисквания, които трябва да се спазват строго при качествено интервю или фокус група.

Най-общо казано, спазването на етичен подход при провеждането на качествено интервю е по-скоро традиция в изследователската област. Въпреки това, някои важни забележки, които трябва да бъдат подчертани, като осъзнаването на неравенствата, които може да имаме в нашите пристрастия, когато планираме интервютата, такива пристрастия могат да бъдат полови, расови, етнически и т.н.



Фигура 14: Етичен подход

Уместност

Друг важен етичен аспект, който трябва да се вземе предвид в подготвителната фаза, е целесъобразността. В нашия контекст това означава, че въпросите, предназначени за интервюто, трябва да зачитат поверителността, сигурността и достойнството на участниците. Като общо правило трябва да се задават само въпроси, които имат пряка връзка с целите на интервюто (които вече трябва да бъдат изяснени предварително и съобщени на участниците). Освен това на участниците винаги трябва да се напомня и да им се дава възможност да задават въпроси. Няколко основни етични принципа, които нашите открития показват, са следните:

Уважение

Уважението към хората изисква ангажимент за осигуряване на автономията на участниците в изследването и, когато автономията може да бъде намалена, за защита на хората от експлоатация на тяхната уязвимост.



Фигура 15: Уважение

Трябва да се уважава достойнството на всички участници в изследването. Спазването на този принцип гарантира, че хората няма да бъдат използвани просто за постигане на изследователски цели.

Благодеяние

Благотворителността изисква ангажимент за минимизиране на рисковете, свързани с изследването, включително психологически и социални рискове, и максимизиране на ползите, които се натрупват за участниците в изследването. Изследователите трябва да формулират конкретни начини, по които това ще бъде постигнато.

Справедливост

Справедливостта изисква ангажимент за гарантиране на справедливо разпределение на рисковете и ползите, произтичащи от изследванията. Тези, които поемат тежестта на участието в научните изследвания, трябва да споделят ползите от придобитите знания. Или, казано по друг начин, хората, които се очаква да се възползват от знанието, трябва да бъдат тези, които са помолени да участват.



Фигура 16: Справедливост

Интервюто е доброволно и може да бъде отменено по всяко време, дори без причина и без последствия. На въпросите може да не се даде отговор без да се посочват причини. Уважението и признателността са много важни.

Документи

Един от основните документи, които изследователят трябва да подготви предварително и да сподели с участниците, е много ясен дневен ред.

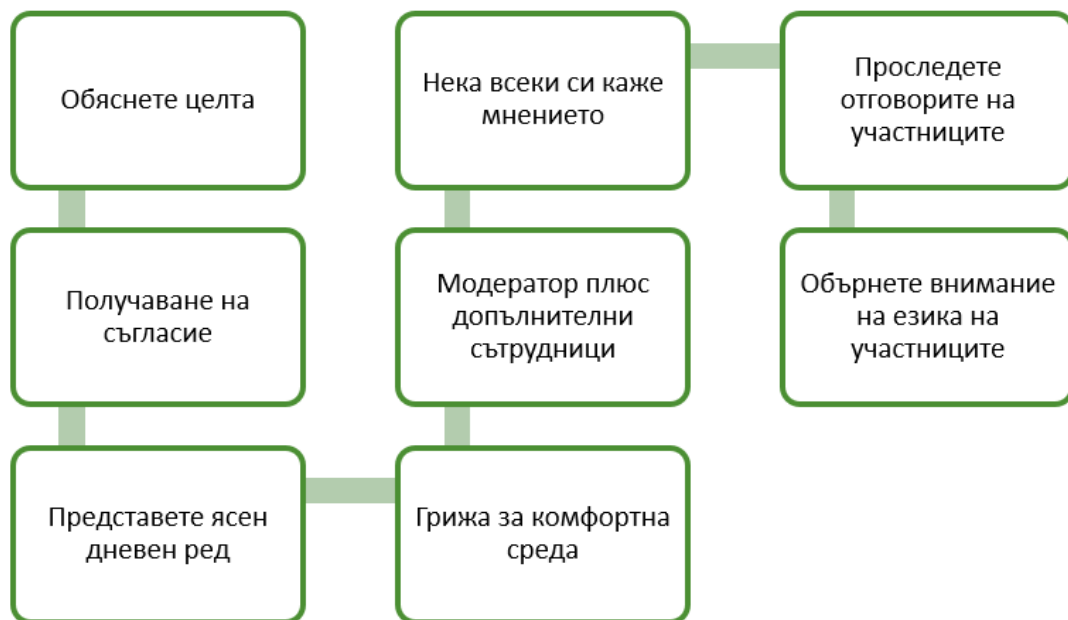


Фигура 17: Документи

Участниците трябва да бъдат информирани за основните моменти в интервюта и проекта. Наличието на добре информиран участник е задължително, за да се осигури етично и продуктивно интервю.

Важни техники за провеждане на интервюто

Важните техники и насоки за управление на онлайн интервюто включват следното:



Фигура 18: Техники за дълбочинно интервю

Обяснете целта

Модераторът трябва да започне с обяснение на целта на групата и какво се очаква от групата.

Получаване на съгласие

Ако сесията трябва да бъде записана като видео или аудио, трябва да се вземе съгласието на участниците преди това. И веднъж записан, достъпът до този запис трябва да се използва само за целта, обявена в началото на сесията.



Представете ясен дневен ред

Споделяне на много ясен дневен ред, който рисува ясна картина за участниците относно целия процес на интервю и целта му. Интервюираните трябва да имат добро усещане и разбиране за процеса на интервюто предварително.

Грижа за комфортна среда

За да се гарантира, че цялостната среда е удобна и да се създаде основен инструмент за измерване на цялостното интервю, се препоръчва да започнете с въпрос за регистрация за всички интервюирани, за да измерите как се чувстват в началото на срещата и да завършите сесията с въпрос за проверка, за да заснемете как е преминало интервюто и как се чувстват участниците за него.

Модератор плюс допълнителни бележници

Модераторът не трябва да си води бележки, по-скоро това трябва да бъде възложено на някой друг. Ролята на модератора е да улеснява и развива дискусиата, без да участва в нея. Водещите бележки също трябва да бъдат представени в началото на сесията.

Нека всеки си каже мнението

Друга задача на модератора е да гарантира, че участниците се чувстват комфортно по време на сесията и да попречи на някой да доминира в дискусиата.

Проследете отговорите на участниците

Обърнете внимание на реакциите на участниците и не забравяйте да проследите техните отговори. В процеса на това може да искате да се уверите, че всички участници могат да споделят мненията си. Доброто наблюдение на цялата сцена ще помогне за активирането на всички участници и за избягването на групово мислене и манипулативни опити от участници, които винаги настояват за мнението си.

Обърнете внимание на езика на участниците

Проведете интервюто или на майчиния език на участниците, или на техния втори език. Един ключов аспект е да се гарантира, че участниците са в състояние да изразят себе си истински. Ако е необходимо, разделете участниците в различни групи според техните езикови предпочитания и наемете преводач.

Специални изисквания към целевата група бежанци

Има някои специалните изисквания, които трябва да се спазват при интервюиране на бежанци. Въпреки това, малкото разлики, които забелязахме, все още са големи и трябва да бъдат разгледани по чувствителен начин.

Тези разлики са основно в две части:

Избягвайте негативните асоциации

Първо, думата интервю има негативни асоциации за хора с бежански произход. Повечето бежанци в даден момент са били подложени на



интервюта, проведени от полицията или органа за убежище, това може да създаде стресова ситуация.

Думата интервю може би може да се замени с разговор. Друго наблюдение е, че хората с бежански опит често също идват от системи със силни йерархии и често са в уязвима роля. Например, ако бежанецът е интервюиран от университетски професор, не можете да предположите, че той ще говори открито и ще даде честни отговори.



Фигура 19: Стресиран човек

Обърнете внимание на културните различия

Второ, културни аспекти. Интервюиращите култури са различни в различните нации и географски местоположения. Въпреки факта, че целевата група се намира в страната домакин в момента, някои културни различия ще останат на място и трябва да бъдат разгледани по подходящ начин.



Фигура 20: Културни различия

Най-често такива различия се справят чрез изготвяне на въпросник за културна чувствителност, който отчита различния културен произход на участниците. Друг аспект е свързан с това колко обучен и опитен е модераторът. Понякога е по-подходящо да имате модератор, който принадлежи към целевата група, в други случаи участниците може да предпочетат модератор, който принадлежи към друга държава или култура. Следователно в идеалния случай може да имате 2 модератора, единият, който е обучен и принадлежи към целевата група, а другият също е обучен, но принадлежи към друга култура (например страна домакин).

Обърнете внимание на личния опит

Трето, изисквания, свързани с личния опит. На това ниво е важно да се обърне внимание и да се имат предвид преживяванията, през които участниците може да са преминали.



Фигура 21: Преживявания

Тъй като нашата целева група са бежанци, някои въпроси могат да бъдат много деликатни, като въпроси, които са свързани с историята на участника във връзка с неговата страна на произход, пътуване до приемащата страна и въпроси за членове на семейството и приятели, които може да са изчезнали по пътя. Следователно е много препоръчително да бъдете чувствителни на тези теми във въпросника. Веднъж задаването на грешен/деликатен въпрос, който не е свързан с целта на изследването, би застрашило процеса и би затруднило участника да даде своя принос.

След интервюта

Важно е да знаете за кого е датата. За вътрешна употреба на вашата организация ли е или искате да публикувате резултатите си?

Това определя как да анализирате вашите данни.

Качествен анализ на съдържанието (според Mayring, 2021)

Основата на качествения анализ на съдържанието е приписването на текстови пасажи на така наречените категории. Категориите имат абстрактен, но класифициращ характер и трябва да отразяват съдържанието на съответните текстови пасаж.

Формирането на категории може да се извърши или индуктивно, или дедуктивно:

- **Индуктивен**

Категорията се разработва "върху материала", т.е. върху съответния текстов пасаж. Обмисля се коя категория може да представи най-добре този пасаж.

- **Дедуктивен**

Категорията е създадена предварително въз основа на теория или предварителни знания. След това пасажът се присвоява на категорията.

- **Дедуктивно-индуктивен**

Преди кодирането някои категории се извеждат дедуктивно. Те се допълват от категории, които се създават индуктивно върху материала.



Какво означава кодирането?

Кодирането означава присвояване на текстови пасажии на съответните категории.



Фигура 22: Кодиране

Както вече споменахме, това може да се направи или индуктивно, или дедуктивно.

Съществуват обаче и смесени форми на двете процедури. Обичайно е, например, някои основни категории (т.е. по-висши, по-общи категории) вече да са определени дедуктивно предварително и че тези основни категории се допълват и диференцират индуктивно от подкатегории в хода на кодирането. Дължината на съответния текстов пасаж (т.нар. кодираща единица), който е присвоен на категория може да варира. Отделни думи, раздели, както и цели текстове могат да бъдат присвоени на категория.

Софтуер

NVIVO помага на изследователи да организират, анализират и намират изводи в неструктурирани или качествени данни като интервюта, отворени отговори на анкети, статии в списания, социални медии и уеб съдържание, където се изискват дълбоки нива на анализ на малки или големи обеми от данни.

NVIVO е отличен инструмент в провеждането на анализ на данни за качествени изследвания. Той позволява на потребителите да кодират качествените данни, което улеснява потребителите да извършват анализ на съдържанието с данните. Интерфейсът на NVIVO е много лесен за използване и изисква минимално време за изучаване на приложението.

Езикът на тялото и взаимодействието по време на интервютата са важни точки. В онлайн среда това може да е трудно.

Целта на ATLAS.ti е да помогне на изследователите да разкрият и систематично да анализират сложни явления, скрити в неструктурирани данни (текст, мултимедия, геопространствени). Програмата предоставя инструменти, които позволяват на потребителя да локализира, кодира и аотира констатациите в основния материал с данни.



Фигура 23: NVIVO



Фигура 24: ATLAS.ti



Примери за процес на дизайн мислене – подходът Go4DiGREEN

В нашия проект организирахме общо три фокус групи.

По-долу е даден кратък преглед на структурата на нашия процес:

Предварителна работа

Направете първоначално проучване на вашите крайни потребители и темата

Фокус група 1

Приложете стъпки, за да откриете подходящ начин за провеждане на онлайн фокус групи в целия проект.

Фокус група 2

Повторете стъпките на дизайн мислене, за да от какво се нуждаят бежанците за да бъдат предприемачи.

Домашна работа

Работете върху констатациите на първите две групи и се подгответе за последната фокус група.

Фокус група 3

Приложете констатациите от групи 1-2 и оценете констатациите .

Ето примери за това как са използвани качествени интервюта и фокус групи в партньорството по проекта. Те подчертават констатациите от фокус група, която имаше за цел да проучи ефективни подходи за провеждане на онлайн качествени интервюта с бежанци. Фокус групата събра мнения от експерти и практики, за да идентифицира най-добрите практики, предизвикателствата и възможностите в тази област.

Австрия

Методика

Участници

Общо 10 участници участваха във фокус групата, включително изследователи, академици, практики и лица с опит в работата с бежански общности. Всички участници притежаваха значителни познания и опит в провеждането на дълбочинни интервюта с бежанци.

Събиране на данни

Фокус групата беше проведена виртуално с помощта на софтуер за видеоконференции. Сесията беше аудио и видео записана със съгласието на участниците. Дискусията беше ръководена от набор от предварително зададени въпроси и подсказки, които се фокусираха върху ключови аспекти на провеждането на дълбочинни интервюта с бежанци онлайн.

Анализ на данните

Аудио и видеозаписите бяха транскрибирани дословно и беше използван тематичен анализ за идентифициране на общи теми и модели в данните.

Констатации

Достъпност и свързаност

Едно от основните предизвикателства, подчертани от участниците, беше проблемът с достъпността и свързаността. Беше отбелязано, че някои бежански общности и групи може да се сблъскат с бариери при достъпа до стабилни интернет връзки или подходящи устройства за онлайн интервюта. Бяха предложени стратегии като предоставяне на техническа поддръжка, предлагане на алтернативи (напр. телефонни интервюта) или използване на ресурси на общността за смекчаване на тези предизвикателства.

Езикова и културна чувствителност

Езиковата и културната чувствителност се очертават като критични фактори при провеждането на качествени интервюта с бежанци онлайн. Участниците подчертаха колко е важно да се наемат преводачи или двуезични интервюиращи, да се използват преведени формуляри за съгласие и ръководства за интервю, както и да са наясно с културните нюанси, за да се осигури ефективна комуникация и разбиране.

Установяване на връзка и доверие

Изграждането на връзка и доверие с бежанците по време на онлайн интервютата беше определено като решаващо. Участниците препоръчаха да се инвестира време в създаването на приветлива и подкрепяща среда, да бъдете съпричастни и да демонстрирате културно смирение. Използването на дейности за опознаване, установяването на постоянни взаимоотношения и провеждането на интервюта в подкрепяща среда бяха предложени като ефективни стратегии.



Гъвкавост и адаптивност

Участниците подчертаха необходимостта от гъвкавост и адаптивност по време на онлайн интервюта с бежанци. Като се имат предвид потенциални смущения, като нестабилни условия на живот или травматични преживявания, беше препоръчано да се предвидят почивки, да се коригира продължителността на интервюта и да се адаптират техниките за интервю, за да се приспособят към специфичните нужди и контекст на отделните бежанци.

Етични съображения и поверителност

Участниците подчертаха етичните съображения и поверителността. Защитата на самоличността и чувствителната информация на участниците, получаването на информирано съгласие и гарантирането на поверителност чрез сигурно съхранение и предаване на данни се считат за основни принципи, които трябва да се спазват по време на процеса на качествено интервюиране.

Заклучение

Фокус групата предостави ценна информация за провеждането на качествени интервюта с бежанци онлайн. Констатациите подчертават важноста на справянето с предизвикателствата, свързани с достъпността, езика, културната чувствителност, изграждането на връзка, гъвкавостта и етичните съображения. Чрез прилагане на препоръчаните стратегии и най-добри практики, изследователите и практиците могат да подобрят качеството и приобщаването на своите качествени интервюта с бежанци в онлайн среда.



Препоръки

Въз основа на констатациите на фокус групата се правят следните препоръки:

- Дайте приоритет на справянето с проблемите на достъпността и свързаността, за да осигурите равно участие.
- Инвестирайте в езикова подкрепа и обучение за културна чувствителност за интервюиращите.
- Установете разбирателство и доверие чрез емпатична комуникация и културно смирение.
- Оставете гъвкави и адаптирайте техниките за интервю, за да отговарят на индивидуалните нужди и контекст.
- Спазвайте етични съображения, включително информирано съгласие и поверителност, през целия изследователски процес.

България

Методика

Екип и респонденти

Фокус групите бяха реализирани от многофункционални екипи (интервюиращ и записващ). Във фокус групата участваха общо 21 респонденти – бежанци и работещи в хуманитарната сфера. Участниците демонстрираха знания и опит в провеждането на интервюта с бежанци.

Събиране на данни

Фокус групата беше проведена виртуално с помощта на видео MS Teams. Дискусията беше ръководена от набор от предварително зададени въпроси, които се фокусираха върху ключови аспекти на провеждането на качествени интервюта с бежанци онлайн. Въпросите бяха изпратени предварително на участниците, преди онлайн сесията. По време на фокус групата данните бяха събрани в матрица.

Анализ на данни

Събраната информация в матрицата за събиране на данни се прецизира и анализира в съответствие с целта на изследването.

Констатации

Свързване

Свързването и достъпността се очертаха като основни проблеми, повдигнати от присъстващите. Някои бежански групи са изправени пред предизвикателства при достъпа до надеждна интернет връзки и подходящи устройства за онлайн интервюта. За да се справят с тези проблеми, предложенията включват предоставяне на техническа помощ, разглеждане на алтернативни опции като телефонни интервюта.

Език

При провеждането на качествени интервюта с бежанци онлайн съображенията за езика и културната чувствителност излязоха наяве като основни елементи. За да се гарантира ясна комуникация и разбиране, участниците подчертаха стойността на участието на преводачи или интервюиращи, които говорят езика, използването на преведени документи за разрешение и насоки за интервю и познаване на културните навици.

Положителна среда

Участниците предложиха да отделят време за създаване на приятелска и окуражаваща среда, да бъдат съпричастни и да демонстрират културно смирение. Ефективните тактики включват използване на дейности за опознаване, изграждането на връзки също е от съществено значение.

Адаптивност

По време на онлайн интервюта с бежанци участниците подчертаха важноста на адаптирането и гъвкавостта. Предложенията включват разрешаване на



паузи, коригиране на времето за интервю и модифициране на подходи, за да се съобразят с уникалните обстоятелства на отделните бежанци.

Етични аспекти: Участниците подчертаха значението на поверителността и етичните въпроси. Информираното разрешение, поддържането на поверителност чрез безопасно съхранение и прехвърляне на данни и защитата на имената на участниците и чувствителната информация се считат за ключови аспекти, които трябва да се спазват по време на процеса на дълбочинно интервю.

Заклучение

Фокус групата даде ценни насоки как да се провеждат качествени интервюта онлайн с бежанци. Резултатите подчертаха колко важно е да се справят с проблеми, включително достъпност, езикови бариери, културна чувствителност, изграждане на връзка, адаптивност и етични съображения.

Изследователите и практиците могат да подобрят калибъра и приобщаването на своите качествени интервюта с бежанци в онлайн среда, като приложат на практика предложените тактики и най-добри практики.

Препоръки

Въз основа на констатациите на фокус групата се предоставят следните препоръки:

- Изисква се разрешаване на проблемите с връзката и достъпността, за да се гарантира справедливо участие
- Изисква се предоставяне на интервюиращите на езикова помощ и обучение за културна чувствителност.
- Изисква се гъвкавост на методите на интервюиране, за да отговарят на изискванията и обстоятелствата на всеки кандидат



- Изисква се поддържане на етични стандарти по време на изпълнението на фокус групата.

Белгия и Кипър

Методика

Участници

Общо 12 участници бяха поканени да участват в тази фокус група, включително заинтересовани страни, практики от местни НПО и лица с опит в областта на миграцията и проблемите на бежанците. Всички участници имаха опит от първа ръка в работата с бежанци и мигранти в Кипър и познания за темите и елементите, обсъждани в тази фокус група.

Събиране на данни

Фокус групата беше проведена виртуално с помощта на Zoom. Сесията беше аудио и видео записана със съгласието на участниците. Дискусията беше ръководена от набор от предварително зададени въпроси и подсказки, които се фокусираха върху ключови аспекти на провеждането на качествени интервюта с бежанци онлайн. Имаше специален бележник, който обобщаваше ключовите точки от разговора.

Анализ на данните

Резюме на фокус групата беше написано от модератора и обсъдено вътрешно, за да се извлекат поуки и да се направят констатации.



Констатации

Достъпност и свързаност

Ограниченията на Covid дадоха на повечето от нас възможността да практикуваме Zoom/онлайн интервюта, но трябва да помним, че интервюираните може да не са имали този опит, така че може да не успеят да се свържат толкова лесно и/или да се чувстват некомфортно, докато водят онлайн разговори. Бенефициентите, които нямат много опит с онлайн взаимодействията, може да не разчитат добре езика на тялото онлайн и да се чувстват уплашени от липсата на лице в лице. Други споменати проблеми са проблеми с мрежата, проблеми с модерирването на разговори с множество участници („включени микрофони“) и поддържане на ангажираността на хората, когато не говорят или не се обръщат директно към тях.

Езикова и културна чувствителност

Езиковите бариери и различните интерпретации на езика на тялото бяха определени като сериозни проблеми при провеждане на групови интервюта или с нови хора. Едно-единствено неловко мълчание може да съсипе целия разговор. Направете проучване за хората, които интервюирате преди време. Знайте с кого говорите.

Установяване на връзка и доверие

Равенството между половете беше важен аспект от провеждането на тези интервюта. Някои интервюирани може да се чувстват по-комфортно, ако интервюто води жена.

Бъдете наясно с пространството, в което се намират хората, които интервюирате. У дома ли са?

Това безопасно място ли е за тях? Могат ли да говорят свободно? Сами ли са в стаята?

Също така помислете какво носите като интервюиращ, кой се разхожда наоколо на фона ви, какво носят те?

Какво може да се види във вашия фон, Обмислете това, което казвате, бъдете наясно с културните и религиозни ценности.

Използването на опознавателни дейности, установяването на постоянни взаимоотношения и провеждането на интервюта в безопасни пространства бяха предложени като ефективни стратегии.

Гъвкавост и адаптивност

Участниците подчертаха необходимостта от гъвкавост и адаптивност по време на онлайн интервюта с бежанци. Като се имат предвид потенциални смущения, като недобри условия на живот или травматични преживявания, беше препоръчано да се предвидят почивки, да се коригира продължителността на интервюта и да се адаптират техниките за интервю, за да се приспособят към специфичните нужди и контекст на отделните бежанци.

Етични съображения и поверителност

Участниците подчертаха етичните съображения и поверителността. Защитата на самоличността и чувствителната информация на участниците, получаването на информирано съгласие и гарантирането на поверителност чрез сигурно съхранение и предаване на данни се считат за основни принципи, които трябва да се спазват по време на процеса на дълбочинно интервюиране.



Заклучение

Важно е да имате предвид специфичните за Кипър ограничения. Множество участници във фокус групите подчертаха колко е важно да не се обнадяват участниците, ако им бъде разрешено да участват в програмата, но законно не могат да станат предприемачи в Кипър.

Превръщане на зелените бизнес идеи в доходоносни за участниците:

- Нужда от финансови стимули и осезаеми резултати
- Опирайки се на местните познания
- Въз основа на предишни познания на участниците
- Насърчаване на креативността и мотивацията на участниците

Препоръки

Въз основа на констатациите на фокус групата се предоставят следните препоръки:

- Най-добре е да се стремите към по-малка група участници. Може би 6-8
- Намаляване на броя на слайдовете в презентацията, ако е възможно
- Съкращаване на времето на срещата на фокус групата
- Първо обсъждане на най-подходящите въпроси и оставяне на да/не и други по-прости въпроси към края на срещата



Честито!

Завършихте насоките!

Референтен списък

- Amaresan, S. (n.d.). What Is an Empathy Map & How to Create One. [online] blog.hubspot.com. Available at: <https://blog.hubspot.com/service/empathy-map>
- Dam, R. (2019). 5 Stages in the Design Thinking Process. [online] The Interaction Design Foundation. Available at: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>.
- Lewrick, M. (2023) Design Thinking and Innovation Metrics: Powerful Tools to Manage Creativity, OKRs, Product, and Business Success (Design Thinking Series). Wiley
- Mayring, P. (2021). Qualitative Content Analysis: A Step-by-Step Guide. SAGE Publications Ltd
- Osann, I. (2020). Design Thinking Schnellstart: Kreative Workshops gestalten. Carl Hanser Verlag GmbH & Co



Списък с фигури

Фигура 1 : Онлайн интервю.....	0
Фигура 2 : Ученичка разговаря с учителя си	8
Фигура 3 : човек, който си води бележки на работната маса	9
Фигура 7 : Дизайн мислене	14
Фигура 9 : Създаване на извадка.....	16
Фигура 10 : Целенасочено вземане на проби	17
Фигура 11 : Извадка от квота.....	18
Фигура 12 : Вземане на проби със снежна топка.....	19
Фигура 13 : Защита на данните на присъстващите	22
Фигура 14 : управление на интервюто.....	24
Фигура 15 : продължителност	25
Фигура 16 : среда	26
Фигура 17 : слушане	27
Фигура 18 : Етичен подход.....	28
Фигура 19 : Уважение	29
Фигура 20 : Справедливост	31
Фигура 21 : Документи.....	32
Фигура 22 : Техники за дълбочинно интервю.....	33
Фигура 23 : Стресиран човек	36
Фигура 24 : Културни различия	37
Фигура 25 : Преживявания	38



Фигура 26 : Кодиране 40

Фигура 27 : NVIVO 41

Фигура 28 : ATLAS.ti..... 41