

RAPID POLICY ASSESSMENT & RESPONSE
ЭКСПРЕСС ОЦЕНКА НАРКОЗАКОНА И
ЕГО ВЫПОЛНЕНИЕ



Module III: Qualitative Data
Модуль III: Качественные
данные

Focus Groups —
Training Materials
Фокус группы –
Тренинговые материалы

Focus Groups
Purpose and Intended Products
Фокус группы
Цель и ожидаемые результаты

Purpose
Цель

- To learn qualitative data about key domains:
 - police behavior towards IDUs, commercial sex workers and MSM-IDUs
 - perceptions about these groups
 - access to harm reduction services
 - access to health care and drug treatment services
 - social stigma towards these groups
 - social risk behaviors involving these groups
 - social attitudes towards these groups.
- Изучение качественных данных в ключевых областях:
 - поведение представителей милиции по отношению к ПИН, работникам коммерческого секса и МСМ - ПИН
 - восприятие этих групп
 - доступ к услугам снижения вреда
 - доступ к услугам здравоохранения и лечения от наркозависимости
 - социальная стигматизация в отношении этих групп
 - виды социального поведения группы риска, в которые вовлечены данные группы
 - социальные отношения к этим группам
- To identify potential systems and interactor key informants
- Выявление потенциальных системных и ключевых информантов

Intended Product

1. Qualitative data regarding knowledge, attitudes, and perceptions about police behavior on toward IDUs
2. A list of key informants to be interviewed

Ожидаемый результат

1. Качественные данные относительно знаний, отношений, и восприятия полицейского поведения органов милиции с ПИН
2. Список ключевых информантов, с которыми нужно провести интервью

After the Meeting:

- Organize the data you collected in the attached data organization form.
- Add new notes as needed for the RPAR.

После Встречи:

- Организация собранных данных в приложенную форму организации данных.
- Добавление новых заметок, необходимых для ЭОНВ.

AT A GLANCE
Focus Groups
ВЗГЛЯД НА
Фокус группы

A focus group is a number of individuals who are interviewed together because they:

- Have common experience
- Come from a similar background
- Have a particular skill

Фокус группа - ряд лиц, с которыми проводятся коллективные интервью, так как:

- У них был общий опыт
- У них подобные предпосылки
- Они обладают специфическими знаниями

These characteristics provide both:

- A focus for discussion
- And help people express individual and shared experiences and beliefs

Эти характеристики обеспечивают:

- Тему для обсуждения
- И помощь людям поделиться своим индивидуальным опытом и убеждениями

A focus group may require:

- A location that is as neutral, comfortable, accessible and free of interruption as possible
- A guide of discussion issues or topic areas
- A tape recorder and extra batteries, tapes and labels
- A blackboard, whiteboard or paper and pens
- A key informant to help recruit participants

У фокус группы могут возникнуть следующие потребности:

- Нейтральное, удобное, доступное место, куда бы (насколько это возможно) не вмешивались посторонние
- Руководство по вопросам для обсуждения или тематическим разделам
- Магнитофон и запасные батарейки, пленки и наклейки

- Доска, флип чарт или бумага и ручки
- Основной информант для помощи в наборе участников

Rapid assessment team members may be required to act as:

- *A moderator* - a member of the rapid assessment team who takes part in the focus group and encourages participants to talk about interesting and relevant issues
- *A note-taker* - a member of the rapid assessment team who will observe and record significant verbal and non-verbal details

Членов команды проведения экспресс оценки можно попросить выступать в качестве:

- *Модератора* - член группы экспресс оценки, принимающий участие в фокус группе, опрашиваемый и поощряющий участников к разговору по поводу интересующих их проблем
- *Человека, делающий заметки* - член группы экспресс оценки, который будет наблюдать и записывать значащие моменты

Focus groups are good for:

- Producing a lot of information quickly
- Identifying and exploring beliefs, attitudes and behaviours

Фокус группы хороши для:

- получения больших объемов информации в течение короткого периода времени
- определения и исследования убеждений, отношений и различного поведения

The key disadvantages are:

- The researcher has less control than in an interview
- The data cannot tell you about the frequency of beliefs and behaviours
- The group may be dominated by one or two participants who can influence the views of others

Основные недостатки:

- у исследователя меньше возможности управления, чем при проведении интервью
- полученные данные не будут сообщать вам о частоте смены убеждений и поведенческих проявлениях
- группа может контролироваться со стороны одного или двух участников, оказывающих определенное давление на взгляды других

Steps to Conducting Focus Groups

Этапы проведения фокус групп

This section provides a step-by-step approach to conducting a policy focus group. There will be three focus groups, each consisting of six to ten participants. Three groups will be convened, the first consisting of law enforcement personnel; the second, of risk interventionists such as outreach workers, public health providers and the like; and the third, of drug treatment providers and clinicians treating drug users.

For all groups, follow the following approach:

В этом разделе расписан поэтапный подход к проведению фокус группы. Будет две фокус группы, каждая, состоящая из пяти - десяти участников. Одна группа будет состоять из людей, знакомых с программами снижения вреда и другими действиями в области общественного здравоохранения; другая группа будет состоять из людей, знакомых с поведением потребителей инъекционных наркотиков (ПИН) и взаимодействиями их с милицией.

Для всех групп, используйте следующий подход:

Step 1: Understand Focus Group Discussions

Step 2: Identify Appropriate Focus Group Participants

Step 3: Recruit Focus Group Participants

Step 4: Coordinate Focus Group Logistics

Step 5: Review Your Topic Guide

Step 6: Define Role of Focus Group Moderator

Step 7: Moderate the Focus Group

Step 8: Collect Data from Focus Group Discussions

Шаг 1: Понимание обсуждаемого в фокус группах

Шаг 2: Выявление соответствующих участников фокус группы

Шаг 3: Набор участников фокус группы

Шаг 4: Координирование материально-технического обеспечения для фокус групп |

Шаг 5: Пересмотр тематического руководства

Шаг 6: Определение роли модератора фокус группы

Шаг 7: Модерирование фокус группы |

Шаг 8: Сбор информации из обсуждений, происходящих в фокус группах |

Step 1: Understand focus group discussions

Шаг 1: Понимание обсуждаемого в фокус группах

What is a focus group?

Что такое фокус группа?

A focus group is a number of individuals who are interviewed together because they have had a common experience, come from a similar background, or hold a particular expertise relevant to the rapid assessment. This does not mean that individuals in a focus group will know one another, although they may. A focus group is not the same as a group interview. A group interview also has a researcher asking a group a series of questions but participants provide answers to these individually. Focus groups encourage individuals to discuss and explore questions. Focus groups are small and usually consist of no more than 6 - 10 people.

Фокус группа - ряд людей, собирающихся вместе, благодаря наличию общего опыта в прошлом, одинаковым предпосылкам в прошлом и наличию определенного опыта, связанного с экспресс оценкой. Это не означает, что люди в фокус группе будут знать друг друга, хотя это тоже возможно. Фокус группа это не то же, что групповое обсуждение. При групповом обсуждении также есть исследователь, задающий группе ряд вопросов, но участники дают ответы индивидуально. В фокус группах людей побуждают к обсуждению и исследованию проблем между собой. Исследователи используют это обсуждение для получения данных. Фокус группы маленькие и обычно состоят максимум из 6-10 человек.

What is a focus group useful for?

Чем полезна фокус группа?

Focus groups are good for collecting information quickly. A focus group will often arrive at an agreement or consensus about an issue through group discussion. At an *early* stage of the rapid assessment a focus group can be used for:

Фокус группа представляет собой хороший ресурс для осуществления быстрого сбора данных. Фокус группа в ходе дискуссии часто приходит к определенному соглашению или консенсусу в отношении определенных вопросов. На *ранней* стадии проведения экспресс оценки, фокус группу можно использовать для:

- Discovering opinions, information, and behaviours that the rapid assessment team may not know much about, that existing data do not address, issues that had not been considered by the researcher
 - Generating hypotheses and ideas, and new directions for research
 - Providing detail about issues that might not get uncovered in any other way
- исследования мнений и поведения, которые могут быть малоизвестны группе, занимающейся проведением экспресс оценки; которые не освещены в

существующих данных; исследования проблем, не рассматриваемых исследователем ранее

- генерирования гипотез и идей, будущих ключевых информантов и новых направлений в области исследования
- предоставления детальной информации по вопросам, которую нельзя получить никаким другим способом

During the *middle* period of the rapid assessment a focus group may be used for:

- Validating, triangulating, and crosschecking findings from other data and hypotheses. Participants can be asked about a particular issue and their responses compared with other data sources
- Exploring further what the group feels about a topic. Changes in opinion and attitude could be recorded and possibly related to wider external factors

В ходе *промежуточного* этапа экспресс оценки, фокус группу можно использовать в следующих моментах:

- Обоснованные и перекрестные сведения, полученные из других источников. Участников можно спрашивать о конкретной проблеме и их ответы можно сравнивать с другими источниками данных
- Дальнейшее исследование настроений группы относительно обсуждения определенных тем. Изменение мнений и отношения касательно того, что является составляющим рискованного поведения. Возможно, в результате это приведет к выводу, что причиной его являются широкие внешние факторы.

Definition

Validation is a way of checking whether two sources of data are in agreement and assessing differences. For example, a focus group of police officers might conclude that few heroin users are arrested, and arrest data might show that many heroin users were arrested. This contradiction can be explored in a focus group in order to understand why the two sources differ.

Определение

Ратификация способ проверки соответствия двух источников данных и оценки различий. Например, фокус группа милицейских может прийти к заключению что арестовывают незначительное количество потребителей героина, а данные по арестам могут показывать что были арестовано много потребителей героина. Это противоречие можно проанализировать в фокус группе с целью понять, почему различаются два источника.

At the *concluding* stage of the rapid assessment focus groups may be used for:

- Validating and cross-checking findings from other methods
- Assessing the representativeness of emerging findings. A focus group could be held in an area outside of the original study with groups of a similar composition and the results compared
- Judgement of the reaction of selected groups to suggested interventions arising from the rapid assessment. Participants may be able to identify cultural obstacles, problems and issues.

На *заключительном* этапе проведения экспресс оценки, фокус группу можно использовать для:

- Обоснованных и перекрестных сведений из других методик
- Оценки репрезентативности возникающих результатов. Фокус группу можно проводить, не затрагивая предварительное исследование, проводимое с подобными по составу группами, а затем сравнивать результаты
- Реакции выбранных групп на предложенные интервенции, являющиеся результатом экспресс оценки. Участники могут быть в состоянии определить культурные препятствия, проблемы и разногласия.

What are the advantages and disadvantages of focus groups?

Каковы преимущества и недостатки фокус групп?

Strengths of focus groups

Преимущества фокус группы

Focus groups:

Фокус группы:

- Can produce a lot of information more quickly and at less cost than individual interviews
- Are useful for identifying and exploring beliefs, attitudes and behaviours
- Are useful for identifying questions for individual interviews
- Can indicate the range of beliefs, ideas or opinions in a community
- Могут в течение короткого периода предоставить много информации, быстрее и с меньшими затратами, чем при проведении индивидуальных интервью
- Полезны для определения и исследования убеждений, отношений и поведения
- Полезны для определения вопросов для индивидуальных интервью
- Могут выявлять различные убеждения, идеи или мнения, существующие в сообществе

Weaknesses of focus groups

Недостатки фокус групп

- Group dynamics can influence who speaks and what they say. Participants who are uncomfortable with speaking in groups are at a disadvantage.
- The number of questions that can be addressed is smaller than in individual interviews
- It is hard to facilitate a focus group. It is important to know how to manage the group so that all participants are able to share their views.
- Taking good notes during focus group discussions is difficult, and transcribing from tape recordings is time consuming and costly
- Researcher has less control over discussion's flow (compared to the individual interview)
- Focus groups can only represent the opinions of the people in the group and cannot give information about the opinions of the whole community.
- Динамика группы и структуры власти могут влиять на то, кто говорит и что говорят
- Количество вопросов, которые можно обсудить, меньше чем при проведении индивидуальных интервью
- Проведение фокус группы требует существенных навыков. Важно знать, как управлять группой таким образом, чтобы все участники могли поделиться своими мыслями.
- Достаточно тяжело делать какие-то заметки в ходе дискуссий фокус группы, а расшифровывание магнитофонных записей – это затрата большого количества времени и ресурсов
- Исследователя в меньшей степени контролирует ход дискуссии (по сравнению с индивидуальным интервью)
- Фокус группы могут только представить мнения людей в группе и не могут представить информацию о мнениях всего сообщества.

Step 2: Identify appropriate focus group participants

Шаг 2: Выявление соответствующих участников фокус группы

Which participants should be included in a focus group?

Кого из участников следует включить в фокус группу?

There will be three focus groups, each consisting of six to ten participants. The first group will consist of law enforcement personnel; the second, of risk interventionists such as outreach workers, public health providers, harm reductionists and the like; and the third, of drug treatment providers and clinicians treating drug users.

Будет три фокус группы, каждая состоящая из шести - десяти участников. В первую группу войдет персонал правоохранительных органов; во вторую - люди, занимающиеся внедрением интервенций такие как аутрич работники, работники здравоохранения, программ снижения вреда и т.п.; в третью группу войдут люди, предоставляющие услуги в области лечения наркозависимости и врачи, лечащие потребителей наркотиков.

Focus groups cannot be used to generalise about the reaction or behaviour of an entire population. Therefore, the simplest method for selecting participants is choosing individuals you think will provide the most useful information. This is known as *purposive sampling*. The general rule for selecting such participants is that they should be reasonably *homogeneous*.

Фокус группы нельзя использовать для того, чтобы делать определенные выводы относительно реакции или поведения всего населения. Следовательно, самый простой метод при выявлении участников - отбор людей, которые, как вам кажется, в состоянии предоставить наиболее полезную информацию. Подобный подход известен как *целеустремленный отбор*. Общим правилом при подобном методе отбора участников выступает то, что они должны быть *гомогенны*.

Definition

Определение

Homogeneous - a common characteristic, experience, or expertise. Examples of homogeneous focus groups include: a group of young drug injectors; a collection of law enforcement personnel; or staff from an STD clinic.

Гомогенный – общая особенность, опыт или компетенция. Среди примеров гомогенных фокус групп: группа молодых потребителей наркотиков; персонал правоохранительных органов; или персонал клиник, в которых проводится лечение ЗПП.

This can be difficult. Individuals who are similar in some respects have very different backgrounds. This could restrict the range of the discussion.

Это может оказаться затруднительным. У людей, в определенной степени похожих, могут быть различные истоки. Это может ограничить круг беседы.

Example

Пример

Law enforcement officers who work on the street may be very different from higher-level police. One difference is that street officers may differentially enforce the law or have other informal practices. Front-line police may be very reluctant to admit to these practices in front of their supervisors. Researchers will want to consider occupational roles as part of preparing for the focus group.

Работники правоохранительных органов, работающие на улице, могут отличаться от милицеских высокого ранга. Одно из отличий заключается в том, что милицеские, работающие на улице, могут использовать дифференцированный подход в применении законов или осуществлять другие неофициальные действия. Милицеские линии фронта может очень неохотно признавать это в присутствии своих инспекторов. Исследователи в качестве подготовки к фокус группе захотят взвесить профессиональные роли.

The researcher has to consider how homogenous focus groups need to be. An awareness of an individuals' background will allow appropriate groups to be assembled. For example, groups may be assembled on the basis of what type of work a participant does, with attention to diversity within each group, making sure that women or important minorities are represented. However, such organisation may not always be possible.

Исследователю необходимо подумать насколько фокус группы должны быть гомогенны. Понимание индивидуальных предпосылок позволит собрать соответствующие группы. Например, группы можно подобрать по роду деятельности, учитывая разнообразие внутри каждой группы, гарантируя присутствие женщин или важных меньшинств. Однако подобная организация может быть не всегда возможна.

During a rapid assessment, you may come across a number of individuals who were not previously available for questioning, or resource constraints may mean that a researcher does not have the time to interview participants individually. In such cases, spontaneous focus groups can be held with groups of people. If this happens it may be useful to bear the following in mind:

Во время проведения экспресс оценки, вы можете столкнуться с рядом людей, с которыми не было проведено предварительных бесед, или же ограниченные ресурсы могут выливаться в нехватку времени у исследователя для проведения беседы с каждым из участников индивидуально. В таких случаях, можно формировать фокус группы спонтанно или для данного конкретного случая. Если это происходит, следует учитывать следующее:

- You may wish to exclude individuals from the focus group who are likely to obstruct the flow of the discussion or even disrupt discussion
- You may wish to conduct the focus group with a non-homogenous set of individuals. Here, good moderator skills are required. If acceptable, you should tape record the discussion. This will allow you to concentrate on the issues being discussed.
- If necessary, identify the most important participants and choose to conduct individual interviews instead. Attempt to arrange to talk with other individuals at a later time.
- У вас может появиться желание исключить людей из фокус групп, из-за которых есть вероятность напряженного протекания обсуждения или даже его прерывание.
- Вы можете захотеть провести фокус группу с негомогенными людьми. В этом случае, потребуются хорошие навыки модератора. При возможности, можно записать обсуждение на пленку. Это позволит вам концентрироваться во время встречи на обсуждаемых проблемах.
- В случае необходимости, можно выявить наиболее важных участников и провести с ними индивидуальные беседы. Немного позже попытайтесь устроить разговор и с другими людьми.

You can fill in the attached form to track potential focus group participants.

Для выявления потенциальных участников фокус группы можно заполнить приложенную форму.

Step 3: Recruit Focus Group Participants

Шаг 3: Набор участников фокус группы

How to organize a focus group

Как организовать фокус группу

Think creatively about how to recruit members. For this assessment there will be three focus groups, each consisting of six to ten participants. The first group will consist of law enforcement personnel; the second, of risk interventionists such as outreach workers, public health providers, harm reductionists and the like; and the third, of drug treatment providers and clinicians treating drug users.

Подумайте, кого и как можно использовать для привлечения людей. Для этой оценки будет три фокус группы, каждая состоящая из шести - десяти участников. В первую группу войдет персонал правоохранительных органов; во вторую - люди, занимающиеся внедрением интервенций такие как аутрич работники, работники здравоохранения, программ снижения вреда и т.п.; в третью группу войдут люди, предоставляющие услуги в области лечения наркозависимости и врачи, лечащие потребителей наркотиков.

Recommendations for focus group members should be solicited from the CAB. In addition, researchers may wish to do their own recruiting of focus group members who may be part of organizations not known to the CAB members. Every effort should be made to recruit people who will have a diversity of opinion.

За рекомендациями для фокус групп следует обратиться к МРГ. В дополнение, исследователи могут сами подобрать участников для фокус группы, которые возможно являются представителями организаций, неизвестных членам МРГ. Необходимо приложить все усилия для того, чтобы набрать людей с разными взглядами.

Example

Пример

The CAB may only recommend police officers that are considered “good” representatives of the department. The researcher could ask a recommended police officer to recommend someone in the Department “who is different from you”. He may select someone with a different approach to policing, enforcement, a woman, or someone who differs in another way. Using this method, sometimes called “snowball sampling”, can produce focus groups that are relatively homogenous, but where members may represent different points of view.

МРГ может только порекомендовать работников милиции, которых считает «хорошими» представителями департамента. Исследователь может попросить рекомендуемого работника милиции порекомендовать кого-нибудь из департамента, «кто не такой как вы». Он может выбрать кого-нибудь с отличным от его подходом к охране общественного порядка, применения законов, женщину

или кого-либо, кто в чем-то другом отличается от него. Применение такого подхода, иногда называемого «отбор по типу снежного кома», может привести к набору фокус группы, которая относительно гомогенна, но члены которой представляют различные точки зрения.

Once you have decided who should attend the focus group those participants need to be informed about it. Recruitment should begin as early as possible to allow potential candidates who decline to participate to be replaced. Potential focus group candidates should be told:

После того, как вы определились с тем, кто должен входить в состав фокус группы, участников необходимо поставить об этом в известность. Набор необходимо начинать как можно раньше, чтобы можно было заместить отказавшихся участников. Участникам необходимо сообщить:

- Why they have been recruited, the topic that you wish to discuss and how many people are likely to be in the group. You may also mention the importance of that person's contribution to the success of the rapid assessment
- Where, and on what date, the focus group will take place, the time participants should arrive and how long it will take
- Of any incentives offered to encourage people to take part. These may include gifts, money, or refreshments. Check local knowledge to find out what incentives are acceptable, desirable and appropriate. This may vary according to local customs and the time of the year.
- Почему они были привлечены; осветить для них тему, которую вы хотите обсудить и сообщить количество людей в группе. Вы можете также упомянуть о важности вклада этого человека в процесс успешного проведения экспресс оценки
- Где и когда будут проводиться встречи фокус групп, время прибытия участников и длительность встреч
- О любых предлагаемых стимулах для людей. Они могут включать подарки, деньги, или питание. Проверьте знания, чтобы выяснить какие стимулы являются приемлемыми, желательными и применимыми. Они могут меняться в зависимости от местных обычаев и времени года.

Step 4: Coordinate focus group logistics

Шаг 4: Координирование материально-технического обеспечения для фокус групп

Secure a location

Место проведения

You should record a contact address and phone number for participants as this allows notice to be given if arrangements change. Regular contact should be maintained with participants if a focus group is organised for the near future. Remind individuals at regular intervals that the focus group is ‘a week away’, ‘in 3 days time’, ‘tomorrow’, or ‘today at 3:00pm’.

Следует записать контактный адрес и телефон участников, для того чтобы при необходимости проинформировать их об изменениях. Если в ближайшее время планируется проведение фокус группы, с участниками необходимо поддерживать постоянную связь. Через определенный период напоминайте, что встреча фокус группы состоится «через неделю», «через 3 дня», «завтра», или «сегодня в 15:00».

Although focus groups may be conducted in any location that facilitates discussion and encourages participants to attend (such as a health centre, a classroom or just under a tree), careful attention should be given to the following:

Хотя встречу фокус группы можно проводить в любом месте, которое может обеспечить благоприятную для общения обстановку и вызывать у участников желание в дальнейшем принимать участие во встречах (напр., центры здоровья, классные комнаты или просто под деревом), необходимо уделять особое внимание следующим моментам:

- The location should be as *neutral*, *free of interruptions* (such as telephone calls, other members of staff) and *comfortable* for participants as possible. This could include hiring a local school classroom or relocating from a busy town square to a quieter side street. It is probably a good idea not to hold the focus group in the offices of a participant unless you can conduct the group after working hours when the staff has gone home.
- The location should be *accessible* – participants should be able to find and get to the site easily.
- The location needs to be *private*. In pursuing topics, which may be culturally “delicate”, it may be preferable to hold the group in a discrete location.
- Место встречи должно быть по возможности максимум *нейтральным*, *свободным от прерываний* (телефонные звонки, другие сотрудники) и *удобным* для участников. Это может быть аренда классной комнаты в местной школе или перемещение из шумного городской площади в более тихий переулок. Возможно хорошая идея – не проводить фокус группу в офисах участников, если вы делаете это не в то время, когда рабочий день закончился и персонал разошелся по домам.
- Место проведения встречи должно быть *доступным* – участники должны быть в состоянии легко найти его и добраться туда.

- Иногда место проведения должно быть *частным*. При обсуждении тем, которые могут быть деликатными в культурном плане, может быть предпочтительнее проводить фокус группу в дискретном месте.

Step 5: Review Your Topic Guide

Шаг 5: Пересмотр тематического руководства

The *topic guide* in the training materials section contains a list of questions that will be addressed within the focus group. It is best to prepare this guide in advance to keep the conversation on track. This is important, as participants can lose interest in a discussion where a researcher is poorly prepared, disorganised or unconfident. The research team should all become familiar with this topic guide. Practicing moderating and using the topic guide in advance with a group of friends can be very useful.

Тематическое руководство (Раздел «Тренинговые материалы») содержит список вопросов, которые будут подниматься на встречах фокус групп. Лучше всего подготовить подобное руководство заранее, чтобы быть готовым постоянно поддерживать разговор. Это важно, поскольку, в случае плохой подготовки, неорганизованности или неуверенности исследователя, участники могут потерять интерес к обсуждению. С этим тематическим руководством должна быть ознакомлена вся исследовательская группа. Полезным может быть практика модерирования или использования тематического руководства с группой друзей.

Step 6: Define role of focus group moderator

Шаг 6: Определение роли модератора фокус группы

Running a focus group is a skilled task.

Руководство фокус группой – это задача, требующая навыков и умения.

The *moderator* must be able to control and mediate discussion between a number of individuals, focusing and maintaining their attention on issues relevant to the rapid assessment. Discussion not directly related to the rapid assessment should be kept to a minimum. However, relevant discussion should be encouraged and moderators need to make sure that one or two individuals do not dominate the focus group. This task may be best accomplished by someone with experience of qualitative research, facilitating public debates and meetings, or from a background in journalism.

Модератор должен быть в состоянии добиться обсуждения и держать этот процесс под контролем, сосредотачивая и поддерживая внимание участников обсуждения на проблемах, касающихся экспресс оценки. Обсуждение, не связанное непосредственно с экспресс оценкой, должно быть сведено до минимума. Однако, обсуждение, относящееся к делу, необходимо поощрять, а модераторы должны следить за тем, чтобы тот или иной человек не доминировал в фокус группе. Эту задачу лучше всего может выполнить человек, имеющий опыт проведения качественного исследования, проведения общественных дебатов или встреч, или имеющих опыт журналистской деятельности.

It is useful to have an additional *note-taker* or observer. The note-taker does not moderate or participate in the focus group. The note-taker takes notes on how the participants were acting, emotional cues they may give, and any other observations that may help later, when the tape is examined. They are able to observe and record information that the moderator could overlook.

Не плохо иметь дополнительного наблюдателя или человека, который бы делал определенные записи. Человек, делающий заметки не модерировует и не участвует в фокус группе. Он делает записи о том, как участники работали, об эмоциональных репликах, и фиксирует любые другие наблюдения, которые могут помочь в дальнейшем, при изучении аудио записей. Они могут уловить и зафиксировать информацию, которую возможно пропустил модератор.

Step 7: Moderate the Focus Group

Шаг 7: Модерирование фокус группы

Asking questions

Вопросы

A moderator must have control of the group. **High control** is good when you have a strong agenda or need confirmation of previous findings. **Low control** is good for exploration of new questions. In these focus groups, we have specific topics to focus on, so the moderator should exercise high control over the group, always referring the topic guide to direct conversations.

Модератор должен контролировать фокус группу. **Высокий уровень** контроля необходим в случае, когда у вас есть план действий или когда вам необходимо подтвердить предыдущие результаты. **Низкий уровень** контроля приемлем при изучении новых вопросов. В данных фокус группах, у нас есть конкретные темы, на которых необходимо сосредоточить внимание, поэтому модератору необходимо иметь высокий уровень контроля над группой, и для плавного протекания беседы непременно использовать тематическое руководство.

Avoid asking leading or opinionated questions. You can ask spontaneous questions, but if a participant gets off topic, you can focus the group by going on to the next question from the topic guide.

Избегайте задавать директивные или поверхностные вопросы. Можно задавать спонтанные вопросы, но если тема выходит за пределы обсуждаемого, следует вернуться к предмету разговора, задав следующий вопрос из тематического руководства.

Examples

Примеры

Leading or judgmental questions

Директивные или поверхностные вопросы

"Everyone here would agree that drugs are bad, correct?"

«Все здесь согласятся с тем, что наркотики это плохо, правильно?»

- Better way: How do people feel about drugs?
- Лучше спросить: Как люди относятся к наркотикам?

"Do people think that sex workers are dirty?"

«Считают ли люди работников секс-бизнеса непристойными?»

- Better way: Tell me about sex workers.
- Лучше спросить: Расскажите мне о работниках секс-бизнеса

Probing **«Прощупывание»**

Probing is the practice of eliciting good follow-up comments.

Прощупывание – практика извлечения хороших последующих комментариев.

A good probe:

Хорошее исследование (прощупывание)

- Is specific
- Is connected to the discussion underway
- Can sometimes just be silence or waiting for more comments
- Can be a “listening response” – repeating what the speaker is saying so that the speaker knows you are listening
- Is not a judgmental statement
- Конкретное
- Связано с обсуждением в процессе разработки.
- Может иногда промолчать или подождать дальнейших комментариев
- Может быть «слушающими ответами» - повторение того, что говорит человек и таким образом давать ему понять что вы слушаете.
- Не поверхностные суждения

Dealing with certain problem participants

Работа с определенными проблемными участниками

You might experience the following personality types in your focus group, and you should know how to deal with them.

При работе в фокус группе, вы можете столкнуться с приведенными ниже группами лиц, и вам необходимо уметь находить с ними общий язык.

- **Experts:** people who *must* tell everyone everything they know
- **Non-participants:** people who remain quiet
- **Limelight hogs:** people who need attention and will talk louder than the other participants
- **Эксперты:** люди, которые *должны* говорить всем о том, что им известно.
- **Не-участники:** люди, которые ведут себя тихо
- **Борьба центра внимания:** люди, нуждающиеся во внимании и будут говорить громче других участников

The three important periods in an initial focus group process are the:

Три важных периода на начальном этапе проведения фокус группы:

- Greeting, acquaintance-making period
- Either an “ice-breaker” or informal chatting period
- Focus group start-up and introduction period
- Приветствие, период знакомства

- Период растапливания льда/непринужденных бесед
- Период начала работы фокус группы и введения

Example

Пример

Ice-breaker Exercise

Упражнение, направление на растапливание льда

The point of this exercise is to have everyone introduce someone else. After forming into pairs, the first person interviews the other person to find out their name and institution and other non-professional things such as hobbies, pets, or favorite vacation spot. At three minutes, the leader calls time and the second person interviews the first. At three minutes everyone returns to the circle and then each member of the group introduces their partner.

Упражнение заключается в том, что каждый должен представить другого. После разбиения на пары, первый человек задает другому различные вопросы, выясняя его имя, учреждение, детали, не относящиеся к профессиональной деятельности, такие как хобби, домашние животные или любое место проведения отпуска. Через три минуты, лидер объявляет о том, что время истекло и второй человек делает то же самое, задавая вопросы первому. Через три минуты, все возвращаются в круг и каждый член группы представляет партнера.

Ten steps to conducting a focus group: **Десять шагов при проведении фокус группы:**

1. Arrive early at the location where the focus group is to take place.
2. Arrange the location so that the group will sit in a loose circle. This allows everyone to see and hear what is going on. The moderator should sit with the participants, but note takers and any observers can sit anywhere outside the circle where they can hear and that has a good view.
3. Ensure that the location is as quiet and as free of interruptions as possible. The tape recorder should ideally have an external microphone to pick up individual voices. You will also need extra batteries, tapes and labels. Test the recorder before the session begins.
4. Welcome participants warmly and when assembled introduce yourself and any assistants present. Explain why the focus group is taking place. Participants may never have been to a focus group before, and you may need to outline what is expected. Reassure members why people are taking notes, watching them and asking for their consent to tape record the discussion. Stress the fact that anything said is confidential.
5. Either use the introductions ice-breaker exercise or allow participants to briefly introduce themselves to the group. This may be a good opportunity to test if the tape recorder is working. Introduce the first topic slowly and coax participants into talking. Participants should have informal nametags so that the moderator and others will address them by name. This is useful to have on tape so that speakers can be identified later.
6. Be a good listener and cultivate the habit of asking 'why' and 'how'.
7. Summarise the discussion at appropriate points. You may wish to do this on a large piece of paper taped to the wall so everyone can remember the points already covered.
8. Refreshments and breaks may be required in longer focus groups. Find out what is culturally appropriate beforehand. In some cultures people do not eat during specific times of the year or day, or may not accept food from strangers.
9. When the focus group is finished, summarise the key issues and opinions and ask if anyone has anything that they want to add.
10. At the end, thank participants and if you have not already done so, take down any contact details. You may wish to contact them in the near future.

1. Приедьте на место проведения фокус группы заранее.
2. Устройте место встречи таким образом, чтобы участники группы сидели в свободном круге. Это позволит каждому слышать и видеть все происходящее. Модератор должен сидеть с участниками, а человек, делающий заметки и наблюдатели могут сидеть за пределами круга, где им будет слышно и видно.
3. Попытаться сделать место встречи как можно более тихим и свободным от посторонних вмешательств. Если используется диктофон, в идеале следует иметь в наличии еще и микрофон, чтобы впоследствии можно было точно различить голоса. Также вам потребуются запасные батарейки, кассеты, ярлычки.
4. Тепло встретьте участников, и когда все соберутся, представьтесь сами и представьте присутствующих помощников. Объясните, зачем проводится фокус группа. Участники возможно никогда до этого не участвовали в фокус группах и вам необходимо будет рассказать, что от них ожидается. Объясните членам, почему ваши помощники делают какие-то записи, наблюдая за ними и (если вы делаете запись на диктофон) спросите об их согласии на осуществление записи их беседы на аудиопленку. Подчеркните тот факт, что все, что будет ими сказано останется конфиденциальным.
5. Дайте возможность участникам представить себя группе. В это время можно проверить исправно ли работает диктофон. Объявите первую тему (раздел), постепенно введите участников в разговор.
6. Умейте слушать и развивайте в себе привычку выяснять «почему» и «как».
7. Подведите итоги прошедшего обсуждения. Это можно сделать на большом листе бумаги, чтобы каждый запомнил уже освещенные моменты.
8. При проведении длительных встреч фокус группам, следует организовать перерывы на еду и кофе-брейки. Выясните заранее, что для них приемлемо (в культурном плане). В некоторых культурах в определенное время года или дня не принимают пищу, или не едят у чужих.
9. По окончанию встречи фокус группы, подведите итог по ключевым вопросам и мнениям, прозвучавшим на встрече, и спросите, хочет ли кто-нибудь что-нибудь добавить.
10. В конце, поблагодарите участников и запишите их контактные данные (если вы не сделали этого в начале). Вам может понадобится связаться с ними в ближайшем будущем.

One of the last questions of the focus groups is to inquire about people who should be interviewed in individual, in-depth interviews. These people can be divided into two kinds of people: 1) people with knowledge about *systems* that affect IDUs and 2) people with first-hand knowledge of IDUs, also known as *interactors*. Both kinds of interviews are important in order to develop a complete picture of how IDUs are treated.

Один из последних вопросов групп опрашиваемых – вопрос о людях, у которых следует взять индивидуальные, глубокие интервью. Этим людям можно разделить на два типа: 1) люди со знанием о *системах*, которые затрагивают ПИН и 2) люди со знанием «из первых рук» о ПИН, также известного как *посредники*. Оба типа интервью важны для составления полной картины того, как обращаются с ПИН.

Examples of people with overall knowledge about systems affecting IDUs include: police chiefs, directors of health clinics, the mayor, elected representatives, the director of the needle exchange program, or prison officials. People who have a systems perspective may have never encountered an IDU personally but may have in-depth knowledge of how their system is organized and what the implications might be for the health of IDUs.

Среди людей с полными знаниями о системах, касающихся ПИН: начальники милиции, директора клиник, мэр, депутаты, директор программы обмена игл, тюремные чиновники. Люди, которые знают систему, возможно никогда не сталкивались с ПИН лично, но могут иметь глубокие знания того, как организована их система и какими могли бы быть последствия для здоровья ПИН.

Examples of people with first-hand or interactor knowledge of IDUs include prison guards, the receptionist at the drug treatment clinic, an outreach worker with many contacts among IDUs, street-level police officers, or even people such as bartenders or particular pharmacists who sell needles to IDUs. An interactor has daily contact with IDUs and first hand knowledge of IDUs daily lives.

Среди людей, обладающих знаниями о ПИН «из первых рук» или посредников: тюремная стража, служащие в приемной клиники, где проводится лечение наркозависимости, аутрич работник, у которого много контактов с ПИН, работники милиции, работающие на улицах, или даже такие люди как бармены или конкретные аптекари, которые продают иглы ПИН. Посредник ежедневно вступает в контакты с ПИН и обладает знаниями из первых рук о ежедневной жизни ПИН.

Both systems and interactors people should be nominated by focus groups as candidates for individual interviews. Record these suggestions on the System and Interactor Interview Candidate List.

Люди в системе и посредники должны быть представлены фокус группами в качестве кандидатов на прохождение индивидуальных интервью. Внесите эти кандидатуры в Список кандидатов для системных и посреднических интервью.

Step 8: Collect Data from Focus Group Discussions

Шаг 8: Сбор информации из обсуждений, происходящих в фокус группах

How to manage data from a focus group

Как упорядочить данные, полученные в результате проведения фокус групп

Immediately after the focus group, the research team should discuss how the focus group went and any immediate reactions that they had. The notes should be added to the note-takers records for use during the analysis. The focus group will still be fresh in your mind and you may have observations that you wish to discuss with colleagues.

Сразу же после проведения фокус группы, исследовательская команда должна обсудить как прошла фокус группа и реакции фокус группы. В ходе фокус группы следует делать заметки для того, чтобы потом их можно было использовать во время анализа. Прошедшая встреча все еще будет свежа в вашей памяти, и у вас может возникнуть желание обсудить с коллегами определенные наблюдения.

Immediately after the group, when participants have left, you should:

Сразу после встречи группы, когда участники разойдутся, вам следует:

- **Label and date the tape** This makes it easier to identify and locate tapes at a later date. The label and date should be both on the tape and the case. In addition, the moderator should say the date into the tape at the start. Materials should be kept in a safe place to ensure confidentiality.
- **Play back the recording or parts of the recording** If other researchers are involved compare notes and discuss their significance.
- **Write a summary of the key points of the group** This should be done by all the researchers present. Are there any weaknesses in the way the focus group was carried out? Were any topics missed? What useful issues arose that hadn't been previously considered?
- **Подписать и проставить даты на пленках** – это позволяет проще и быстрее идентифицировать и классифицировать записи. Надписи и даты должны быть и на пленке и на бланках. Кроме того, модератор должен в начале сделать голосовую запись даты на пленку. Материалы должны храниться в безопасном месте, чтобы гарантировать конфиденциальность.
- **Прослушайте записи или части записей.** Если привлекаются другие исследователи, сравните свои записи и обсудите их значимость.
- **Напишите резюме ключевых моментов встречи** Это должны сделать все присутствующие исследователи. Есть ли какие-либо слабые моменты в проведении фокус группы? Были ли упущены какие-то темы? Какие важные проблемы, не затрагивающиеся ранее, были подняты?

NOTE: This process cannot be left to a later time, as it is difficult to remember all the things that happen in a focus group. It is best to debrief right after the meeting.

ПРИМЕЧАНИЕ: Этот процесс нельзя откладывать на потом, так как сложно запомнить все, что происходило в фокус группе. Лучше всего сделать это сразу после встречи.