

# **Vartotojų poreikių tyrimų organizavimo metodinės rekomendacijos**

**Parengė Šiaulių apskrities Povilo Višinskio viešosios bibliotekos**

**Vyr. metodininkė regioninei veiklai**

**Dr. Simona Juzėnienė**

**Šiauliai, 2021**

Šios metodinės rekomendacijos skirtos atliekantiems įvairius vartotojų poreikių tyrimus bibliotekose. Rekomendacijose trumpai aptariami kokybinių ir kiekybinių tyrimų aspektai bei skirtumai, išryškunami svarbiausi dažniausiai naudojamų tyrimo metodų akcentai, aptariama tyrimų etikos tema. Atlikus Šiaulių regiono bibliotekų pastarųjų metų tyrimų apžvalgą išskirtos bendros tendencijos ir aspektai, į kuriuos verta atkreipti dėmesį ateityje.

Rekomendacijų pabaigoje pateikiamas literatūros sąrašas, skirtas labiau įsigilinti į tyrimų metodologiją ir metodus.

## **1. Vartotojų poreikiai – kodėl svarbu juos žinoti ir nuolat tirti?**

Šiuolaikinės bibliotekos neįsivaizduojamos be vartotojų, skaitytojų, įvairių paslaugų naudotojų. Kurdamos ir teikdamos paslaugas bibliotekos turi suprasti ir savo vartotojų poreikius, įpročius, gyvenimo būdą, nuomonę bei patirtis. Bibliotekos, siekdamos tobulinti vartotojų aptarnavimo būdus, turi atnaujinti savo paslaugas ir infrastruktūrą vadovaudamosi ne „bibliotekos logika“, o „vartotojo logika“ (Harbo, Hansen, 2012). „Bibliotekos logiką“ galima paaiškinti tuo, kaip pati biblioteka vertina ir mato savo teikiamas paslaugas, ką laiko reikšminga. „Vartotojo logika“ atspindi tai, kas yra prasminga ir reikalinga vartotojui. Dažnai bibliotekos siūlo daug įvairių paslaugų, prieigą prie informacijos, organizuoja mokymus, renginius, tačiau ne visuomet išsiaiškina, ko iš tiesų reikia vartotojams. Biblioteka, keldama sau klausimą, ar teikiamos paslaugos atitinka vartotojų įpročius, gyvenimo būdą ir nuostatas, gilinasi į skirtingų vartotojų grupių poreikius, siekia juos suprasti ir atliepti.

Vartotojų poreikiai gali būti tiriami įvairiais būdais. Svarbu pabrėžti, kad tiriant poreikius reikėtų kelti klausimą ne „ko Jums reikia?“, o „kas Jums yra svarbu?“. Dažnai atrodo, kad tinkamiausi ir bene vieninteliai būdai tirti vartotojų poreikius – tai įvairios apklausos ir klausimynai. Tačiau apklausose vartotojai dažnai išsako tai, ką mano, kad biblioteka nori išgirsti (pavyzdžiui, kad bibliotekos paslaugas vertina labai gerai ir ateityje ketina lankytis bibliotekoje). Be apklausų, bibliotekos matuoja ir lygina įvairius kiekybinius veiklos rodiklius, pavyzdžiui, apsilankymų, išduoties, duomenų bazių panaudos, socialinių tinklų sekėjų skaičių ir t. t., tačiau retai kada analizuojami šie duomenys plačiau, t. y. kaip vartotojams iš tiesų pasisekė, kokia buvo jų patirtis bibliotekoje naudojantis įvairiomis paslaugomis (User Experience, 2016). Mokslinėje literatūroje bibliotekų specialistams rekomenduojama bandyti „pasikeisti akinius“ ir pamatyti biblioteką iš vartotojo perspektyvos, išdrįsti išeiti iš bibliotekos ir stebėti esamų bei potencialių vartotojų gyvenimo būdą, aplinką.

Harbo ir Hansen (2012) pateikia tokio nedidelio etnografinio tyrimo pavyzdį: norėdami išsiaiškinti priežastis, dėl ko vartotojai delsia bibliotekininko paklausti arba pradeda pokalbį nedrąsiai klausdami „Atsiprašau, kad trukdau...“, bibliotekininkai mano, kad atrodo esantys per daug užsiėmę, nedraugiški ir nepasiekiami. Jie vieną dieną stebėjo vartotojus ir stengėsi atlikti trumpus interviu su tais, kurie kreipdavosi į juos atsiprašinėdami už sutrukdyimą. Tai leido jiems įsigilinti į priežastis, dėl ko vartotojai delsia kreiptis konsultacijų.

Taigi vartotojų poreikių tyrimai gali būti laikomi sistemingu būdu įsiklausyti į vartotojų nuomonę ir patirtį. Nevykdant vartotojų poreikių tyrimų, kyla pavojus prarasti teikiamų paslaugų aktualumą, nepastebėti vartotojų įpročių kaitos.

## 2. Kaip tirti?

Vartotojų poreikiams, pasitenkinimui, lūkesčiams matuoti yra taikomi įvairūs tyrimų metodai. Tai priklauso nuo to, kokia pasirenkama tyrimo metodologinė strategija – kiekybinė ar kokybinė.

Kokio tipo tyrimą – kiekybinį ar kokybinį – atlikti, dažniausiai parodo tyrėjo iškeltas probleminis klausimas, į kurį siekiama tyrimo metu atsakyti.

Kiekybinio tyrimo klausimas	Kokybinio tyrimo klausimas
Kiek yra bibliotekos vartotojų, gyvenančių senelių namuose? Kaip dažnai bibliotekos paslaugomis naudojasi senjorai?	Kaip pagyvenę žmonės, gyvenantys senelių namuose, vertina skaitymą?
Ar vartotojai yra patenkinti bibliotekos organizuojamais kultūros renginiais?	Kokios nuostatos ir patirtys motyvuoja žmones dalyvauti bibliotekos kultūrinuose renginiuose?
Ar pirmą kartą besinaudodami bibliotekos paslaugomis vartotojai lieka patenkinti?	Kokius iššūkius patiria nauji vartotojai, pirmą kartą besinaudodami bibliotekos paslaugomis?

Lentelėje pateikti pavyzdžiai rodo, kad dažniausiai kiekybinio tyrimo klausimai prasideda žodžiais „kiek“, „kaip dažnai“, „ar“, jais siekiama objektyviai išmatuoti, skaitine išraiška pateikti atsakymus. Kokybinio tyrimo klausimai dažniausiai pradedami žodeliais „kaip“, „koks“, „kas“, „kodėl“, jais siekiama išsiaiškinti įvairias patirtis, prasmes, procesus, praplėsti supratimą apie įvairius mažiau tyrinėtus reiškinius.

Kiekybiniai tyrimai reikalauja surinkti didelius kiekius duomenų, kad jie būtų reprezentatyvūs, dėl to labai svarbu tinkamai apskaičiuoti tyrimo respondentų imtį (jei tai apklausa). Kokybiniams tyrimams tai taip pat svarbu, tačiau juos galima atlikti ir su mažesnėmis vartotojų bendruomenėmis, grupėmis ar net pavienių atvejų studijomis, nes daug svarbiau tampa pastebėti besikartojančius dėsningumus, išryškinti įvairias temines kategorijas ir jų ryšius.

Pasak Kardelio (2016), kiekybiniame tyrime remiamasi teiginiu, jog socialinė tikrovė egzistuoja objektyviai, o kokybinis tyrimas grindžiamas prielaida, kad ši tikrovė yra žmonių sukurta ir todėl kintanti (dinamiška). Be to, kiekybiniai tyrimai taikomi tada, kai tyrėjas siekia atskleisti tikrąsias tendencijas ar statistinę tiesą, o kokybiniai tyrimai išreiškia tyrėjo požiūrį ir detaliai apibūdina stebimą objektą.

Mokslinėje literatūroje (Kardelis, 2016; Harbo, Hansen, 2012) teigiama, kad nevertėtų apsiriboti kiekybiniais tyrimų metodais. Dažnai tyrimas gali apimti kelis metodus, kurie papildytų

vienas kitą. Tačiau tokiu atveju ypač svarbu nustatyti, ar metodologine bei technine prasme metodai yra suderinami ir neprieštarauja vienas kitam.

Pavyzdžiui, biblioteka siekia išanalizuoti savo vartotojų paauglių poreikius, kad galėtų teikti aktualias ir kurti naujas paslaugas šiai vartotojų grupei. Būtų galima pasirinkti ne vieną, o keletą tyrimo strategijų:

- Kiekybiškai būtų galima atlikti apklausą, kurioje būtų išsiaiškinta vartotojų paauglių lankymosi bibliotekoje priežastys, dažnumas, mėgstamos literatūros žanrai, perskaitytų knygų skaičius ir pan.
- Kiekybiškai taip pat galima paanalizuoti įvairius bibliotekos veiklos rodiklius: vartotojų paauglių skaičių, jiems išduodamų leidinių kiekį ir pobūdį, populiariausių leidinių sąrašus ir kt.
- Kokybiškai būtų galima atlikti įvairaus tipo interviu (struktūruotas, neformalus pokalbis, giluminis interviu), kurie galėtų atskleisti vartotojų paauglių skaitymo motyvacijos veiksnius, pagrindines kliūtis ir lūkesčius naudojantis bibliotekos paslaugomis, požiūrį į skaitymą ir biblioteką ir kt.
- Kokybiškai taip pat galima atlikti etnografinio pobūdžio stebėjimą: tai galėtų atskleisti, kokie vartotojai paaugliai lankosi bibliotekoje, jų elgsenos akcentus.

Atliekant tyrimus galima pasirinkti ir mišrių metodų taikymo strategiją, kai vieno tyrimo metu renkami ir kiekybiniai, ir kokybiniai duomenys. Pasak Denscombe (2008), Cohen, Manion, Morrison (2011), mišrių tyrimo metodų pasirinkimas gali padidinti duomenų tikslumą; suteikti platesnį nagrinėjamo objekto vaizdą, negu naudojant tik kokybinius arba kiekybinius tyrimų metodus, taip įveikiant vieno tipo tyrimo metodų ribotumus; įgalina tyrėją atlikti analizę remiantis originaliais duomenimis; padeda užtikrinti pakankamą tyrimo imtį, kai naudojant vieno tipo tyrimus (pvz., kiekybinius) galima numatyti ir pasirinkti būsimus informantus kokybiniams tyrimams. Taikant mišrius metodus, tyrimo klausimai turėtų būti formuluojami klausiant „kas“, „kokie“ ir „kaip“ arba „kas“ ir „kodėl“, tyrimo klausimai gali būti suskaidyti į smulkesnius.

Tai tik keli pavyzdžiai, kokios gali būti planuojamo tyrimo strategijos (kiekybinė ir kokybinė). Trumpai apibendrinant galima teigti, kad svarbiausia – tiksliai suformuluoti tiriamąjį klausimą ir pagal jį nuspręsti, kokia tyrimo strategija yra tinkamesnė. Apsisprendus dėl tyrimo strategijos galima pereiti prie tyrimo metodų ir technikų pasirinkimo.

### 3. Kokį metodą pasirinkti?

Tyrimo metodų pasirinkimas yra labai platus. Pavyzdžiui, bibliotekų vartotojų poreikiams, lūkesčiams ir pasitenkinimui tirti Johannsen ir Pors (2005) nurodo šiuos metodus:

- klausimynai vartotojams;
- interviu su vartotojais, įskaitant „kritiško incidento“ tyrimus;
- interviu su pasirinktomis vartotojų grupėmis – bendrieji ar konkretieji;
- neformalūs pokalbiai su vartotojais ir nevartotojais;
- vartotojų statistikos analizė;
- apklausos arba elgesio tyrimas;
- įvairūs slapto tyrimo ir stebėjimo būdai;
- skundų analizė;
- logaritminės analizės;
- tinkamumo tyrimai;
- ekspertų, komitetų išvados;
- pasiūlymų dėžutės;
- personalo atliekamas vartotojų stebėjimas;
- eksperimentavimas su naujomis paslaugomis pagal bandymo ir klaidos principą;
- interviu su naujai priimtais darbuotojais;
- formalizuotos „geriausios praktikos“ sesijos su kitomis bibliotekomis.

Juos vienijantis bruožas – tam tikras sistemingumas.

Įvairiuose metodologijos vadovėliuose ir interneto šaltiniuose (žr. literatūros sąrašą) galima rasti išsamiai aprašytus daugelį metodų. Šiose rekomendacijose pateikiame svarbiausių metodų santrauką ir pagrindinius naudojimo ypatumus.

#### *Apklausa*

Pats populiariausias tyrimo metodas socialiniuose moksluose yra apklausa. Bibliotekų vartotojų poreikių bei pasitenkinimo tyrimuose apklausa taip pat dominuoja, nes tai greičiausias, paprasčiausias ir mažiausiai laiko sąnaudų reikalaujantis metodas. Tačiau iš tiesų tinkamai parengti apklausą ir išanalizuoti gautus duomenis nėra taip paprasta, kaip gali atrodyti.

Vienas iš didžiausių apklausos trūkumų – respondentų objektyvumo klausimas, t. y. jų sąžiningo noro atvirai atsakyti į klausimus ar teiginius (ne)buvimas. Pavyzdžiui, yra teigiama, kad vartotojai, turėdami skirtingą naudojimosi bibliotekos paslaugomis patirtį ir skirtingus lūkesčius, gali skirtingai įvertinti ir bibliotekos teikiamas paslaugas. Taip pat, jei atsakinėja skubėdami, gali neįsigilinti į pateikiamus klausimus.

Pasak Johannsen ir Pors (2005), klausimynas gali būti taikomas norint įvertinti:

- požiūrius, kai nustatome žmonių nuomonę tam tikru klausimu, ir galbūt pasitenkinimo ar nepasitenkinimo kažkuo laipsnį;

- elgesį, kai galime atskleisti įpročius, paskirus veiksmus ir pan.;
- žinias, kai galime nustatyti informacijos lygį, žinias ir patirtį;
- antraplanius veiksmus, tokius kaip lytis, amžius, išsimokslinimas, gyvenamoji vieta ir pan.

Apklausa gali būti įvairių formų: struktūruotas ar pusiau struktūruotas interviu, apklausa raštu, telefoninės apklausos, internetinės apklausos, standartizuoti testai, nuomonių skalės ir pan. Vadinasi, apklausos tinka ir kiekybiniam, ir kokybiniam tyrimams atlikti.

Vienas iš svarbiausių sėkmingos apklausos įgyvendinimo veiksnių – tiksliai nusistatyti tyrimo tikslą ir uždavinius. Prieš pradėdant formuluoti klausimus, būtina apsvarstyti visas galimas problemines tyrimo vietas, kurios svarbios galutiniams tikslams pasiekti. Munck (2008) teigimu, jeigu sunku sugalvoti klausimus, tada turėtumėte praleisti daugiau laiko apgalvodami savo tyrimo uždavinius, o ne stengdamiesi suregzti dar vieną klausimą.

Klausimų sudarymo rekomendacijos (apibendrinta iš Kardelis, 2016):

1. Klausimai turi būti skirti išsiaiškinti esminiams vartotojų elgesio ar požiūrio ypatumams ir jų nulemiantiems veiksniais. Reikėtų vengti perteklinės informacijos rinkimo, jei ji nebus naudojama analizuojant duomenis.
2. Negalima apsiriboti vienu klausimu vienai veiklos sričiai ar temai. Siūloma suformuluoti bent keletą klausimų, kurie atspindėtų tą pačią sritį. Pavyzdžiui, jei siekiame išsiaiškinti vartotojų skaitymo poreikius, derėtų formuluoti klausimą ir apie tai, kokio žanro literatūrą vartotojai skaito, ir apie tai, kokių leidinių pasigenda bibliotekoje ar norėtų ateityje skaityti.
3. Reikėtų vengti neaiškių, dviprasmiškų formuluočių, vartoti aiškias, nespecializuotas sąvokas. Sakiniai turėtų būti trumpi ir aiškūs.
4. Vengti „dvigubų“ klausimų. Pavyzdžiui, „Ar jūs naudojate bibliotekos spausdintuvais ir kompiuteriais?“.
5. Klausimai neturėtų būti tendencingi, nukreipiantys, turintys emocinį atspalvį ar kitaip galintys pakreipti atsakymą tam tikra linkme.
6. Reikėtų formuluoti ir „filtruojančius“ klausimus, kurie priklauso nuo atsakymų į ankstesnius klausimus. Pavyzdžiui, jei į klausimą „Ar naudojate bibliotekos kompiuteriais“ respondentas atsakė neigiamai, o kitas klausimas formuluojamas „Kokiu tikslu naudojate bibliotekos kompiuteriais?“, vadinasi, neigiamai atsakiusiam respondentui reikėtų praleisti antrąjį klausimą ir pereiti prie toliau išdėstytų. Dažniausiai sudarant internetinę apklausą tokios filtravimo funkcijos yra prieinamos, dėl to nesudėtinga suskirstyti vienaip ar kitaip atsakiusiųjų klausimų eiliškumą.
7. Respondentui turi būti sudaryta galimybė išvengti atsakymo. Todėl reikia numatyti tokius atsakymų variantus kaip „sunku atsakyti“, „nežinau“, „neturiu nuomonės“, „kita“. Jei nenumatomi tokie neutralūs atsakymų variantai, gali susidaryti įspūdis, kad viskas vyksta gerai, nors iš tikrųjų apklausos rezultatai nebus tikslūs. Kita vertus, jei tokių atsakymų sulaukiama gana daug, tai gali rodyti, kad respondentai neturi susiformavusios nuomonės arba klausimo formuluotė yra netinkama norimai informacijai gauti.
8. Apklausoje galima derinti atviro ir uždaro tipo klausimus. Atviri klausimai teikia respondentui laisvę ir tinka tada, kai norima išvalgyti problemą arba kai toks klausimas

pateikiamas pirmą kartą ir nėra aiškūs galimi jo atsakymo variantai. Tyrėjas gauna turtingesnės turinio prasme informacijos, palyginti su uždaro tipo klausimais. Pavyzdžiui, tiriant vartotojų poreikius dažniausiai apklausos pabaigoje tikslinga paklausti atviro tipo klausimu, kokių paslaugų dar norėtų vartotojai bibliotekoje arba kokių pasiūlymų turi. Uždaro tipo klausimai apriboja respondentą pasirinkti vieną ar kelis atsakymų variantus. Taip yra lengviau nuspręsti, nes nereikia pačiam formuluoti atsakymo, tačiau kita vertus, respondentas gali pasirinkti ne visai jam tinkantį atsakymą, jei nerado tarp variantų jam priimtinausio.

Apklausos patikimumui didelę reikšmę turi tinkamai pasirinkta tyrimo imtis ir respondentų atrankos būdas. Remiantis dalies objektų ištyrimu, imtis leidžia spręsti apie objektų visumos savybes, ryšius ir požymius. Jei tiriama grupė ar tiriami objektai yra atrinkti klaidingai arba tendencingai, tai galimybė patikimai ir teisingai spręsti apie visumą yra iš esmės apribojama.

Imties dydžio skaičiuoklę galima rasti internete, pavyzdžiui, <http://www.apklausos.lt/imtiedydis>. Jei siekiama tirti vartotojų poreikius, reikėtų apskaičiuoti, kiek vartotojų reikia apklausti, norint turėti reprezentatyvią imtį. Dažniausiai pasirenkama 95 proc. tikimybė ir 0,5 proc. paklaida. Jei registruotų vartotojų skaičius bibliotekoje einamaisiais metais yra 7 000, tai imties dydis turėtų būti 364 – tiek reikia surinkti respondentų atsakymų.

### ***Etnografinis tyrimas***

Etnografinio tyrimo metodas bibliotekų sektoriuje yra retas, tačiau į jį verta atkreipti dėmesį kaip į potencialų metodą, galintį atskleisti vartotojų gyvenimo būdą, kultūrą, aplinką, elgesį, įpročius ir t. t. Etnografinis tyrimas dažnai atliekamas kartu derinant ir kitus kokybinius tyrimo metodus, ypač stebėjimą ir interviu.

Vienas iš pavyzdžių, atliktas Danijoje, aprašytas Harbo ir Hansen (2012) straipsnyje: pasakojama, kad siekiant bibliotekininkus apmokyti įvairių tyrimo metodų, buvo organizuota grupinė išvyka po įvairius Danijos miestus ir praktiškai išbandomi antropologiniai, etnografiniai tyrimo metodai. Vienos grupės dalyviai turėjo susitikti su magistro studijų studentais jų namuose arba darbovietėse ir atlikti etnografinį tyrimą, paremtą stebėjimu bei interviu. Ši vartotojų grupė – ambicinga, siekianti geresnės karjeros galimybių, dažnai dirbantys ir net sukūrę šeimas asmenys. Mokymų dalyviai siekė išsiaiškinti, kaip bibliotekos gali atliepti jų poreikius ir kokias prasmingas paslaugas teikti šios grupės vartotojams. Apibendrinę surinktą medžiagą, ją išanalizavę, mokymų dalyviai suformulavo keletą pagrindinių klausimų: kaip gali bibliotekos padėti tiems talentingiems darbuotojams, kad jiems būtų lengviau kopti karjeros laiptais ir kaip bibliotekoms teikti informacines paslaugas, kad atitiktų šios vartotojų grupės poreikius.

Toks pavyzdys rodo, kad tyrėjas, nagrinėdamas duomenis, medžiagą suskirsto į temas ir problemas, išplaukiančias iš surinktos informacijos apie tyrimo objektą. Analizuojant duomenis, išskiriamos prasminės kategorijos arba aprašomosios etiketės. Jos, jei randama panašių požymių, gali būti jungiamos į grupes, taip formuojant temas (Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017).

Etnografinio tyrimo duomenys ir rezultatai, naujai atskleistos problemos ir įžvalgos gali būti paskata atlikti tolesnius tyrimus, pasitelkiant ir kitus, pavyzdžiui, kiekybinius, tyrimo metodus.

## *Stebėjimas*

Stebėjimo metodo tikslas – užfiksuoti, ką žmonės daro, o ne ką jie sako. Šis metodas patrauklus tuo, kad galima tyrinėti, ką ir kaip žmonės veikia jiems natūralioje aplinkoje ir kiek laiko jie skiria tam tikroms veikloms. Kita vertus, ne visada yra galimybė taikyti stebėjimo metodą, nes jam reikia daugiau laiko, be to, ne kiekvieną elgesį galima stebėti. Stebėjimu negalima įvertinti elgesio motyvų, tai padaryti galima tik apklausomis (Kardelis, 2016). Dažniausiai šis metodas taikomas kaip pagalbinė priemonė, papildanti kitais metodais surinktų duomenų analizę.

Mokslinėje literatūroje skiriami du pagrindiniai stebėjimo tipai (Rupšienė, 2007):

1. Neformalusis, nestruktūruotas, žvalgomas stebėjimas, skirtas gauti duomenų, kai mažai žinoma apie tiriamą situaciją, reiškinį ar įvykį.
2. Formalusis, sisteminis, struktūruotas stebėjimas, skirtas rinkti duomenis sistemiskai: tyrėjas iš anksto būna numatęs stebėjimo vienetų ir stebėdamas laukia jų pasireiškimo.

Bibliotekos turi puikią terpę atlikti stebėjimu grįstus tyrimus, nes kasdien susiduria su vartotojais bibliotekos aplinkoje, su jais komunikuoja, mato, kaip jie elgiasi, kokie būdingi vartotojų bruožai. Tad galima teigti, kad bibliotekos darbuotojai stebėjimo metodą naudoja nuolat, tik jis nėra formalus ir apibrėžtas, nėra išskeltas stebėjimo tikslas ir uždaviniai, struktūruota stebėjimo metodika.

Vienas iš stebėjimo metodo pritaikymo pavyzdžių galėtų būti tyrimas, siekiant išsiaiškinti bibliotekos patalpų patogumą ir funkcionalumą vartotojams, turintiems negalią. Tokiu atveju atvykus į biblioteką specialiųjų poreikių turinčiam vartotojui stebima, kaip jis elgiasi, su kokiomis kliūtimis susiduria (pavyzdžiui, sunku pasiekti aukštai sudėtus leidinius, nėra galimybės susikalbėti gestų kalba, pakilti be pagalbos į antrą pastato aukštą ir pan.), kokie poreikiai lieka nepatenkinti (negali pasinaudoti kompiuteriu, dalyvauti renginyje) ir pan.

Kaip ir taikant kitus metodus, būtina prieš pradėdant vykdyti stebėjimą aiškiai suformuluoti tyrimo tikslą, uždavinius, stebėjimo būdus, laikotarpį, planą, vertinimo kriterijus ir t. t. Stebėjimo metodas turi keletą trūkumų, į kuriuos reikėtų atkreipti dėmesį ir juos įvertinti (Kardelis, 2016; Rupšienė, 2007):

- Daug laiko ir kompetencijų reikalaujantis metodas.
- Norimo rezultato tendencija. Ši tendencija arba formuoja išankstinę tyrėjo nuomonę pagal kokią nors hipotezę, arba, jeigu tiriamieji žino apie stebėjimą, lemia nenatūralų jų elgesį.
- Visada išlieka tyrėjo šališkumo ir neobjektyvaus situacijos vertinimo galimybė, o tai gali turėti įtakos surenkamų duomenų kokybei. Stebėdami tą pačią situaciją skirtingi tyrėjai gali skirtingai interpretuoti stebimus reiškinius.

## ***Interviu***

Interviu metodą galima priskirti apklausoms, tačiau dažniausiai interviu taikomas kokybiniuose tyrimuose, siekiant išsiaiškinti respondentų požiūrį, nuomones, vertinimus, elgesio motyvus. Svarbiausia yra interpretuoti duomenis, o ne vertinti jų teisingumą ir reprezentatyvumą. Interviu apibrėžiamas kaip sistemingas duomenų rinkimas tiesioginio ar netiesioginio pokalbio tarp tyrėjo ir respondento metu. Tyrėjas yra iš anksto pasiruošęs pokalbiui, numatęs jo struktūrą, procedūrą ir, kai tai numato tyrimo pobūdis, netgi turinį (pasirengęs interviu klausimus) (Tyrimų metodai ir metodikos).

Dažniausiai skiriami du interviu tipai (Rupšienė, 2007):

1. Neformalizuoti interviu (giluminiai, nestruktūruoti), kurių metu tyrėjas spontaniškai gali formuluoti klausimus, interpretuoti, atsižvelgdamas į situaciją ir išsikeltą tikslą. Dažniausiai tokie interviu neturi griežtos formos ir priklauso nuo respondento atsakymų, plėtojamų temų.
2. Formalizuoti interviu (struktūruoti), kurių metu tyrėjas iš anksto numato interviu klausimus / atsakymus ir jų tvarką, vartodamas tuos pačius žodžius interviu metu užduoda tuos pačius klausimus.

Vis dėlto dažniausiai pasirenkama tarpinė šių tipų forma – pusiau struktūruotas interviu, kurio metu tyrėjas yra susidaręs pagrindinių klausimų sąrašą, tačiau prireikus gali užduoti ir kitų papildomų klausimų, jei respondentas pasakodamas paliečia aktualią ir nenagrinėtą temą.

Interviu yra daug laiko ir išmanymo reikalaujantis metodas: dažniausiai kaip trūkumai įvardijami nepakankama tyrėjo kompetencija, galimas šališkumas, pateikiamos informacijos iškreipimas, finansinių ir laiko išteklių stoka, gautų duomenų analizės atlikimo sudėtingumas (Rupšienė, 2007). Teigiama, kad vidutinė interviu trukmė turėtų būti 40–120 minučių, nors kartais gali pakakti ir trumpo 10–15 minučių interviu, jei tyrėjui reikia gauti nedaug labai savitos informacijos. Siekiant tinkamai ištyrinėti dominančią temą ir gauti pakankamai duomenų, dažniausiai pakanka apklausti iki 20 respondentų (informantų).

Svarbus aspektas tenka ir surinktų duomenų analizei, kurią sudaro tam tikri etapai (Kardelis, 2016):

1. Apskaičiuojamas minčių, idėjų pasikartojimas.
2. Ieškoma dėsningumų.
3. Siekiama suvokti tyrimo metu surinktus duomenis.
4. Duomenys skirstomi į kategorijas, grupuojami.
5. Kuriamos metaforos pasitelkiant perkeltinę kalbą ir konotacijas, mažinamas duomenų kiekis, ieškoma sąsajų su teorija.
6. Nuo konkretybių pereinama prie bendrybių.
7. Ieškoma sąsajų tarp kintamųjų, logiškos įvykių sekos.
8. Formuluojami konstruktai ir galiausiai teorijos, aiškinančios tirtus reiškinius.

### ***Grupinės diskusijos (focus grupės)***

Grupinė diskusija galima laikyti tą patį interviu, tik atliekamą su pasirinkta grupe asmenų vienu metu. Tai interaktyvi diskusija tam tikra tema, kuri vyksta nedidelėje žmonių grupėje, vadovaujant tyrėjui ar moderatoriui.

Grupinės diskusijos patrauklios tuo, kad diskutuojant grupei žmonių dėl kūrybiškumo efekto gaunama daugiau informacijos nei galima surinkti apklausiant pavienius asmenis. Tokios *focus grupės* yra pripažintos kaip tinkamas metodas praktinio pobūdžio taikomiesiems tyrimams, tokiems kaip galimybių studijos, suinteresuotų šalių poreikių nustatymas ir panašiai (Tyrimų metodai ir metodikos). Gauti duomenys gali būti naudingi įvairioms paslaugoms ar reiškiniams tobulinti, įvertinti, planavimui ir poreikiui nustatyti.

Pavyzdžiui, surengus grupines diskusijas su bibliotekų vartotojais senjorais būtų galima išsiaiškinti, koks yra šios tikslinės grupės paslaugų poreikis, kokia informacija jiems aktuali, kaip jie vertina biblioteką. Svarbu atkreipti dėmesį, kad suformuotos grupės būtų homogeniškos, tai yra, dalyviai priklausytų panašaus amžiaus, užsiėmimo, socialinio statuso ar kitų charakteristikų grupei (asmenys, turintys negalią, bedarbiai, mokyklų vadovai, mokytojai, paaugliai iš socialinės rizikos šeimų, studentai ir pan.). Tokiu būdu vykstant grupinei diskusijai atsiskleistų būtent tos homogeniškos grupės požiūriai ir poreikiai.

Kaip ir individualaus interviu atveju, taip ir moderuojant grupinę diskusiją ypač svarbus tyrėjo ar moderatoriaus pasirengimas, turimas aiškus planas, struktūruotas ir kontroliuojamas diskusijos vedimas, tinkamas duomenų interpretavimas.

Optimalus grupinės diskusijos dalyvių skaičius – nuo 6 iki 12 asmenų. Kiek grupinių diskusijų vykdyti, priklauso nuo gaunamos informacijos naujumo: dažniausiai teigiama, kad pakanka 4 grupių, nes jau ketvirtojoje naujų duomenų kiekis gerokai sumažėja, gaunama informacija pradeda kartotis (Rupšienė, 2007). Grupinės diskusijos sesija paprastai trunka nuo 1,5 iki 2 valandų, bet gali būti ir trumpesnė, atsižvelgiant į tyrimo tikslus.

Šis metodas turi ir keletą trūkumų: dėl duomenų laisvumo ir struktūros nebuvimo gali būti sunku apibendrinti ir analizuoti gautą informaciją. Dominuojantis kalbėtojas gali daryti neigiamą įtaką diskusijai, pakreipdamas ją viena kuria nors kryptimi. Grupėje ne visi jaučiasi saugūs, todėl galbūt neišsako savo pozicijos ar nuomonės (Johannsen, Pors, 2005).

### ***Turinio analizė***

Šis tyrimo metodas dažniausiai būna kokybinis ir atliekamas analizuojant interviu, grupinių diskusijų įrašus, atvirų klausimynų duomenis, įvairių dokumentų tekstus ir pan. Įvairūs tekstai, dokumentai yra puikus duomenų šaltinis, nes dauguma žmogaus elgesio ypatumų ir jį lemiančių veiksnių būna užfiksuota įvairiuose dokumentuose, kurie gali teikti objektyvios informacijos vienu ar kitu klausimu (Kardelis, 2016). Pavyzdžiui, bibliotekų metinės tekstinės ataskaitos, strateginiai veiklos planai, įvairūs straipsniai spaudoje ir internete, vartotojų komentarai socialiniuose tinkluose,

įrašai atsiliepimų ir skundų knygoje gali būti naudojami kaip naudingas duomenų masyvas, kurio turinio analizė leistų atskleisti tam tikrus vartotojų elgsenos įpročius, požiūrį ir poreikius.

Svarbiausias aspektas kalbant apie turinio analizę tenka įvairių tekstinių ar vaizdinių duomenų interpretavimui ir aiškinimui, sistemingai juos klasifikuojant ir kategorizuojant. Analizuojant tekstą išskiriami prasminiai turinio vienetai, jie koduojami, priskiriami tam tikroms apibrėžtomis kategorijoms, vėliau apibendrinami, išskiriamas vienos ar kitos kategorijos dažnumas, pasikartojimai, ypatybės.

Pavyzdžiui, ŠAVB 2021 m. atliekant Šiaulių regiono bibliotekų socialiniame tinkle „Facebook“ skelbto turinio analizę buvo pasirinkta apibūdinti ir fiksuoti įrašų turinį pagal tam tikras kategorijas: temą, tikslinę auditoriją, įrašo tipą ir pan. Taip turinio analizė leido atskleisti, kurios temos dominuoja bibliotekų komunikacijoje socialiniuose tinkluose, kurio tipo įrašai dažniausiai skelbiami ir t. t.

Dažniausiai taikant turinio analizę didelės imties nereikia. Sudarant kokybinės turinio analizės imtį reikia atsižvelgti į keletą aspektų (Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017):

- Duomenų sukaupimas. Tyrėjas, rinkdamas duomenis tyrimo lauke, pasiekia tokį momentą, kai iš dalyvių daugiau nebegauna naujos informacijos apie tyrimo objektą. Vadinasi, didinant tyrimo dalyvių ar tekstinių masyvų skaičių, iš esmės nebegaunama naujų duomenų apie tyrimo objektą.
- Nesiekama apdoroti statistinių tyrimų duomenų, o labiau atspindėti egzistuojančius požymius.
- Gaunama daug detalios informacijos, duomenys koduojami ir jungiami į kategorijas, šis procesas reikalauja daug laiko sąnaudų.

#### 4. Kaip analizuoti ir interpretuoti turimus duomenis?

Atliekant bet kurį tyrimą viena užduotis yra surinkti informaciją, pritaikius pasirinktą tyrimo metodą. Kita darbo dalis – gautą informaciją analizuoti, interpretuoti ir daryti išvadas.

Dažniausiai atliekant elektronines apklausas gauti duomenys jau pateikiami pusiau apibendrintai, įvairios programos automatiškai parengia diagramas, lenteles, susumuoja gautus duomenis. Tačiau kai kuriais atvejais verta patiems „MS Excel“ ar kita programa analizuoti duomenis.

Rengiant tyrimo ataskaitą nepakanka tik pateikti gautus duomenus (pavyzdys žemiau).



Šalia diagramų ar lentelių visada naudinga atlikti interpretavimą ir aprašyti, ką pateikti duomenys reiškia, kuo jie susiję su kitais duomenimis, ką gali rodyti apie tiriamą reiškinį. Pavyzdžiui, atliekant vartotojų pasitenkinimo bibliotekos paslaugomis analizę, reikėtų nepraleisti pro akis išryškėjusių naudojimosi paslaugomis tendencijų ir jas lemiančių veiksnių: jei vartotojai teigia, kad nėra patenkinti bibliotekos kompiuterine technika, interpretuojant šį rezultatą galima jį susieti su tais metais galbūt vykdyta kompiuterių atnaujinimo veikla, kuri galėjo daryti įtaką sklandžiam vartotojų prieigos prie kompiuterizuotų darbo vietų užtikrinimui.

Nemažai laiko reikėtų skirti gautų rezultatų apibendrinimui ir išvadų bei rekomendacijų formulavimui. Išvadose neturėtų būti kartojama tai, kas jau buvo aprašyta anksčiau (pavyzdžiui, kartojami skaitiniai duomenys). Išvados turi atspindėti tyrimo tikslą ir uždavinius. Pavyzdžiui, jei vienas iš tyrimo uždavinių buvo išsiaiškinti vartotojų nuomonę apie bibliotekos teikiamas paslaugas ir aptarnavimo kokybę, tai išvadose šis uždavinys turėtų atsispindėti: „Apibendrinant tyrimo

rezultatus galima teigti, kad vartotojai teigiamai vertina biblioteką ir jos teikiamas paslaugas. Geriausiai vertinama bibliotekos aplinka ir vartotojų aptarnavimas.“

Taip pat labai svarbu formuluoti rekomendacijas ir gaires bibliotekos ateities veiklai. Tyrimas neturėtų būti atliekamas vien dėl paties tyrimo, jei neduoda jokios naudos. Tyrimo rezultatai dažnai nurodo, ką bibliotekos turėtų tobulinti, kokios yra silpnosios vietos ar plėtros galimybės. Dažnai atlikus tyrimą gaunamas gana apčiuopiamas rezultatas, kuria linkme bibliotekai reikia keistis. Pavyzdžiui, jei skaitytojų poreikių tyrimas parodė, kad skaitytojai ypač mėgsta detektyvo žanrą, verta formuluoti rekomendaciją įvertinti bibliotekos turimą šio žanro fondą, jo panaudojimo statistiką, aktualumą ir atnaujinimo poreikį.

## 5. Kaip etiškai atlikti tyrimus?

Planuojant bet kurį tyrimą, susijusį su įvairiomis vartotojų grupėmis, reikia apsvarstyti ir etikos klausimą. Tyrimai, kurie atliekami nepaisant tam tikrų etiškumo aspektų, gali pateikti ne tik klaidinančius rezultatus, bet ir pakenkti žmonių gerovei (Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017). Išskiriami šie mokslinio tyrimo etikos principai:

- *Pagarbos asmens privatumui.* Vadovaujantis šiuo principu, svarbu įvertinti renkamos informacijos jautrumą (kiek asmeniškai ar galimai pavojinga yra informacija), tiriamąją aplinką (jei tyrimas vyksta asmeninėje erdvėje), informacijos skleidimą – ar iš tyrime pateiktos informacijos negalima sužinoti apie tyrimo dalyvių tapatybes.
- *Konfidencialumo ir anonimiškumo.* Pagrindinė priemonė anonimiškumui užtikrinti yra nenaudoti dalyvių vardų ir kitų asmeninių duomenų, kad nebūtų įmanoma nustatyti tiriamųjų tapatybės. Anonimiškumą garantuoja klausimynai be vardų ir užsiėmimo detalių. Konfidencialumas reiškia, kad tyrėjas laikys viską paslapyje apie asmenį, pateikusį jam informaciją (Kardelis, 2016). Vykdomose apklausose rekomenduojama pabrėžti, kad apklausa yra anoniminė ir duomenys bus naudojami tik apibendrintai.
- *Geranoriškumo ir nusiteikimo nekenkti tiriamam asmeniui.* Šis principas grindžiamas tyrėjo pagarba asmens privatumui: tyrimo rezultatai turi būti nagrinėjami turint omenyje ne tik tyrimo dalyvių, bet ir bendruomenių, kurioms tie rezultatai gali kelti pavojų arba suteikti naudos, perspektyvas. Būtina atsižvelgti į žmonių psichologinę gerovę, asmenines ir bendruomenines vertybes (Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017).
- *Teisingumo.* Svarbu užtikrinti, kad tyrimo dalyviai savanoriškai įsitrauktų į tyrimą ir nebūtų varžomi, jaustųsi lygiaverčiai, pasitikėtų tyrėju. Taip pat svarbu atliekant tyrimą pabrėžti jo naudą tyrimo dalyviams (pvz., kad bibliotekos vartotojų nuomonės tyrimas gali padėti gerinti bibliotekos teikiamas paslaugas).

Fundamentalus tyrimų etikos principas yra tiriamųjų sutikimas dalyvauti tyrime apie jį gavus išsamios informacijos: svarbu informuoti tyrimo dalyvius apie tyrimo temą, tikslus, naudą, taip pat supažindinti su duomenų rinkimo metodais ir galimybėmis panaudoti gautus rezultatus. Kai tyrime

dalyvauja maži vaikai, sutikimo gavimas apima dvi fazes. Pirma, tyrėjas konsultuojasi su suaugusiais, atsakingais už šiuos vaikus, ir prašo jų leidimo. Antra, jis kreipiasi į pačius vaikus (Kardelis, 2016).

## 6. Praktiniai vartotojų poreikių tyrimų atlikimo aspektai

- ✓ **Tyrimo imtis.** Jau buvo minėta, kad ypač atliekant kiekybines anketines apklausas, svarbu teisingai apskaičiuoti tyrimo dalyvių imtį, t. y. kiek respondentų atsakymų reikia surinkti, kad apklausos rezultatai būtų reprezentatyvūs ir atspindėtų visos bendruomenės nuomonę. Pavyzdžiui, jei siekiame apklausti tam tikros amžiaus grupės vaikus, turime atsižvelgti į vaikų vartotojų skaičių ir pagal jį apskaičiuoti imtį. Jei turime registruotus 1 200 vaikų vartotojų iki 14 metų, tai reikės apklausti 291 vaiką (pagal imties dydžio skaičiuoklę <http://www.apklausas.lt/imties-dydis> ). Kokybiniuose tyrimuose, atliekant interviu, dokumentų turinio analizę, imtis turėtų būti įvertinama pagal tai, kiek naujų duomenų tyrėjas gauna su kiekvienu duomenų šaltiniu: jei gaunami duomenys pradeda kartotis, imtis laikoma pakankama.
- ✓ **Duomenų analizė pagal vartotojų charakteristikas.** Dažnai apklausose bibliotekos respondentų prašo nurodyti savo amžių, lytį, užsiėmimą, išsilavinimą, tačiau analizuojant duomenis šios charakteristikos aptarimos tik apibendrintai. Vis dėlto pravartu tokius duomenis naudoti ir respondentų atsakymams išfiltruoti. Pavyzdžiui, jei gauname rezultatą, kad tik 5 proc. vartotojų trūksta bibliotekoje knygų mokymuisi ir studijoms, gali pasirodyti, kad šio tipo leidiniai nėra aktualūs arba jų yra pakankamai. Tačiau jei išfiltruosime atsakymus pagal amžiaus grupes ar užsiėmimą (atskirai nuo kitų grupių įvertinsime moksleivių ir studentų atsakymus), tikriausiai pamatysime, kad jų grupėje didžiajai daugumai tokių leidinių trūks ir bus išreikštas poreikis bibliotekai jų turėti daugiau. Tokių charakteristikų filtravimas gali taip pat būti naudingas išskiriant, kurios paslaugos kokioms vartotojų grupėms yra reikalingos, daugiausia naudojamos ar neaktualios.
- ✓ **Tyrimo tikslo ir turinio neatitikimas.** Tyrimo tikslas, uždaviniai turi būti tiesiogiai susiję su tyrimo metu pateikiamais klausimais. Dažnai pasitaiko, kad apklausose bibliotekos pateikia nemažai klausimų, kurie nėra susiję su pagrindiniu tyrimo tikslu. Pavyzdžiui, jei tiriami skaitymo poreikiai, tai neaktualūs tampa klausimai apie lankymosi bibliotekoje tikslus, lankymosi renginiuose priežastis ir pan. Pertekliniai klausimai gali apsunkinti atsakinėjimą į apklausas, taip pat likti neišsamiai išanalizuoti, nes dėl duomenų gausos tyrėjas gali pritrūkti laiko visapusiškai išanalizuoti visus aspektus.
- ✓ **Kelių metodų derinimas.** Apžvelgus regiono bibliotekų atliekamus tyrimus beveik absoliučiai vyrauja apklausos metodas – anoniminis vartotojų anketavimas. Tai nėra blogai, nes taip galima gauti reprezentatyvius duomenis mažiausiomis laiko ir žmogiškųjų išteklių sąnaudomis, tačiau rekomenduojama išbandyti ir kitus tyrimo metodus ar derinti kelių metodų panaudojimą, kad tyrimas būtų visapusiškesnis. Pavyzdžiui, fondo atitikties vartotojų

poreikiams vertinimas gali būti ne tik apklausiant pačius vartotojus, bet ir atliekant dokumentų fondo apyvartos analizę: analizuojant tam tikros srities fondo dydį, išduotį, leidinių naujumą, fondo apyvartos rodiklį, daugiausia skaitomus leidinius, skaitomų ir išduodamų leidinių procentą nuo viso tos srities fondo dydžio. Tokia analizė gali dar geriau nei vartotojų poreikių apklausa parodyti, kur biblioteka turėtų koreguoti savo veiklą ir paslaugas.

- ✓ **Apklausų elektronine forma pateikimas.** Dauguma vartotojų bibliotekų apklausas pildo naudodamiesi savo mobiliaisiais telefonais ar kitais išmaniaisiais įrenginiais. Į šį aspektą reikia atsižvelgti kuriant elektronines apklausų formas. Būtina patikrinti, kaip apklausą matys vartotojai. Pavyzdys rodo, kad tenka susidurti su techninėmis ir formatavimo problemomis:

2. Ar esate patenkintas (-a) Šiaulių apskrities Povilo Višinskio viešosios bibliotekos paslaugomis, priemonėmis bei aptarnavimu? \*

	Visiškai patenkintas (-a)	Labiau patenkintas (-a)
Bibliotekos patalpomis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bibliotekos internetine svetaine (jos funkcionalumu, informacijos turiniu ir išdėstymu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bibliotekos socialinių tinklų turiniu („Facebook“, „Instagram“, „Youtube“)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Stebėjote socialiniuose tinkluose transliuotus virtualius renginius (knygų pristatymus, susitikimus su rašytojais, žymiais žmonėmis, pvz., virtualios Knygų mugės renginius, rubrikų „Poviliukas rekomenduoja“, „Ką skaitai?“, „Tai gi, kame išganymas“ įrašus ir kt.)

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dalyvavote virtualiuose edukaciniuose užsiėmimuose ir kt. veiklose (pvz., „Zoom“ platformoje vykusiose edukacijose, socialiniuose tinkluose skelbtose „Kahoot“ viktorinose, peržiūrėjote „Kibi ribi“ rubrikas, nuotraukų koliažus, mokomuosius vaizdo įrašus, klausėtės garsinių pasakų skaitymų ir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Paveikslėliuose matyti, kad į kai kuriuos klausimus vartotojui gali būti labai nepatogu atsakinėti, jei reikia prieš pažymint variantą slinkti ekrano vaizdą į šoną, kad pamatytų visą atsakymų pasirinkimų skalę (*labiau patenkintas, nepatenkintas, neturiu nuomonės* ir t. t.). Taip pat apklausos pildymą apsunkina ilgi teiginiai, kurie mobiliojo telefono ekrane išsitiesia siauroje skiltyje. Tokiu atveju vertėtų kiekvienam teiginiui kurti atskirą klausimą su pasirinkimo variantais:

2. Ar esate patenkintas (-a) Šiaulių apskrities Povilo Višinskio viešosios bibliotekos paslaugomis, priemonėmis bei aptarnavimu?

Tinkamą atsakymo variantą pasirinkite

---

Bibliotekos patalponis \*

1. Visiškai patenkintas (-a)
2. Labiau patenkintas (-a)
3. Labiau nepatenkintas (-a)
4. Visiškai nepatenkintas (-a)
5. Nesinaudoju
6. Neturiu nuomonės

---

Bibliotekos internetinė svetainė (jos funkcionalumu, informacijos turiniu ir išdėstymu) \*

1. Visiškai patenkintas (-a)

- ✓ **Bandomojo tyrimo atlikimas.** Parengtą tyrimo apklausą ar kito tyrimo metodiką rekomenduojama išbandyti su maža grupe respondentų, kad būtų įvertintas jos tinkamumas, aiškumas. Dažniausiai pravartu apklausą parodyti kolegoms ir paprašyti užpildyti bei įvertinti, ar aiškiai ir logiškai suformuluoti klausimai, ar visos sąvokos ir terminai suprantami (vartotojo požiūriu), ar netrūksta jokių svarbių aspektų. Pagal gautus atsiliepimus apklausą ar tyrimo metodiką galima koreguoti, atnaujinti.

## Literatūros sąrašas

1. User Experience in the Library. (2016). A Routledge Free Book. Prieiga per internetą: [https://www.routledge.com/rsc/downloads/FreeBook\\_User\\_Experience\\_in\\_The\\_Library.pdf](https://www.routledge.com/rsc/downloads/FreeBook_User_Experience_in_The_Library.pdf)
2. Harbo, K., & Vibjerg Hansen, T. (2012). Getting to Know Library Users' Needs – Experimental Ways to User-centred Library Innovation. *LIBER Quarterly: The Journal of the Association of European Research Libraries*, 21(3-4), 367–385. <https://doi.org/10.18352/lq.8031>.
3. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai: edukologija ir kiti socialiniai mokslai: vadovėlis / Kęstutis Kardelis. – 6-asis patais. ir papild. leid. – Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras, 2017. – 487, [1] p. – ISBN 978-5-420-01771-5.
4. Kokybiniai tyrimai: principai ir metodai: vadovėlis socialinių mokslų studijų programų studentams / Vilma Žydžiūnaitė, Stanislav Sabaliauskas. – 2-oji laida. – Vilnius: Vaga, 2017. – 375, [1] p. – ISBN 978-5-415-02457-5.
5. Kultūros tyrimai: patirtis ir apibendrinimai / Victor C. de Munck. – Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2008. – 206, [1] p. – ISBN 978-9955-12-337-8.
6. Pokyčių ir kokybės valdymas bibliotekose: vadovėlis aukštosioms mokykloms / Carl Gustav Johannsen, Niels Ole Pors. – Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2005. – 203, [1] p. – ISBN 9955-18-062-5.
7. Kokybinio tyrimo duomenų rinkimo metodologija: metodinė knyga / Liudmila Rupšienė. – Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007. – 147, [1] p. – ISBN 978-9955-18-248-1.
8. Tyrimų metodai ir metodikos. *Mokslomedis.lt*. Prieiga per internetą: <https://mokslomedis.lt/tyrimu-metodai/>