**Scenariusz zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI) z mieszkańcami**

***Informacje o przebiegu badania:***

* *Czas trwania: 2 godz.*
* *Pomoce techniczne: urządzenia nagrywające, duża tablica lub flipchart.*
* *Prowadzący: moderator*

*Po zakończeniu dyskusji nad każdym pytaniem ogólnym, jej najistotniejsze punkty zostaną w formie zwięzłych konkluzji zapisane na tablicy. Na koniec, wszystkie konkluzje zostaną ocenione przez uczestników dyskusji pod kątem ich ważności i ewentualnych wzajemnych relacji.*

**Sposób utrwalenia i prezentacji wywiadu:**

Cały przebieg wywiadu zostanie nagrany. W oparciu o sformułowane w trakcie wywiadu wnioski i konkluzje oraz w oparciu o zapis dyskusji sporządzony zostanie raport/ notatka z wywiadu. Zostaną w nim przedstawione w sposób ustrukturyzowany (zgodny ze strukturą logiczną badania) informacje uzyskane w trakcie wywiadu.

**Właściwy scenariusz wywiadu**

***Wprowadzenie (ok.10-15 min.)***

1. Przedstawienie celu badania.

2. Przedstawienie się uczestników.

3. Czy ktoś z uczestników wykonuje pracę związaną z PR, reklamą, mediami, realizuje społeczne kampanie informacyjne? Czy ktoś miał może we wcześniejszej karierze do czynienia z tego rodzaju działaniami i zawodami?

***Fundusze unijne: co o tym wiedzą uczestnicy wywiadu? (ok. 30-40 min.)***

1. Technika projekcyjna (burza mózgów): Unia Europejska (1) Fundusze Europejskie (2) to... (w podziale na pozytywne i negatywne skojarzenia + animizacja)

*Moderator zachęca grupę do wypowiadania jak największej liczby skojarzeń związanych z pojęciem: Unia Europejska i Fundusze Europejskie.*

2. Burza mózgów: prośba o identyfikację najważniejszych inwestycji w województwie łódzkim, które są dofinansowane z FE. Tworzymy listę inwestycji, a następnie próbujemy poklasyfikować materiał:

a. inwestycje w bezpośrednim otoczeniu rozmówców (co to jest bezpośrednie otocznie – gmina, miasto? – należy zdefiniować wspólnie z grupą);

b. inwestycje ważne dla województwa;

c. całego kraju.

*Co o nich wiedzą? Czy odczuwają bezpośredni wpływ na swoje życie, korzyści, niedogodności?*

3. Skąd wiedzą, że inwestycje te są dofinansowane z FE? Prasa, radio, telewizja, internet, znajomi? Próba klasyfikacji źródeł wiedzy:

a) najczęściej wykorzystywane?

b) najpewniejsze – najbardziej wiarygodne?

4. Próba przypomnienia sobie konkretnych artykułów, programów, audycji, cyklów programów, informujących o inwestycjach dofinansowanych z FE, próba oceny jakości tych programów:

a. pod kątem atrakcyjności, przyciągania uwagi, siły perswazji;

b. pod kątem ilości i rzetelności informacji i wiarygodności.

5. Burza mózgów (uzupełniająca): prośba o identyfikację firm lub instytucji, które dostały dotację unijną (za wyjątkiem tych, które zostały wymienione). Próba klasyfikacji:

a) pracodawcy prywatni;

b) instytucje publiczne.

*Na co została przeznaczona dotacja?*

6. Skąd wiedzą o tych firmach? Prasa, radio, telewizja, Internet, znajomi? Próba klasyfikacji źródeł wiedzy: a) najczęściej wykorzystywane? b) najpewniejsze?

7. Jak oceniają skuteczność władz samorządowych w aplikowaniu o środki z FE?

8. Czy ktoś z uczestników wywiadu jest zaangażowany w realizację projektów dofinansowanych ze środków unijnych? Ew. ktoś z rodziny, znajomych? Pytanie do osób zaangażowanych: czy ich zdaniem posiadają szerszą wiedzę na temat FE niż reszta społeczeństwa (np. ich znajomi)? Czy udział w projekcie wymusza taka wiedzę, pobudza zainteresowanie? Jeżeli inni wiedzą mniej – dlaczego?

9. Jeżeli wcześniej nie pojawiła się ta nazwa: Czy wiedzą o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Łódzkiego?

1. Czy wiedzieli o istnieniu funduszy/programów przeznaczonych na wsparcie regionu?
2. Czy wiedzą, kto zarządza Programem? Kto decyduje o przyznaniu dotacji?
3. Czy wiedzą, od kiedy istnieje Program i która to jego edycja/perspektywa?
4. Czy znają wysokość dofinansowania na województwo?
5. Jakie rodzaje projektów dofinansowanych w ramach RPO są im znane? (czy te, o których była mowa we wcześniejszej części wywiadu dofinansowane są z RPO WŁ?) Jak oceniają ich efekty (co jest dla nich ważne, na jakie elementy zwracają uwagę)?
6. Skąd wiedzą o Programie (prasa, radio, telewizja, internet, próba przypomnienia sobie konkretnych artykułów, programów, audycji, ocena ich jakości i przydatności). o Czy mają wiedzę o efektach RPO WŁ? Skąd? Na ile ważna jest dla nich strona <http://www.rpo.lodzkie.pl/>

Podsumowanie – wnioski, konkluzje: 1. ..., 2 ... , 3 ... (moderator, tablica)

***Ocena materiałów informacyjnych i promocyjnych (ok.30-40 min.)***

1. Materiał 1: tekst. Uczestnicy wywiadu dostają krótki tekst informujący o RPO WŁ, przeznaczony dla przedstawicieli opinii publicznej (mieszkańców). Po jego przeczytaniu dyskusja: czy tekst jest zrozumiały? jakie informacje można z tekstu wyczytać? Czy jest wiarygodny? Przykuwa uwagę? Jakie są jego mocne i słabe strony?

2. Materiał 2: wizualny. Po prezentacji dyskusja: jaki jest przekaz? Czy taka była intencja autorów? Czy materiał przykuwa uwagę? Jakie są jego mocne i słabe strony?

3. Materiał 3. Video. Po prezentacji dyskusja: jaki jest przekaz? Czy taka była intencja autorów? Czy materiał przykuwa uwagę? Jakie są jego mocne i słabe strony?

4. Biorąc pod uwagę powyższe:

a) Z czym rozmówcy kojarzy się RPO WŁ (zwierze, przedmiot itp.)? Dlaczego akurat takie skojarzenie?

b) Czy rozmówca potrafi wskazać cechy RPO WŁ, które według niego są ważne? Dlaczego te?

c) Jakie są mocne a jakie słabe strony RPO WŁ?

d) Gdyby miał je zareklamować znajomym (w celu uzyskania dofinansowania) za pomocą 1 zdania – jakie byłoby to zdanie?

Podsumowanie – wnioski, konkluzje: 1. .., 2 …… , 3 . .. (moderator, tablica)

***Pytania zamykające (ok.20-30 min.)***

1. Czego przede wszystkim brakuje w promocji funduszy unijnych w województwie? Jakby to zrobili uczestnicy wywiadu, gdyby to od nich zależało?

2. Jakich rekomendacji - z uwagi na własne potrzeby informacyjne - rozmówcy oczekiwaliby w raporcie ewaluacyjnym, który powstanie m.in. na podstawie tego FGI?