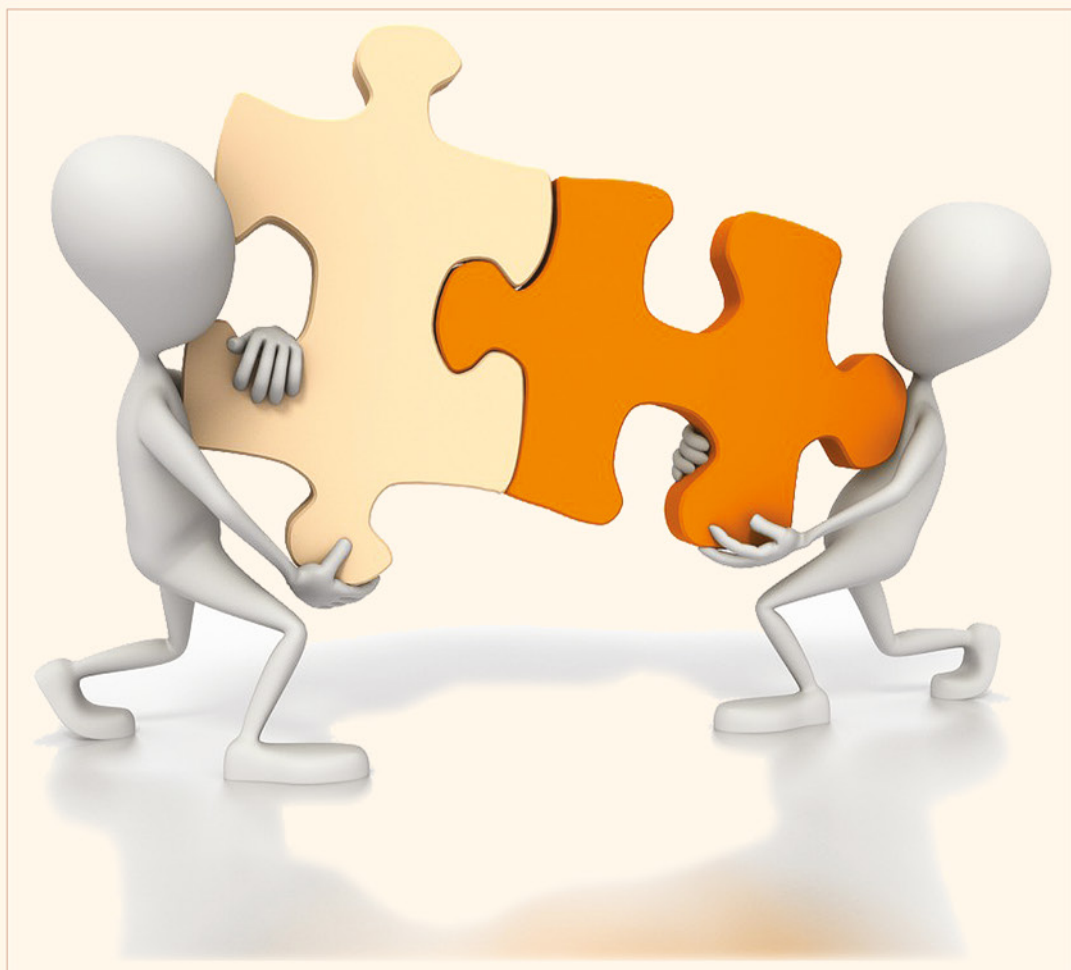


# Raport z badań przeprowadzonych techniką FGI

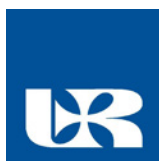






# RAPORT Z BADAŃ ORZEPROWADZONYCH METODĄ FGI

**Hubert Kotarski**



Rzeszów 2016



**KlasterPro.pl**

---

Raport z badań przeprowadzonych w ramach Projektu dofinansowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach Programu Innowacje Społeczne pt.: „Model aktywizacji społeczności lokalnych oraz narzędzia IT poprzez Co-design” o akronimie MASIT\_COD.

**Wydawca:**

Uniwersytet Rzeszowski  
Al. T. Rejtana 16c  
35-959 Rzeszów

**Autor:**

Hubert Kotarski

**Konsultacje naukowe:**

Rafał Darecki  
Jan Gałkowski  
Jarosław Herbert  
Mariusz Palak  
Andrzej Rybka  
Robert Szwed  
Patrycja Żegleń

**Recenzja naukowa:**

prof. Tadeusz Chrobak

**Redakcja merytoryczna:**

Janusz Halik

**Projekt graficzny, skład, łamanie:**

Andrzej Kucharczyk

Agencja Wydawnicza PAJ-Press [www.pajpress.com.pl](http://www.pajpress.com.pl)

Na okładce wykorzystano grafikę: źródło: <http://www.business2community.com>

**ISBN:**

978-83-945957-0-8

Publikacja nieodpłatna, wydana na licencji Creative Commons CC-BY-NC



## **SPIS TREŚCI**

WPROWADZENIE.....	5
ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE .....	6
WNIOSKI.....	9
BIBLIOGRAFIA .....	18



## WPROWADZENIE

Niniejszy raport prezentuje wyniki badań przeprowadzonych w ramach projektu pt. „Model aktywizacji społeczności lokalnych oraz narzędzia IT poprzez Co-design MASIT\_COD”. Badania z wykorzystaniem zogniskowanych wywiadów grupowych – fokusów (FGI) stanowi eksperckie uzupełnienie trzech podstawowych działań badawczych realizowanych w ramach tego projektu. Pierwszym elementem były badania CATI zrealizowane na próbie przedsiębiorców z terenu pięciu powiatów objętych badaniem, reprezentujących branże jakości życia: turystykę, zdrowie i eko-technologie. Drugim przedsięwzięciem badawczym były badania Desk research (analiza danych zastanych), których głównym celem była inwentaryzacja zasobów kapitału kulturowego (materialnego oraz niematerialnego) dostępnych na obszarze pięciu powiatów objętych badaniem. Trzeci zasadniczym przedsięwzięciem badawczym było badanie PAPI wśród mieszkańców pięciu powiatów, mające na celu diagnozę zasobów kapitału społecznego i ludzkiego, pod kątem możliwości aktywizacji społeczności lokalnych, w oparciu o endogenne zasoby.

W ramach spotkań fokusowych z przedstawicielami potencjalnych interesariuszy projektu oraz portalu Synergos wzbogacono wiedzę realizatorów projektu o produkcie projektu, jakim jest portal Synergos oraz modelu aktywizacji lokalnych społeczności lokalnych z wykorzystaniem narzędzi IT poprzez Co-design.

Raport prezentuje najważniejsze wnioski jakie przyniosły zogniskowane wywiady grupowe zrealizowane w okresie od lutego do kwietnia 2016 roku na terenie pięciu powiatów objętych badaniem.

## ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

„Wywiad grupowy”, „zogniskowany wywiad grupowy”, „zogniskowana dyskusja grupowa” to terminy używane do określenia jakościowej techniki badawczej wykorzystanej w ramach projektu pt. „Model aktywizacji społeczności lokalnych oraz narzędzia IT poprzez Co-design MASIT\_COD”.

Technika zogniskowanego wywiadu grupowego (ang. *Focus Group Interview - FGI*) jest to technika polegająca na przeprowadzaniu przez wykształconego i doświadczonego moderatora dyskusji grupowej z wcześniej zaproszonymi respondentami. Jako narzędzie badawcze grupy fokusowe prowadzą do uzyskania wieloaspektowych wyjaśnień (Barbour 2010, s. 22).

Istnieje wiele definicji tej metody badawczej. Jedną z nich zaproponowaną przez Becka, Trombetta i Shere'a mówi, że jest to zogniskowany wywiad grupowy to nieformalna dyskusja wśród wybranych osób na określony temat odwołująca się do konkretnych sytuacji znanych tym osobom (Beck L. C. i wsp. 1986, s. 73–74). Inna Richarda A. Kruegera i Mary Anne Casey definiuje wywiad grupowy jako zogniskowaną dyskusję koncentrującą się wokół jednego tematu (Krueger i Casey 2009). Kolejną z funkcjonujących w literaturze definicji trójki autorów Evelyn Folch-Lyon, Luise de La Macorra oraz Bruce'a Schearera mówi, że jest to metoda pomocna w wyjaśnianiu tego dlaczego ludzie zachowują się tak jak się zachowują (Folch-Lyon i wsp. 1981). Podsumowując przegląd definicji można, że w definicjach kładzie się nacisk przede wszystkim na to że:

- grupa jest nieformalnym zgromadzeniem celowo dobranych osób, od których staramy się uzyskać informacje na określony temat;
- grupa jest mała, od 6 do 12 osób i jest relatywnie homogeniczna;
- grupa jest prowadzona przez wykształconego moderatora, którego zadaniem jest, przy pomocy przygotowanych technik i materiałów, nakłonić badanych do udzielania odpowiedzi;
- grupa fokusowa nie generuje informacji ilościowych, które mogłyby być rozszerzane na populację;
- celem zogniskowanego wywiadu grupowego jest rejestrowanie wszelkich zachowań, które w jakikolwiek sposób związane są z badanym tematem.
- zogniskowany wywiad grupowy to metoda uzyskiwania danych jakościowych;
- dane uzyskane dzięki tej metodzie są rezultatem skoncentrowanego wysiłku wszystkich uczestników badania;
- dane generowane są poprzez dyskusję grupową (Lisek-Michalska i Daniłowicz 2007, s. 16).

Wywiad jest „zogniskowany” wokół określonego tematu badawczego, podczas którego zachodzą procesy grupowe: uczestnicy nawzajem wpływają na swoje wypowiedzi, wspólnie dyskutują na podany przez moderatora temat, opowiadają o swoich doświadczeniach, kontrolują



nawzajem swoje wypowiedzi, wspólnie dochodzą do wniosków. Dyskusja jest prowadzona według opracowanego wcześniej scenariusza wywiadu, opisującego cele każdego etapu badania (czyli jakie informacje chce się uzyskać podczas każdego etapu dyskusji). Czasem zawierającego także dosłowne brzmienia pytań, które będą zadawane uczestnikom badania.

Przebieg dyskusji jest zwykle nagrywany na dyktafon i/ lub video, może być także obserwowany przez lustro weneckie przez osoby znajdujące się w przyległym pokoju, transmisję video lub transmisję za pomocą Internetu. W badaniu fokusowym popularne jest stosowanie technik projekcyjnych przez moderatora w celu stymulacji dyskusji i obserwacji reakcji uczestników.

Podczas zogniskowanego wywiadu grupowego wykorzystana zostanie również burza mózgów. „Burza mózgów” należy do technik kreatywnych i interaktywnych, która umożliwia szybkie gromadzenie wielu pomysłów i zespołowe rozwiązanie postawionego problemu.

Zogniskowane wywiady grupowe (FGI) zostały przeprowadzone w każdym powiecie, w którym realizowane było badanie z lokalnymi liderami – głównymi aktorami życia społecznego (społecznicy, nauczyciele, dziennikarze itp.), pracodawcami MŚP, przedstawicielami lokalnych organizacji społecznych (NGO) oraz przedstawicielami władz lokalnych. Łącznie zrealizowano pięć zogniskowanych wywiadów grupowych, po jednym w każdym powiecie.

W powiecie strzyżowskim FGI odbyło się w Czudcu i uczestniczyło w nim 12 uczestników. W powiecie rzeszowskim fokus odbył się w Rzeszowie i udział w nim wzięło 9 osób. W powiecie lubaczowskim uczestnikami spotkania fokusowego było 7 osób i odbył się on w Lubaczowie. W FGI w powiecie ropczycko-sędziszowskim uczestniczyło 13 osób, a miejscem realizacji badania były Ropczyce. W powiecie przemyskim, spotkanie fokusowe odbyło się w Przemysłu i wzięło w nim udział 13 uczestników. Łącznie w pięciu zogniskowanych wywiadach grupowych wzięło udział 55 lokalnych liderów, pracodawców, przedstawicieli lokalnych organizacji społecznych (NGO) oraz przedstawicieli władz lokalnych. Spotkania fokusowe prowadzone były przez doświadczonego moderatora.

W ramach badania jakościowego zdecydowano się również na zastosowanie moderowanej dyskusji ekspertów, która została przeprowadzona pod koniec realizacji fazy badawczej. W trakcie moderowanej dyskusji ekspertów zaprezentowano pierwsze wyniki analiz oraz propozycje wniosków płynących z badań. W dyskusji wzięli udział przedstawiciele lokalnych samorządów, organizacji pozarządowych, uczelni wyższych, pracodawców oraz lokalni liderzy.

Głównymi problemami diagnozowanymi w ramach zogniskowanych wywiadów grupowych oraz były:

- Opinie respondentów dotyczące idei powstania portalu oraz jego ogólnej koncepcji.
- Analiza i diagnoza istniejących relacji pomiędzy interesariuszami projektu, czyli osobami które będą użytkować portal oraz wskazanie dróg wykorzystania potencjału interesariuszy na dalsze funkcjonowanie portalu.
- Społeczne projektowanie i współtworzenie produktów, usług i rozwiązań organizacyjnych w sektorach obejmujących jakość życia w kontekście możliwości jakie zapewnia portal.
- Współpraca pomiędzy partnerami ze środowiska naukowego, samorządowego, NGO i przedsiębiorcami w celu dostarczania wartości dodanej dla platformy.

- Opinie na temat funkcjonalności portalu oraz propozycje ewentualnych dodatkowych funkcjonalności odpowiadających na potrzeby użytkowników portalu (np. e-learning, dodatkowe moduły ogłoszeń, itp.) - propozycje i uzasadnienia.
- Wskazanie mocnych i słabych stron portalu oraz szans i zagrożeń związanych z jego funkcjonowaniem.
- Zagadnienia związane z redagowaniem treści i zarządzaniem nimi na portalu:
  - propozycje odnośnie potencjalnych dostawców treści do portalu (np. liderzy społeczni, lokalni eksperci itp.),
  - sugestie w zakresie form kontroli treści dostarczanych do portalu (np. sugerowana procedura akceptacji treści przez lokalnych ekspertów itp.).
- Propozycje form promocji portalu:
  - przed oficjalnym uruchomieniem portalu,
  - w okresie finansowania projektowego,
  - po zakończeniu finansowania ze środków projektu (zagadnienie komercjalizacji portalu).
- Określenie roli i wpływu przedsiębiorców (pracodawców z sektora MŚP) na tworzenie treści zamieszczanych na portalu w okresie finansowania projektowego oraz po zakończeniu finansowania ze środków projektu (komercjalizacja portalu).

## WNIOSKI

Wszyscy badani podkreślili potrzebę wspierania takich inicjatyw jak portal Synergos, jednocześnie bardzo pozytywnie odnosząc się do idei jego powstania. Badani podkreślali, że idea portalu trafia w potrzeby lokalnych społeczności jak i osób z zewnątrz. Kapitał kulturowy, społeczny i ludzki obszaru objętego jest duży, niestety w małym stopniu wykorzystany. Potwierdzają to wypowiedzi uczestników spotkań fokusowych:

---

*Dla mnie fantastyczna rzecz, bo tak mieszkamy w powiecie, o którym bardzo wiele z nas niewiele wiemy. Myślę, że to taka informacja dla mieszkańców, ale również i dla mieszkańców z całej Polski, bo myślę, że to będzie portal również dostępny dla wszystkich (FGI Ropczyce).*

---

*Taki portal naprawdę jest potrzebny dlatego że dla zwykłego użytkownika który nawet chciałby się rekreacyjnie turystycznie wybrać w jakiś tam rejon jeżeli powtarzam jeżeli to będzie pilotowane, nanoszone informacje na bieżąco to nawet taki użytkownik tego portalu mieszkający w warszawie we Wrocławiu czy w Gdańsku, który będzie chciał odpocząć w naszym terenie w województwie podkarpackim wejdzie sobie w ten portal i interesują go np. sprawy rekreacyjno-sportowe bądź wydarzenia historyczne na dany temat i on sobie po prostu wchodzi i ten portal mu pokaże że w ten weekend w tą niedzielę o tej i o tej godzinie w tej miejscowości odbywają się powiedzmy jakieś wydarzenia historyczne dotyczące danej miejscowości lub szerszego okręgu (FGI Rzeszów).*

---

*Wydaje mi się że to cenna bardzo inicjatywa Synergos współpraca jeżeli faktycznie to w tym wymiarze społeczności powiatowych będzie to taki mechanizm integracji wymiany informacji komunikacji to bardzo nowoczesne narzędzie (FGI Przemyśl).*

---

---

*Bardzo mi się to podoba, jest ogromna potrzeba promocji, reklamy tego terenu, (...) my jesteśmy gdzieś ostatnim bastionem, gdzieś tu w tej południowo wschodniej Polsce, co nie znaczy że mieszkamy na terenie gorszym (FGI Lubaczów).*

---

Uczestnicy fokusów podkreślali, że kluczowym elementem powodzenia portalu jest aktualność zamieszczanych na nim informacji. Jeden z badanych mówił o tym wprost:

---

*Mnie osobiście idea wdrożenia takiego portalu bardzo mi się spodobała jeżeli będzie on dobrze prowadzony i te informacje będą uaktualniane nie będą przedawnione to naprawdę dla turystów którzy będą chcieli tutaj przyjechać zobaczyć jak to wszystko wygląda to będzie dobra lektura bo na stronach urzędów poszczególnych gmin naszego powiatu to różnie bywa te rzeczy nie są uaktualniane często i są nieporozumienia jak się przyjeżdża jeżeli tak będzie prowadzone że te wszystkie informacje będą uaktualnione to jestem jak najbardziej za (FGI Lubaczów).*

---

---

*Jeżeli faktycznie ten portal będzie aktualizowany i rzetelnie prowadzony przez osoby, które będą nim się zajmowały to rzeczywiście na pewno przyczyni się do przepływu informacji i też da nową jakość jeżeli chodzi o informacje dotyczące całego powiatu lubaczowskiego, poszczególnych gmin bo rzeczywiście te informacje w Internecie to jest jeden wielki chaos jeśli chce się coś konkretnego znaleźć to musi przedrzeć przez lawinę mniej czy bardziej wiarygodnych informacji (FGI Lubaczów).*

---

Badani zwrócili również uwagę na potencjalne problemy, które mogą pojawić się w ramach rozwijania portalu. Najważniejsza z obaw dotyczyła pozyskiwania aktualnych informacji. Jedna z respondentek podkreślała, że pozyskiwanie informacji wymaga posiadania zasobów ludzkich do ich pozyskiwania, oceny przydatności oraz redagowania treści umieszczanych na portalu:

---

*Ja się martwię bardziej w drugą stronę jeżeli nie będą nadsyłane te informacje to czy będą w jakiś sposób poszukiwane i pozyskiwane bo dzieje się wiele takich lokalnych rzeczy o których ludzie nie czują potrzeby w ogóle nie myślą o tym żeby poinformować innych i gdzieś to zamieścić dalej niż w swojej wsi czy gminie i pytanie czy ktoś to będzie wyszukiwał tak naprawdę dla nas to jest np. problem o tym dyskutowaliśmy że to co ludzie przesyłają niekoniecznie jest to co jest najciekawsze najważniejsze pytanie czy ktoś będzie poszukiwał tego co się dzieje to jest czasochłonne (FGI Przemyśl).*

---

Jednocześnie pojawiły się propozycje w jaki sposób rozwiązać ten problem. Osobami, które dbałyby o dopływ informacji mogłoby być lokalni liderzy społeczni. Taka osoba mogłaby koordynować cykliczne spotkania, np. raz w tygodniu, na których przekazywane byłyby informacje odnośnie aktualnych zagadnień i wydarzeń związanych z daną gminą – mogłoby to uszczelnić „aktualność informacji”. Dzięki temu udałoby się ograniczyć sytuację, w której część lokalnych wydarzeń zostałaby pominiętych.

---

*W każdej gminie powinna powstać taka komórka, jedna osoba główna, która stworzyłaby grupę ludzi spotkaliby się może nie raz dziennie ale raz w tygodniu by się spotykali przekazywaliby by sobie informacje i dalej ta osoba, która jest oddelegowana do prowadzenia tego działu w powiecie na stronie zamieszcza to bo nie ukrywam czy Marek, czy ja, czy Paweł, czy Krzysiek, Wojtek, Tomek i wszyscy zebrani no nie jesteśmy w stanie wiedzieć co się dzieje dokładnie, czy ktoś nie napisał wiersza, nie napisał książki, nie dodał ciekawego zdjęcia (FGI Lubaczów).*

---

Badani uczestnicy fokusów zwrócili uwagę na potrzebę włączenia w funkcjonowanie portalu wszystkich potencjalnych interesariuszy portalu – mieszkańców, organizacje pozarządowe, władze lokalne (samorządowe), liderów społeczności lokalnych ale przede wszystkim przedsiębiorców. Przyszła komercjalizacja portalu nie będzie możliwa bez aktywnego współtworzenia portalu przez przedstawicieli biznesu. Jeden z badanych podkreślił trafność pomysłu stworzenia portalu, zwrócił jednak uwagę na potrzebę szerokiego udziału w nim przedsiębiorców:

---

*Pomysł świetny pomysł, dużo mówicie o samorządach o administracji jednak trzeba też iść w innym kierunku do przedsiębiorców bo im też zależy na tym żeby ten produkt no tak jest żeby turysta przyjechał musi być produkt czyli zainteresować czymś czy to będą sprawy sportowe czy typowo kulturalne czy historyczne natomiast oni zależy im na tym żeby baza noclegowa restauracje żeby one się wokół tego zajął i żeby miejsca pracy dzięki temu (FGI Rzeszów).*

---

*(...) chciałbym w takim razie żeby te atrakcje było skorelowane tak wprost z miejscami noclegowymi, ktoś przyjeżdża na ścieżkę rowerową i szuka, ścieżkę szuka a przy okazji nie odjeżdża od razu, nie odlatuje z Jasionki tylko przebywa na tym terenie no bo ideą jest to żeby turysta nie przybywał na jeden dzień tylko przyjechał na kilka dni wtedy jest to największa korzyść (FGI Rzeszów).*

---

*Na pewno muszą być przedsiębiorcy z branży gastronomiczno-hotelarskiej to nawet nie podlega dyskusji (FGI Lubaczów).*

---

*Ja tu nie widzę problemu żeby przedsiębiorcy z różnych branż istnieli na tym portalu i się promowali na pewno jeśli ten portal będzie odpowiednio zarządzany i odpowiednio pozycjonowany gdzie go łatwo będzie można znaleźć dotrzeć do tych informacji to przedsiębiorcy też szukają kolejnych kanałów promocji kanałów informacji chętnie tam zamieszczą informacje jest sporo przedsiębiorców mniejszych takich którzy produkują jakąś tam zdrową żywność, miody czy jakieś sery prawda i oni do tej pory też jeszcze nie mają takich możliwości promocji, a jeżeli będzie portal dobry, rzetelny, poczytny to myślę że tutaj się tym zainteresują będą mogli zaistnieć (FGI Lubaczów).*

---

Potencjalnymi partnerami portalu będą mogły być działy promocji w gminach jako komórki urzędów, które najbardziej będą zainteresowane współpracą z portalem. Badani wskazali również lokalnych liderów społecznych z terenu powiatów objętych projektem, którzy ich zdaniem mogliby zaangażować się w rozwijanie portalu. Byliby oni pewnego rodzaju ambasadorami projektu i portalu.

Uczestnicy jednego ze spotkań fokusowych wskazali, że nie wykorzystanym kapitałem są ludzie młodzi i to właśnie do nich należy skierować akcję promocyjną portalu. Mocno przecenianym zasobem są zarazem osoby starszy i w opinii respondentów nie należy w celu promocji portalu Synergos organizować spotkań z osobami starszymi i na siłę ich przekonywać do korzystania z portalu. Jedna z respondentek mówiła o zauważalnej w ich pracy niechęci do współdziałania osób starszych z młodymi. Osoby starsze przyjmują postawę bierną, narzekają na swoją sytuację, jednocześnie nie podejmują żadnych działań, nie angażują się w żadne inicjatywy mogące tę sytuację zmienić.

---

*Większość młodych mieszkańców wyjechała np. na studia lub „za pracę” i starsze pokolenie ma ogromne kłopoty w efektywnej komunikacji i ciężko ich zmobilizować do współdziałania (FGI Przemysław).*

---

Wskazano pozytywne przykłady zaangażowania ludzi młodych w pielęgnowanie kultury i tożsamości lokalnej. Przykład dotyczył młodych osób, mieszkających na co dzień w Irlandii, które stworzyły stronę poświęconą swojej macierzystej miejscowości i mieszkając obecnie w Irlandii, nadal administrują i rozwijają stronę:

---

*U nas młodzież też założyła stronę naszej małej wioseczki robią zdjęcia powyciągali chodząc po starszych osobach piękne stare zdjęcia bo ta wieś jest napływowa to kiedyś była wieś która miała 500-600 mieszkańców to była olbrzymia wieś w tej chwili jest 100-150 ale to są ludzie napływowi to już jest sypialnia miasta jest masę nowych pobudowanych domów i starszych jest odrobina i poszli do mieszkańców starszych i wzięli zdjęcia czarno białe wszystkie jeszcze jak tam zjechali na koniach jak się budowali itd. i piękną stronę młodzież zrobiła czyli żyją tym swoim miejscem z którego się wywodzą mimo że są w Irlandii gdzieś tam ale interesują się tym i ciągle wkładają coś nowego (FGI Przemysław).*

---

O trudnościach w włączeniu jako interesariuszy osób starszych mówili również inni uczestnicy fokusów, wskazując jednak na inną genezę wystąpienia potencjalnych trudności:

---

*Portal Synergos pomoże raczej tylko „już tym zaktywizowanym”, gdyż odwiedzać go będą raczej osoby młode lub te które już aktywnie działają. Nie będzie natomiast możliwe dotarcie do osób wykluczonych, zmarginalizowanych, czy starszych, gdyż one nie korzystają z Internetu (FGI Przemysł).*

---

Badani podkreślili, że portal może spełnić rolę integratora różnych środowisk lokalnych, a zarazem sprawować użyteczną funkcję edukacyjną. Wedle badanych portal mógłby stać się także pewnego rodzaju „przewodnikiem” dla organizacji pożytku publicznego i lokalnych liderów społecznych:

---

*Zdecydowanie jest taki trochę czas boom na stowarzyszenia zauważyłem przynajmniej na gminie Ostrów obserwuje co roku nowe powstają, nowe fajne inicjatywy się rodzą ci ludzie na początku będą napotykać na różne kłopoty tutaj nie wiem czy nie powinien pojawić się na zasadzie poradnika jak i wymiany tych poglądów oczywiście jak zacząć taką działalność jak ją rozkręcić gdzie trzeba pewne rzeczy uderzyć jak zorganizować sobie dobry pomysł na jakiś dobry projekt (FGI Ropczyce).*

---

Podczas jednej z sesji fokusowych pojawiła się propozycja włączenia do grona interesariuszy projektu jeszcze jednego środowiska, a mianowicie szkół. Badani widzą potrzebę większej promocji szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, gdyż:

---

*Takich informacji potrzebowałaby młodzież, która wtedy chętniej odwiedzałaby portal. Dla młodzieży atrakcyjne byłyby także oferty pracy (FGI Ropczyce).*

---

Respondenci podkreślali, że kluczowym zagadnieniem związanym z rozwojem portalu Synergos będzie zapewnienie stałej aktywności użytkowników portalu. W sytuacji, kiedy istnieją inne podobne portale, a także media społecznościowe w tym Facebook, może to okazać się wyzwaniem, które jednak w opinii badanych na pewno uda się przezwyciężyć.



Uczestnicy byli zgodni co do tego, że kluczowym problemem w rozwoju portalu będzie zapewnienie mu odpowiedniej reklamy do zwiększania poziomu rozpoznawalności i ilości potencjalnych użytkowników. Istotne będzie uzyskanie wysokich wyników wyszukiwania w wyszukiwarce Google oraz wysokiego PageRank, tak aby portal był atrakcyjny dla potencjalnych reklamodawców i partnerów. Ponadto podkreślono, że zasadniczym plusem portalu wydaje się być w opinii uczestników agregacja wszystkich informacji, które są potrzebne przyjeżdżającemu turyście, na przykład informacji odnośnie zarówno atrakcji turystycznych, wydarzeń organizowanych w danej gminie, zaplecza turystycznego, noclegów itp.

Badani wyraźnie podkreślili, że oparcie profilu portalu w dużym stopniu sprofilowaną ale zarazem mocno różnorodną ofertę turystyczną i krajoznawczą, jest świetnym pomysłem szczególnie dla gmin, powiatów czy regionów, w których turystyka wydaje się być o tyle istotna, że nie istnieją żadne inne elementy mogące być zasadniczym walorem: brakuje pięknych gór, krajobrazów – tak jak to jest np. w Bieszczadach, brakuje przemysłu, brakuje drobnej przedsiębiorczości – pozostaje w zasadzie tylko pojedyncze wydarzenia lub inwestycje turystyczne. Przykładem podawanym przez respondentów jest powiat lubaczowski, który posiada zaledwie kilka atrakcji turystycznych takich jak festiwal Cieszanów, kilka uzdrowisk itp.

Spotkania fokusowe wykazały, że portal Synergos wypełnia lukę informacyjną, gdyż stwarza możliwości zwiększenia promocji lokalnych wydarzeń. Wskazano, że próby promowania lokalnych wydarzeń poprzez portale „województkie” kończyły się niepowodzeniem – przykład Wojewódzkiego Domu Kultury, który chciał narzucić kwestię nazewnictwa lokalnego wydarzenia. Uczestnicy wskazali na bardzo ciekawy przykład wagi małych, lokalnych wydarzeń w skali gminy, które paradoksalnie mogą także stanowić obiekt zainteresowania dla turystów! Dobitnie wskazuje to na potrzebę działania portalu Synergos jako narzędzia umożliwiającego promocję takich wydarzeń. Wskazano bardzo ciekawy przykład:

---

*Podam przykład współpracy z Norwegami dwie gminy tutaj z naszego powiatu opracowywały podręcznik który się powinien teraz właściwie ukazać na temat sposobu dla wszystkich gmin w Polsce z Ministerstwa Kultury instrukcja jak odrestaurować zabytki w Polsce, w każdym bądź razie oni podnoszą oni wpatrują i wsłuchują się w to ci Norwegowie, ci ludzie z gmin nadbałtyckich naszych, że my mamy tutaj te malutkie imprezy które nie są, których nie powinniśmy nawet nazywać imprezami bo to są dla nas wydarzenia one dają nam ciągłość dają wartość dodana dla każdej gminy czy powiatu to jest taka perełeczka owszem. Ktoś może powiedzieć a tam OK. koła gospodyń zrobiły sobie nie wiem jakieś tam wianki, jakiś opłatek, dzień dziecka czy coś tylko, że jak oni zwrócili się do nas z zapytaniem jak to wyglądało przez lata kiedy zaczęły się jakiś tam ruch społeczny, kiedy te inicjatywy oddolnie nie narzucane tylko powsta-*

---

*wały, ktoś się tam zbierał i tworzył to oni właśnie pytali o te małe imprezy, te duże ich w ogóle nie interesują na jakiego my turystę czekamy? Na jakiego widza? (FGI Lubaczów).*

---

Badany reprezentujący PTTK przywołał jeszcze jeden przykład powstania portalu, podkreślając, że w 2007 roku jego oddział PTTK przygotował przewodnik po ich terenie, wydany również na płycie, ale o którym się niewiele mówiło. Respondent stwierdził także, że poszczególne gminy i rady gmin wkładają bardzo wiele wysiłku w to, aby się „przebić” z informacjami i promocją swoich gmin, ale działając osobno nie są w stanie uzyskać „siły przebicia”. Kluczowe jest przebicie się do świadomości np. mieszkańców Warszawy, gdyż „pół Polski” jedzie tylko w Tatry lub Bieszczady, a Beskid Niski, Beskid Sądecki są zapomniane. Co ważne, portal może służyć jako narzędzie promujące współpracę gmin. Obecnie zastanawiają się również nad zrobieniem albumu zdjęć z ich terenów i podał przykład, że:

---

*Jest trochę takich ludzi społeczników, którzy chętnie za darmo pewno rzeczy robią i właśnie takich fotografików jest dużo, znaleźliśmy ich sporo i tym się zajmą a można współpracować z wami (portalem) właśnie na tym polu przynajmniej (FGI Ropczyce).*

---

W badaniu wskazano uwagę na narzędzia (funkcjonalności) jakie może nieść ze sobą portal, a które mogą pokazać jego wyższość nad innymi dostępnymi, podobnymi rozwiązaniami na rynku. Funkcjonalnością taką może być opcja pomocna w realizowaniu prostych sondaży społecznych. Na opcję tą zwrócili uwagę badani z terenu powiatu lubaczowskiego, którzy przeprowadzili badania ankietowe, osób przybywających na Cieszanów Rock Festiwal, celem lepszego dopasowania oferty do potrzeb widzów. Jest to dobry przykład w jaki sposób funkcjonalności portalu Synergos mogłyby przyczynić się do lepszego dopasowania oferty wydarzeń, wspólnych działań organizacji pożytku publicznego na rzecz mieszkańców, choćby poprzez konsultacje społeczne.

---

*Powiem tak jeżeli chodzi o badania to my trochę lekceważyliśmy je wcześniej przy organizacji Rock Festiwal jednak okazało się to pomocne w tamtym roku zrobiliśmy je na dosyć licznej grupie uczestników i to nam dało dużo do myślenia gdyż pokazuje chociażby takie badanie profilu wiekowego uczestników też dzięki temu można dobrać odpowiednich artystów, których w tym danym wieku ci ludzie słuchają nam się wydaje, że zespół TSA to jest wielka gwiazda, ale dla studenta to nie będzie żadna gwiazda*

---

*on może nawet nie kojarzyć tej nazwy co dla nas może być dziwne i niezrozumiałe (FGI Lubaczów).*

---

Ważnym wnioskiem, który płynie z badań fokusowych jest stwierdzenie, że dla instytucji i organizacji pożytku publicznego ważniejszą kwestią niż docieranie z informacją i aktywizowanie społeczności lokalnej, jest promowanie tych terenów „na zewnątrz”, czyli w stosunku do innych gmin i powiatów z województwa podkarpackiego i województw ościennych oraz zagranicy. Kompleksowa informacja, zgromadzona w jednym miejscu jest bardzo dobrą wizytówką dla odbiorców z zewnątrz.

W trakcie spotkań fokusowych pojawiła się informacja o podobnym portalu, który będzie tworzony przez Przemyski Klaster Turystyczny (jedną z funkcjonalności portalu, którzy tworzy ten klaster będzie możliwość dokonywania rezerwacji – stolików w restauracjach, pobytu w gospodarstwach agroturystycznych itp.). Badani stwierdzili, że:

---

*Konkurencyjne narzędzia będą równocześnie powstawać - nie wiedząc o waszym mogą wcześniej zostać uruchomione (FGI Przemyśl).*

---

Podkreślano również, że sukces idei zapewni też dostosowanie portalu zarówno dla osób niepełnosprawnych, na przykład słabowidzących, osób starszych ale także przygotowanie wersji mobilnej, która jest odpowiedzią na potrzeby coraz większej grupy osób korzystających głównie z urządzeń mobilnych.

Kluczowym wnioskiem, który można użyć za najlepsze podsumowanie stworzenia portalu Synergos oraz wykorzystania wiedzy jako narzędzia Co-designu jest stwierdzenie jednego z badanych, który powiedział:

---

*Niska aktywność społeczna bierze się właśnie stąd - z niskiego poziomu wiedzy, a co za tym idzie z niskiego poziomu zaangażowania w życie społeczne (FGI Ropczyce).*

---

## BIBLIOGRAFIA

1. Barbour, Rosaline S. (2010): *Badania fokusowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Beck L. C.; Trombetta W. L.; Share S. (1986): Using focus group sessions before decisions are made. w: *North Carolina Medical Journal*, 47(2).
3. Folch-Lyon, Evelyn; La Macorra, Luise de; Schearer, S. Bruce (1981): Focus Group and Survey Research on Family Planning in Mexico. w: *Studies in Family Planning* 12 (12), s. 409. DOI: 10.2307/1965654.
4. Krueger, Richard A.; Casey, Mary Anne. (2009): *Focus groups. A practical guide for applied research*. Los Angeles etc.: Sage.
5. Lisek-Michalska, Jolanta.; Daniłowicz, Paweł. (2007): *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą pracy zbiorowej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

This summary presents the results of research carried out under the project „Model of Activation of Local Communities and the IT Tools with use of Co-Design” (MASiT\_COD). The project was supported by the grant from The National Centre for Research and Development of Poland (<http://www.ncbir.pl/en/>) in the framework of the „Social Innovations” programme and conducted by cluster of Life Quality sector - „Podkarpacie Country” and its partners: University of Rzeszów, Nomino Ltd, and KlasterPro.pl Ltd. The area of the Project in the research phase consisted of five counties of the Podkarpacie province in the south-eastern Poland: Lubaczów county, Przemyśl county, Ropczyce-Sędziszów County, Rzeszów county and Strzyżów county.

The research phase of the project was comprised by both: quantitative and qualitative research.

The activities carried out in the research phase included:

1. The quantitative study, carried out among residents of mentioned above counties with use of the Paper & Pen Personal Interview technique (PAPI), aimed at diagnosing the endogenous resources of social and human capital which can be used for activation of local communities.

2. The quantitative study, carried out among business representatives with use of the Computer Assisted Telephone Interview technique (CATI), aimed at diagnosing the possibility of mutual influence on each other necessary for the elicitation of endogenous resources of local communities.

3. The desk research study aimed at creation of an inventory of the resources of the (tangible and intangible) cultural capital occurring in the five counties covered by the execution of the Project.

4. Qualitative study, carried out among representatives of local authorities, non-governmental organizations, and other local community leaders, with use of the Focus Group Interview technique (FGI) and the panel of experts, which was aimed at deepening the previously gathered knowledge, verifying the ideas developed in the course of above mentioned research and the dissemination of the project ideas and propositions among the local leaders and experts.

More information about the project is available on the webpage: [www.kraina-podkarpacie.pl/projekty](http://www.kraina-podkarpacie.pl/projekty)

---

Niniejszy raport prezentuje wyniki badań przeprowadzonych w ramach Projektu pt. „Model aktywizacji społeczności lokalnych oraz narzędzia IT poprzez Co-design” o akronimie „MASiT\_COD”. Projekt został dofinansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach Programu „Innowacje Społeczne”. Projekt realizowany jest przez Klaster Jakości Życia „Kraina Podkarpacie” wraz

z partnerami: Uniwersytetem Rzeszowskim, Nomino Sp. z o.o. i KlasterPro.pl Sp. z o.o. Obszar realizacji Projektu w fazie badawczej obejmował pięć powiatów województwa podkarpackiego: lubaczowski, przemyski, ropczycko-sędziszowski, rzeszowski i strzyżowski.

Na część badawczą Projektu złożyły się zarówno badania ilościowe, jak i jakościowe. Działania zrealizowane w fazie badawczej obejmowały:

- 1) Badanie ilościowe, zrealizowane wśród mieszkańców w/w powiatów za pomocą techniki PAPI, mające na celu diagnozę zasobów kapitału społecznego i ludzkiego pod kątem możliwości aktywizacji społeczności lokalnych przy wykorzystaniu zasobów endogennych

- 2) Badanie ilościowe, zrealizowane wśród przedstawicieli biznesu za pomocą techniki CATI, mające na celu diagnozę możliwości wzajemnego oddziaływania na siebie podmiotów gospodarczych niezbędnych do wyzwolenia zasobów endogennych lokalnych społeczności

- 3) Badanie desk research (analiza danych zastanych), którego głównym celem była inwentaryzacja zasobów kapitału kulturowego (materialnego oraz niematerialnego) występującego na obszarze pięciu powiatów objętych realizacją Projektu.

- 4) Badanie jakościowe, zrealizowane wśród przedstawicieli władz samorządowych i organizacji pozarządowych, a także innych lokalnych liderów społecznych za pomocą techniki FGI oraz panelu eksperckiego, które miało na celu pogłębienie zebranej wiedzy, weryfikację pomysłów wypracowanych w trakcie realizacji badań oraz upowszechnianie Projektu wśród lokalnych liderów i ekspertów.

Więcej informacji o Projekcie dostępnych jest na stronie: [www.kraina-podkarpacie.pl/projekty](http://www.kraina-podkarpacie.pl/projekty)