

Fit 4 DigiLinE

LINEE GUIDA PER LA CONDUZIONE DEI FOCUS GROUP

Fit 4 Digital Linguistic Education

2020-1-AT01-KA204-078098

Author(s):	EGInA Srl
IO number:	Intellectual Output 1: Indicator 1.2 – Interview Guide
Due date of deliverable:	January 2021
Start date of project:	November 2020
Duration:	30 months
Revision:	V2

Sommario

1. IL PROGETTO ERASMUS FIT4DIGILINE.....	2
2. INTRODUZIONE.....	4
3. FOCUS GROUP	4
3.1 Approccio metodologico	4
3.2 Composizione dei focus group e selezione del campione	5
3.3 Possibili domande.....	6
3.4 Facilitatore ed osservatore.....	8
3.5 Come condurre un Focus Group online	9
3.6 Relazione finale.....	13
ALLEGATI.....	15
ALLEGATO A.....	15
ALLEGATO B.....	16

1. IL PROGETTO ERASMUS FIT4DIGILINE

Il progetto Erasmus+ '*Fit 4 Digital Linguistic Education*' si focalizza sulle **competenze digitali, personali e sociali richieste, a livello europeo, ai docenti e formatori di lingua** e mira a **sviluppare un nuovo utile strumento di valutazione online**.

Il partenariato è composto da sei organizzazioni europee: due centri di educazione per adulti (**bit schulungscenter, Austria** e **Työväen Akatemia, Finlandia**), una scuola di lingua (**Babel Idiomas, Spagna**), una società innovativa focalizzata su istruzione, tecnologia, ricerca (**Innovation Frontiers, Grecia**), un'agenzia privata di formazione e consulenza (**EGInA Srl, Italia**), e un centro linguistico qualificato, a livello statale, per lo sviluppo di test linguistici (**ÖSD, Austria**).

Gli obiettivi principali del progetto sono i seguenti:

- Rendere interattivo e digitale l'insegnamento delle lingue;
- Incoraggiare gli insegnanti di lingua ad utilizzare strumenti digitali per l'apprendimento e la valutazione degli studenti;
- Sviluppare una base di conoscenza a livello europeo per migliorare le competenze digitali e sociali degli insegnanti di lingua;
- Assicurare l'occupabilità e l'ulteriore sviluppo degli insegnanti di lingua in un mondo digitalizzato;
- Sostenere il monitoraggio delle competenze sia per gli individui che per i fornitori di istruzione.

A tal fine, il partenariato collaborerà per aumentare le competenze didattiche dei gruppi target con un focus sulle specifiche competenze digitali, sociali e personali che gli insegnanti di lingua dovrebbero possedere.

Il progetto porterà alla realizzazione dei seguenti prodotti:

- IO1: un **report transnazionale** sulle motivazioni e limitazioni per il trasferimento digitale delle competenze linguistiche, strumenti digitali utilizzati e raccolta di buone pratiche nell'ambito dell'educazione linguistica. Il documento sarà disponibile in versione PDF;
- IO2: un **corso e-learning** di 8-10 moduli focalizzati sulle competenze personali, sociali e digitali utili per l'insegnamento delle lingue in un ambiente digitale. Ogni modulo conterrà almeno un video e un esercizio di auto riflessione;
- IO3: **uno strumento di valutazione online** per gli insegnanti di lingua. Tale strumento potrà essere utilizzato per valutare le conoscenze acquisite e le abilità relative alle

competenze digitali, personali e sociali. Il link diretto sarà reso disponibile sul sito ufficiale del progetto e verrà promosso attraverso i canali social;

- IO4: una **guida** dedicata all'uso corretto dello strumento di valutazione e alla valutazione digitale del progresso dell'apprendimento degli studenti («**TRAIN THE TRAINER GUIDE**»). La guida sarà resa disponibile gratuitamente in versione PDF sul sito ufficiale del progetto e il video tutorial verrà divulgato tramite il canale YouTube.
- IO5: un **corso online gratuito (MOOC)** contenente sei diverse unità relative alle competenze digitali, personali e sociali. Si potrà accedere al corso anche nei cinque anni successivi alla fine del progetto.

I prodotti, chiamati anche *Intellectual Outputs*, verranno caricati sul [sito web del progetto](#) e potranno essere scaricati liberamente. I video prodotti verranno condivisi tramite il canale YouTube e la [pagina Facebook](#).

I materiali prodotti saranno disponibili sia in inglese che nelle lingue nazionali così da poter essere facilmente accessibili e utilizzabili sia in Europa che al di fuori.

2. INTRODUZIONE

Nella fase iniziale del progetto, docenti, formatori, manager e direttori delle scuole di lingua saranno direttamente coinvolti nelle **attività di ricerca** attraverso la somministrazione di **questionari strutturati, interviste semi strutturate**. Ciò porterà alla **creazione di un report transnazionale**, finalizzato alla presentazione dello status quo dell'insegnamento digitale delle lingue e gli strumenti digitali già in uso, insieme ad una raccolta di buone pratiche nei paesi partner.

La seconda fase della ricerca porterà all'**organizzazione di focus group** per analizzare più a fondo i risultati ottenuti dalla somministrazione e analisi di un questionario online a cui hanno partecipato più di 250 esperti proveniente da tutta Europa. L'obiettivo di questa prima fase iniziale di ricerca è quello di indagare ed analizzare le necessità e le richieste degli esperti del settore linguistico (insegnanti di lingue, esperti linguistici, direttori di una scuola di lingua), focalizzandosi sulle competenze digitali, sociali e personali necessarie al gruppo di riferimento.

3. FOCUS GROUP

3.1 Approccio metodologico

La ricerca tramite focus group è una **tipologia di ricerca qualitativa e una tecnica di raccolta di dati**, finalizzata alla raccolta di informazioni che vanno oltre l'analisi quantitativa. I focus group che verranno implementati nell'ambito del progetto sono strutturati al fine di favorire la conversazione tra i partecipanti e interpretare i risultati delle fasi precedenti di ricerca, approfondendo le opinioni del gruppo sull'uso degli strumenti e tecnologie digitali finalizzati al potenziamento delle attività didattiche. Inoltre, i focus group permetteranno al partenariato di raccogliere dati contestuali e complementari ed esempi di buone pratiche che, in fase di analisi, verranno integrati con i risultati derivanti dai questionari, dalle interviste semi strutturate e dalle attività di ricerca.

Il Focus Group dovrebbe:

- essere attentamente pianificato;
- essere orientato all'ottenimento informazioni e percezioni inerenti ad un'area di interesse definita;
- essere strutturato secondo un percorso pianificato di domande aperte, finalizzate al raccoglimento di idee ed opinioni che rientrano o meno nell'ambito di domande preparate;
- essere svolto in un ambiente accogliente ed ospitale.



Il Gruppo dovrà essere abbastanza numeroso da generare una ricca discussione ma non troppo, altrimenti alcuni partecipanti potranno sentirsi “lasciati fuori”.

Min. 5 - Max. 7
partecipanti



Inoltre, al fine di rendere la partecipazione produttiva e non troppo impegnativa, è bene avere una tempistica ben delineata dall'inizio.

Min. 45 – Max. 90
minuti



Un facilitatore e un osservatore dovranno essere presenti al focus group. Per una migliore e più fruibile analisi dei dati, è consigliabile, con il consenso dei partecipanti, registrare la sessione.

Sarà necessario raccogliere alcuni dati socio-demografici di base sui membri del gruppo e controllare fin da subito possibili differenze di opinione sulle tematiche che verranno affrontate nel focus group.

Per garantire che i focus group siano produttivi e non “rubino” troppo tempo ai partecipanti, essi dovrebbero **durare non più di 90 minuti** e dovrebbe essere sempre data a tutti l'opportunità di esprimere le proprie opinioni.

3.2 Composizione dei focus group e selezione del campione

Siccome i risultati dei focus group non sono quantificabili, non sempre è necessaria una rigida selezione dei partecipanti. Solitamente, si ottengono i migliori risultati quando questi vengono scelti secondo criteri omogenei ed eterogenei.

I partecipanti dovrebbero avere qualcosa in comune, ma non tutto, altrimenti si rischia di avere una discussione piatta e non interessante. Possono provenire da ambienti e background diversi ed occupare diverse posizioni lavorative.

In linea con gli obiettivi specificati nel progetto, lo scopo dei focus group è identificare valori, opinioni e competenze sulle tecnologie digitali utilizzate nell'insegnamento delle lingue dal punto di vista del target group (ad es. insegnanti di lingue e formatori, personale degli istituti linguistici, fornitori di istruzione per adulti con un focus sull'educazione linguistica, ricercatori, manager di istituti linguistici, ecc).

I focus group dovrebbero comprendere **almeno tre partecipanti**, ma il numero ideale sarebbe **dai cinque ai sette partecipanti**. Ogni partner progettuale dovrà condurre almeno un focus group

selezionando partecipanti con profili eterogenei. Se possibile, l'eterogeneità può essere garantita seguendo questi criteri:

- **Età:** i partecipanti hanno età variegata ed includono almeno un nativo digitale
- **Diffusione geografica:** gli intervistati provengono da diverse aree del Paese e lavorano in vari contesti (ad es. urbano, rurale, ecc.);
- **Genere**
- **Background educativo:** i partecipanti hanno diversi livelli di competenze digitali;
- **Ruolo:** i partecipanti ricoprono diverse posizioni all'interno delle istituzioni educative (ad es. insegnanti, formatori, personale, ricercatori, proprietari di istituti linguistici e manager, ecc.).



Suggerimento: Cercate di invitare il numero massimo di partecipanti ammessi (7) per essere sicuri di soddisfare i requisiti minimi di ammissibilità di ogni focus group!

Prima di avviare il focus group, è necessario aver preparato un **Modulo di consenso** (vedere **Allegato A**) e un elenco di firme per attestare la presenza dei partecipanti. Se fatto online, sarà sufficiente chiedere ai partecipanti di compilare un Modulo di registrazione. È buona norma somministrare ai partecipanti un **Modulo di valutazione** (vedere **Allegato B**) al termine della sessione del focus group per avere un feedback diretto.

3.3 Possibili domande

In questo paragrafo troverete una lista di suggerimenti per l'organizzazione e la conduzione dei focus group. Sentitevi liberi di adattarli in base al vostro rapporto con i partecipanti, al percorso e all'orientamento verso cui tenderà la conversazione.

Dopo esservi assicurati che tutti i documenti necessari (modulo di consenso, elenchi di firme, ecc.) siano stati compilati dai partecipanti, con il supporto dell'osservatore, il facilitatore invita tutti i partecipanti a presentarsi, chiedendo loro di illustrare brevemente il loro background professionale o personale relativo all'argomento di interesse.

Ci sono tre tipologie di domande da porre durante i focus group:

- **Domande di coinvolgimento**
Presentare l'argomento di discussione ai partecipanti, mettendoli a loro agio
- **Domande esplorative**
Mettere a fuoco e discutere i risultati dei sondaggi online e delle interviste semi-strutturate

- **Domande di chiusura**

Assicurarsi che non sia stato tralasciato nulla nella discussione e che tutti abbiano avuto la possibilità di contribuire con le loro opinioni

I focus group che verranno condotti nel contesto del progetto Fit4DigiLinE verteranno sugli stessi argomenti precedentemente affrontati durante i questionari online e le interviste semi-strutturate (§ Introduzione). Durante i focus group, i risultati derivanti dall'analisi dei questionari raccolti fungeranno da spunto per la discussione. Si consiglia, infatti, di presentare all'inizio tali risultati e cominciare la discussione.

Forniamo di seguito un elenco di possibile domande che potrebbero essere poste durante i focus group:

Domande di coinvolgimento

- Secondo te, qual è il ruolo e l'importanza rivestita dalla tecnologia digitale nell'insegnamento delle lingue straniere?

Domande esplorative

- Hai mai utilizzato risorse online/digitali durante le lezioni?
 - Se sì, cosa puoi dirci in merito?
 - Se non ne hai fatto mai utilizzo, come mai? Cosa ti ha trattenuto?
- Quali sono le caratteristiche che renderebbero gli strumenti digitali più adeguati alle tue esigenze e aspettative?
- Quali competenze specifiche dovrebbero essere sviluppate in tal merito per massimizzare l'impatto di tali strumenti ed ottenere risultati migliori?

Domande di chiusura

- Vuoi aggiungere altro in merito o hai altre considerazioni generali riguardo il progetto Fit4DigiLinE?

Come già precedentemente menzionato, questi sono solo dei suggerimenti che, tuttavia, non sono esaustivi in merito alle possibili domande che i facilitatori potrebbero porre. Altre indagine più approfondite emergeranno dalla discussione e sono fortemente incoraggiate.

Il facilitatore dovrà sentirsi libero di formulare le domande tenendo conto delle **seguenti aree di indagine**:

- Lo stato dell'arte: utilizzo di risorse, strumenti digitali e tecnologie per l'insegnamento delle lingue
- Punti di forza e di debolezza secondo gli insegnanti nell'uso delle risorse e strumenti digitali nell'insegnamento
- Risorse e strumenti utilizzati
- Opportunità ed ostacoli
- Esempi di buone pratiche
- Necessità di formazione
- L'apprendimento online prima e dopo il COVID-19: come è cambiato?
- Competenze digitali essenziali → Immaginiamo di dover strutturare un corso online: quali moduli sono da considerare importanti ed essenziali?

3.4 Facilitatore ed osservatore

Idealmente, il focus group è condotto da **un facilitatore** (la cui presenza è obbligatoria) e **un osservatore** (consigliabile). Il facilitatore "facilita" la discussione; l'osservatore prende appunti e si occupa di registrare la sessione.

Il ruolo del facilitatore

Il facilitatore ideale del focus group dovrebbe soddisfare i seguenti criteri:

- Conosce a fondo le domande e l'argomento in questione;
- Sa introdurre e guidare la discussione;
- Sa ascoltare attivamente con sensibilità ed empatia;
- Crede che tutti i partecipanti al gruppo abbiano qualcosa da offrire indipendentemente dalla loro istruzione, esperienza o background;
- Riesce a tenere fuori dalla discussione i propri punti di vista e le proprie idee personali;
- Sa gestire in modo appropriato le dinamiche di gruppo, anche quelle più impegnative.

Il Facilitatore dovrebbe essere in grado di:

- affrontare** adeguatamente **tutte le domande preparate entro il tempo assegnato**
- far sì che **tutti i partecipanti contribuiscano attivamente alla discussione e esprimano il loro punto di vista**

Alcune domande utili sono: "Puoi aggiungere qualcosa su questo argomento?" / "Aiutami a capire cosa intendi" / "Puoi fare un esempio?"

- rimanere neutrale**, astenendosi dall'annuire/alzare le sopracciglia in accordo/disaccordo, evitando di apprezzare/denigrare le opinioni altri.

Inoltre, considerando che alcuni dei partecipanti possono essere più esperti di altri sull'argomento discusso, è anche importante che il facilitatore mantenga il pieno controllo della sessione. Per tale ragione, il facilitatore dovrà:

- conoscere a pieno lo scopo della ricerca e i risultati attesi;
- porre le giuste domande per ottenere le informazioni desiderate;
- fornire feedback verbali e non verbali.

Il ruolo dell'osservatore

Come già anticipato, quando si organizza un focus group, è consigliabile avere un osservatore nel team. Se fatto in presenza, l'osservatore può sedere al di fuori del cerchio, non parla mai durante la sessione, ma interviene solo in fase di apertura e di chiusura e per ricordare al facilitatore di affrontare tutte le domande dell'indagine. Se necessario, l'osservatore può anche fare domande per chiarire alcuni punti ostici, agendo come *co-moderatore*.

L'Osservatore deve essere in grado di:

- Attivare 2 registratori durante la sessione** (*perché a volte uno non funziona e l'intera conversazione andrà persa*)
- Prendere appunti** dei principali argomenti trattati, nel caso in cui il registratore non funzioni o il tono di voce di alcuni dei partecipanti non sia abbastanza forte.
- Annotare qualsiasi dinamica di interazione, comunicazione non verbale o altri indizi sottili ma rilevanti:** l'osservatore si concentrerà sulla dinamica del gruppo, assicurandosi che ogni partecipante abbia avuto la possibilità di esprimere la propria opinione, confrontandosi con gli altri.

3.5 Come condurre un Focus Group online

Tradizionalmente, i focus group vengono condotti di persona. In tal caso e se conoscete personalmente i partecipanti, assegnate i posti in anticipo. Ricordate che **la disposizione ideale per incoraggiare la discussione è il cerchio!** Sia il Facilitatore che l'Osservatore devono dare il benvenuto ai partecipanti, invitarli a servirsi e offrendo loro il caffè di benvenuto, assegnare loro badge personali e chiedere di compilare i documenti iniziali (elenco delle firme, modulo di consenso, ecc.).

Tenendo conto della situazione attuale e i problemi che possono sorgere nello svolgimento di focus group in presenza a causa delle restrizioni per il contenimento dell'**emergenza epidemiologica da COVID-19**, i partner del progetto Fit4DigiLinE coinvolti nella ricerca per la raccolta di dati

qualitativi hanno identificato **modalità alternative** per replicare la suddetta metodologia in un ambiente online. Tra le diverse tipologie disponibili, il partenariato ha deciso di condurre **focus group sincroni online** utilizzando strumenti online che saranno concordati di volta in volta con tutti i partecipanti.

I focus group online sono una “*estensione*” dei focus group tradizionali, che sono stati utilizzati nella ricerca qualitativa per decenni e, per la maggior parte, i principi fondanti sono i medesimi¹.

Secondo un articolo² pubblicato dal *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* (2012), i ricercatori hanno identificato alcuni punti di forza dei focus group online che possono essere riassunti come segue: (1) permettono di coinvolgere partecipanti provenienti da aree geografiche molto distanti; (2) sono economicamente più sostenibili dei focus group tradizionali perché non prevedono alcuni costi, come l'affitto delle sale, le spese di viaggio del moderatore, ecc.; [...] (4) i partecipanti fanno un maggior numero di commenti, anche se questi sono più brevi e più semplici; (5) nel caso di focus group online nella tipologia della *chat*, le trascrizioni sono disponibili non appena la sessione finisce; (6) hanno il potenziale di raggiungere partecipanti che sono difficili da raggiungere e (7) la partecipazione è conveniente e facile. Tuttavia, ci sono anche alcune limitazioni da prendere in considerazione, come ad esempio: (1) solo gli utenti “digitali” e con una connessione possono essere selezionati come membri del focus group; (2) i partecipanti possono incontrare difficoltà tecniche nell'interazione, come la perdita di connessione; (3) il tasso di partecipazione o di connessione è basso; (4) le informazioni provenienti dalla comunicazione non verbale, che contribuiscono con grande ricchezza all'analisi del discorso, non possono essere utilizzate; (5) il ruolo del facilitatore è molto ridotto a causa della mancanza di contatto visivo con i partecipanti; (6) gli argomenti di discussione e le dinamiche di gruppo sono più limitate; (7) le persone coinvolte non possono sedersi vicine, quindi il loro unico contatto è la visualizzazione dei commenti e dell'atteggiamento dei partecipanti sullo schermo del computer.

Per facilitare la conduzione di un focus group in un ambiente online, è consigliabile mettere i partecipanti a proprio agio utilizzando una tecnologia facile da usare ed accessibile (come Google Meet, Zoom, Skype, GoToMeeting). Per essere in grado di seguire il linguaggio del corpo e le espressioni dei partecipanti, è importante chiedere loro di tenere accesa la videocamera durante tutta la sessione. Come per i gruppi in presenza, è importante scegliere i facilitatori giusti: devono essere in grado di coinvolgere i partecipanti nella conversazione anche se tutti si uniscono alla sessione da

¹ Stancanelli, J. (2010). *Conducting An Online Focus Group. The Qualitative Report*, 15(3), 761-765

<https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol15/iss3/20>

² <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-18762012000200008>

remoto. Il facilitatore dovrebbe anche essere sicuro e competente nell'utilizzo degli strumenti digitali.

Quando il focus group è online, è meglio **limitare il numero di partecipanti a 4-5 persone** per garantire che tutti abbiano la possibilità di esprimere la propria opinione, di essere coinvolti e anche per ridurre lo stress del moderatore.

All'inizio del focus group, il facilitatore può usare un copione preparato per dare il benvenuto ai partecipanti, ricordando lo scopo della discussione e stabilire le regole di base.

Introduzione al Focus Group

□ BENVENUTO

Benvenuti e grazie per aver accettato di far parte di questo focus group. Apprezziamo la vostra disponibilità a partecipare.

□ INTRODUZIONE

Mi chiamoSarò io a facilitare il gruppo.

Permettetemi di presentarvi....., che prenderà appunti.

Il mio ruolo oggi è assicurarmi che la discussione sia produttiva e di riassumere l'opinione e le osservazioni del gruppo sull'argomento scelto. Io e il mio collega non faremo il nome di alcun partecipante nel report finale che prepareremo.

Le informazioni rimarranno riservate ed utilizzate solo dal team di ricerca del progetto Fit4DigiLinE. Visto che tutti avete completato i moduli [elenco delle firme, alcune domande demografiche (età, genere, occupazione) e il modulo di consenso], siamo pronti per iniziare.

□ OBIETTIVO DEL FOCUS GROUP

*Siamo qui per parlare del progetto Fit4DigiLinE e di come il (**citare l'area tematica di riferimento**) rappresenti una questione importante per gli insegnanti e i manager di scuole di lingua. Per questo motivo, abbiamo preparato delle domande aperte a cui potete rispondere liberamente per approfondire l'argomento.*

Ai fini della ricerca, i partner di Fit4DigiLinE hanno già condotto questionari online ed interviste semi-strutturate, i cui risultati verranno analizzati e discussi ulteriormente durante questo focus group.

Crediamo che in questo modo, saremo in grado di ottenere informazioni più approfondite su ciascuna delle aree tematiche trattate nella ricerca e saremo in grado di creare un report transnazionale più consolidato sulle motivazioni e i limiti del trasferimento digitale delle lingue, sugli strumenti digitali utilizzati e sulle buone pratiche all'interno dell'educazione linguistica. Questo focus group ci permetterà di capire il contesto dietro le risposte date nei questionari online e ci supporterà nell'esplorazione di questi argomenti in modo più dettagliato.

Pertanto, lo scopo di questo focus group è discutere sull'argomento specifico menzionato in precedenza e analizzare insieme i risultati provenienti dalle fasi preliminari della ricerca.

□ **METODOLOGIA**

La metodologia d'indagine che utilizzeremo oggi è definitiva "focus group". Per quelli di voi che non hanno mai partecipato ad una di queste sessioni, vorrei illustrare questa tipologia di ricerca. I focus group sono utilizzati per raccogliere informalmente informazioni da un piccolo gruppo di individui che hanno un interesse comune su un dato argomento - in questo caso l'Apprendimento delle Lingue Straniere.

*Vi farò delle domande in merito a (**menzionare l'area tematica rilevante**) nella vostra vita personale e professionale. Non ci sono risposte giuste o sbagliate e vorremmo sentire le opinioni di tutti i presenti.*

Sarò io a moderare la sessione e a condurre la discussione. Se penso che stiamo passando troppo tempo su un singolo argomento, interverrò e farò in modo che la discussione si sposti. La discussione verrà registrata e i risultati principali saranno riassunti in un report finale che contribuirà all'elaborazione di contenuti e strumenti innovativi di eLearning per gli insegnanti di lingua.

□ **INTRODUZIONE DEL GRUPPO**

Iniziamo con le presentazioni. Per favore, ricordatevi di menzionare il vostro nome, la vostra occupazione e, se rilevante, diteci qualcosa sulla vostra organizzazione/istituto di appartenenza.

□ **REGOLE DEL GRUPPO** [promemoria]

Permettetemi di ricordare alcune regole di base per questa sessione:

1. VOGLIAMO INCORAGGIARE LA VOSTRA INTERAZIONE

- a. Vorremmo che tutti i partecipanti siano attivi nella discussione;*
- b. Potrei fare il vostro nome per incoraggiarvi a partecipare;*
- c. Impariamo da voi (sia in positivo che in negativo).*

2. NON CI SONO RISPOSTE GIUSTE O SBAGLIATE

- a. Le esperienze e le opinioni di ognuno sono importanti;*
- b. Dite la vostra, sia che siate d'accordo o meno;*
- c. Vorremmo sentire le opinioni più disparate. Non stiamo cercando di raggiungere il consenso di tutti, ma stiamo raccogliendo informazioni.*

3. QUELLO CHE VIENE DETTO IN QUESTA STANZA RIMANE TRA DI NOI

- a. Vorremmo che vi sentiste a vostro agio nel condividere anche questioni delicate.*

4. REGISTREMO LA DISCUSSIONE

- a. Vogliamo appuntare tutti i vostri commenti;
- b. Non faremo i vostri nomi nel report finale. L'anonimato è garantito.

□ ASPETTI LOGISTICI

Questo focus group durerà circa un'ora e mezza. Se per qualche motivo aveste bisogno di allontanarvi, lo capiamo. Una volta finita la sessione, se qualcuno vuole rimanere e fornire altri commenti, saremo lieti di ascoltare.

Mentre siete nel gruppo, per favore, partecipate attivamente con tutti e non iniziate conversazioni laterali e/o bilaterali.

Spegnete i cellulari, se possibile. Cominciamo! (L'Osservatore comincia a registrare. Il Facilitatore utilizza l'elenco di Domande preparato in precedenza).

□ CONCLUSIONI

Possiamo ora concludere il nostro focus group. Grazie mille per la partecipazione e per aver condiviso i vostri pensieri ed opinioni con noi.

Ora vi forniremo un breve modulo di valutazione online che, se potete, vorremmo compilaste. Se avete informazioni aggiuntive che non siete riusciti a menzionare durante il focus group, sentitevi liberi di scriverle su questo modulo di valutazione. (Non appena tutti i partecipanti se ne sono andati, il Facilitatore e l'Osservatore effettuano il debriefing mentre il registratore è ancora in funzione, segnano commenti, data, l'ora - se più di un gruppo al giorno, e il nome del gruppo).

3.6 Relazione finale

Dopo aver condotto i focus group, il moderatore, supportato dall'osservatore, analizzerà i dati e le informazioni raccolte e elaborerà un'interpretazione personale.

Vi consigliamo di creare in seguito un report completo, basato sui risultati ottenuti per comprendere meglio il contesto, gli argomenti discussi e le opinioni ed intuizioni dei partecipanti, in quanto saranno necessari la ricerca stessa.

I report possono essere fatti online o meno, ma per semplificare la procedura di raccolta e confronto, per il progetto Fit4DigiLinE il partenariato ha deciso di creare un modulo online che sarà compilato da ogni organizzazione dopo i vari focus group.

Nel [report](#) creato, ai partner verrà richiesto di indicare la data e il numero del focus group realizzati, insieme ai nomi dei partecipanti. È importante indicare almeno il ruolo dei partecipanti, gli anni di esperienza e le organizzazioni per cui lavorano per avere un primo quadro generale del campione selezionato.

Sulla seconda pagina, è stato previsto un elenco di domande a cui rispondere sulla base dei risultati del focus group:



Domande

Qual è lo stato dell'arte nel vostro Paese a livello locale e nazionale sulla digitalizzazione nell'insegnamento delle lingue?

(Si prega di menzionare quali risorse, strumenti digitali e tecnologie sono in uso per sostenere e promuovere l'insegnamento delle lingue)

Quali sono i principali punti di forza - sia dal punto di vista degli insegnanti che degli studenti - evidenziati dai partecipanti?

(Includere qualsiasi riferimento a buone pratiche attuate dai partecipanti, messaggi positivi sugli strumenti digitali e esperienze relative all'utilizzo delle tecnologie digitali nell'insegnamento delle lingue)

Quali sono i principali punti di debolezza - sia dal punto di vista degli insegnanti che degli studenti - evidenziati dai partecipanti?

(Includere qualunque riferimento alle difficoltà e agli ostacoli incontrati dai partecipanti, incluse le esperienze negative e la mancanza di risorse o conoscenze)

Esempi di buone pratiche

(Descrivere brevemente gli esempi, fornendo una breve descrizione ed includendo eventuali link)

L'insegnamento online prima e dopo COVID-19: come è cambiato?

Esigenze formative

(Si prega di specificare se i partecipanti sentono il bisogno di partecipare ad un corso di formazione per migliorare o potenziare le loro competenze digitali)

Riferimenti, bibliografia, sitografia o fonti aggiuntive, se pertinenti

Allegare file o materiale aggiuntivo utilizzato, se presente

Il suddetto elenco di domande può essere modificato a seconda dello scopo della ricerca. Dopo la raccolta dei risultati dei partner, sarà prodotto un report consolidato e finale, che evidenzia la situazione in ogni paese, sottolineando le peculiarità e le differenze individuate.

ALLEGATI

ALLEGATO A

Modulo di Consenso

Può essere necessario se i partner saranno in grado di svolgere le interviste/i Focus Group in presenza.

Nome:

Cognome:

Paese:

Ti è stato chiesto di partecipare ad un'intervista/Focus Group dal _____ (Organizzazione, paese), membro del progetto Fit4DigiLinE

Lo scopo dell'intervista/Focus Group è approfondire i risultati sullo status quo dell'insegnamento digitale delle lingue e gli strumenti digitali già in uso. Tali risultati sono stati ottenuti con la somministrazione di un questionario online a più di 250 insegnanti linguistici e manager di tutta Europa. L'intervista mira a raccogliere ulteriori informazioni in merito, insieme ad esempi di buone pratiche nei Paesi partner.

Le informazioni apprese durante l'intervista/Focus Group saranno utilizzate nel progetto Fit4DigiLinE secondo i suoi obiettivi (ricerca, formazione, diffusione, ecc.).

Puoi scegliere se partecipare all'intervista e fermarti in qualsiasi momento. Anche se l'intervista sarà registrata, le tue risposte rimarranno anonime e nessun nome sarà menzionato nel report.

Non ci sono risposte giuste o sbagliate alle domande dell'intervista. Vogliamo sentire molti punti di vista diversi e vorremmo raccogliere l'opinione e le idee di diverse parti interessate da diversi Paesi dell'UE.

- Ho compreso queste informazioni e concordo pienamente a partecipare alle condizioni sopra indicate.

Firma: _____

Data: _____

ALLEGATO B

Modulo di valutazione

Si prega di valutare da 1 (totalmente in disaccordo) a 5 (totalmente d'accordo) le seguenti affermazioni	1	2	3	4	5
Il focus group è stato migliore di quanto mi aspettassi					
Gli argomenti trattati sono stati interessanti					
Le domande sono state facili da capire					
Mi è piaciuto discutere questo argomento con altri esperti del settore					
Ci è stato dato abbastanza tempo per la discussione					
Il facilitatore ha incoraggiato la partecipazione					
Ho avuto la possibilità di dire la mia					
Sono stato ascoltato					
Un focus group è una buona metodologia per analizzare questi argomenti					
Mi piacerebbe partecipare ad un altro focus group					

	Ottimo	Positivo	Nella media	Scadente	Noioso
Nel complesso, il focus group è stato					
Il facilitatore è stato					
L'osservatore è stato					

C'è qualcosa che pensi avremmo dovuto discutere?

Hai altri commenti e/o feedback? (es. su come potremmo migliorare la sessione?)