

SUMMARY WORKSHOP REPORT

PUBLIC AWARENESS AND COMMUNICATIONS TEAM

(PACT)

In Alexandria

MAY 17, 2001

Submitted by:

MOHAMED EL-GAMAL
RESEARCH CONSULTANT
JUNE 2001



Training Course Report

PACT, Alexandria: 9:30 am – 6:45 pm

On May 17, 2001, a training course conducted by Research Consultant Mohamed El-Gammal was held for the Alexandria Public Awareness and Communications Team (PACT). Ten members of the PACT as well as the much-appreciated presence of Dr. Sherif Kandil attended the training course session.

The objective of this course was to train PACT participants regarding qualitative research techniques and focus group discussions, emphasizing overall planning, designing guides, conducting sessions, and writing reports for focus group discussions. The ultimate goal was to train the team to conduct focus group discussions (FGD) uniquely for future purposes.

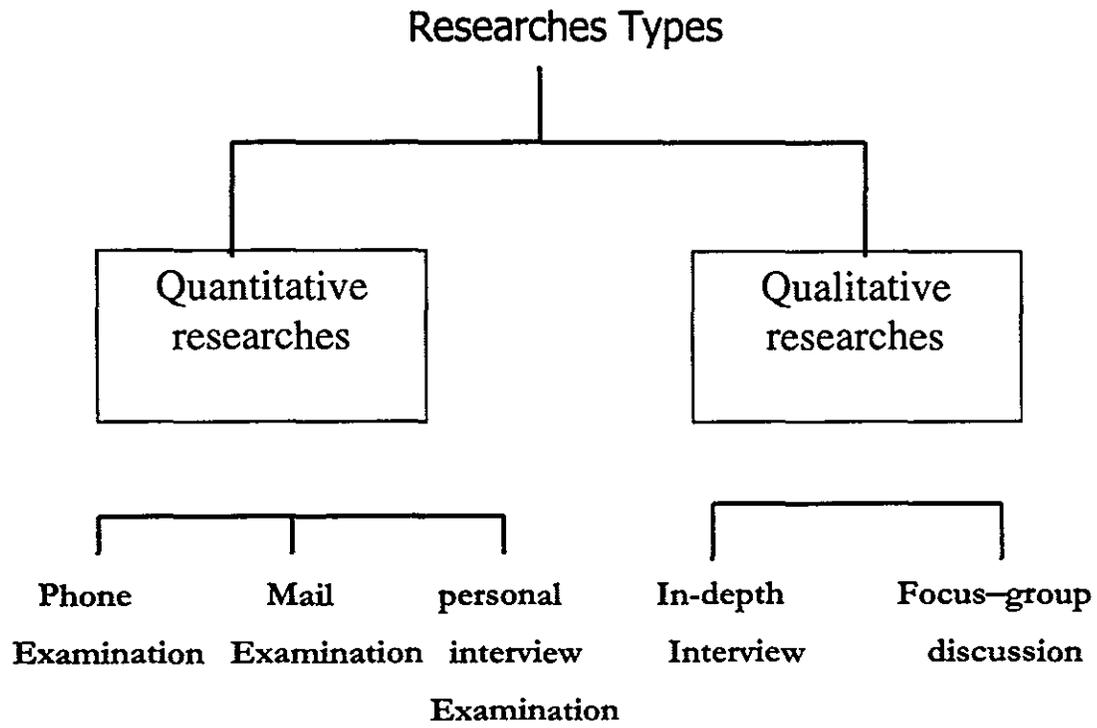
The training course covered the following aspects:

- 1) Qualitative research vs. quantitative research
- 2) Qualitative research techniques
 - a) In-depth interview (IDI)
 - b) Focus group discussion (FGD)
- 3) Purpose of using FGD
- 4) Focus group planning
- 5) How to write a proposal
- 6) Writing a focus group guide
- 7) Recruiting participants
- 8) Setting up and organizing FGDs
- 9) Moderating the sessions
- 10) Skills and responsibilities of the moderator and the note taker
- 11) Key factors for the success of the FGD
- 12) FGD data analysis
- 13) Report writing (findings and recommendations)
- 14) Advantages of FGD
- 15) Disadvantages of FGD

The following printed materials were distributed to participants:

- 1) *Volume 1: Focus Group Discussions: Theoretical and Practical Approaches to the Training of the Public Awareness and Communications Team (PACT) in Alexandria*
- 2) *Volume 2: Samples of Qualitative Research Proposals, Storyboards, and FGD Guides (For Testing TV and Radio Spots, Brochures, Flyers, Logos, and Slogans)*

A copy of these materials is attached with this report.



In – depth Interview

* In-depth interview is a tete – a – tete conversation with one interviewee in which the research theme is discussed. Such kind of interviews facilitates collecting a lot of information about the idea, feelings and behaviors of the interviewee.

* In that manner the study problem is determined, the participants are recruited and the interview tools, such as recorder and the guide upon which the researcher depends in managing the interview, are prepared.

* The Researcher interviews the participant for an hour or more so as to cover every sub-theme related to the main theme. The researcher is free to ask, elaborate and indulge into details of certain question and encourage the interviewee to express his beliefs, viewpoints and attitudes.

* There should be a kind of familiarity, frankness and confidence between the researcher and the participant so as to enable the latter to express himself frankly.

* Such kind of interviews is used a lot in social marketing researches but not at the same level of focus group discussions. In-depth interview is always used with the specialists who are difficult to be gathered in one focus group discussion such as businessmen and officials.

* Such method has been used in family planning research to meet physicians and nurses in every city and village in which focus-group discussions were held with women where in-depth interview were held with both physicians and nurses due to their limited number.

* **The Advantages**

- 1- discussions with the interviewee are deeper than any other method.
- 2- Flexibility. While using interview guide, the researcher is completely free in questioning and probing into certain points and so on.
- 3- It provides the researcher with insight as after several interviews, he will have deeper insight of the problem "after viewing it through many people. Thus, the researcher can feel the experiment himself".

* In-depth interviews have some disadvantages the most important of which are :

- 1- Success of such interviews depends on the researcher's skills and experiences. The number of well-trained and qualified researchers is limited and their fees are very high.
- 2- The limited number of interviewees. Since the long time of the interview and its high costs decrease the number of interviewees.

- 3- The possibility of partiality that may result from the researcher's influence on the interviewees or the difference of the meanings of used terms.

Focus-Group Discussion

* Focus-group discussion can be identified as being a process of collecting ideas and solutions of a marketing problem or a certain issue from a limited group of participants through elaborated discussion

* Such kind of discussion is attended by 6 to 10 of targeted audience and managed by a coordinator or moderator and lasts for 45 minutes to 2 hours.

* Results of such discussions are qualitative since they are an exploration of knowledge, beliefs, interests and attitudes of the targeted audience other than being an attempt to get quantitative tables.

* Focus-Group discussions seek to use their outcomes to affect knowledge, attitudes, behavioral intentions of targeted audience or to diminish their fears and doubts towards a certain issue.

Reasons of using focus

Group Discussions

Focus-Group discussions are considered the most common qualitative methods in the field of marketing research or social marketing researches.

Focus-Group discussions are used for various objectives amongst which are :

- 1- Collecting research-information related to a specific issue that help designing examination papers to conduct quantitative study.
- 2- Analyzing results of quantitative studies.
- 3- Testing Radio, Television advertisements and printed materials so as to be finally amended before being broadcasted or printed.
- 4- Choosing slogans and logos.
- 5- Getting familiarized with the reaction of current products such as family planning contraceptives to know their advantages and disadvantages and how targeted people be aware of them.
- 6- Testing new products and their packages.
- 7- Developing suitable messages to be used in published, media or advertising materials.
- 8- Discovering how people think about certain topics.

- 9- Generating new ideas about goods, services and various issues.

Focus-Group discussions are used to observe people's awareness, attitudes, behaviors and language in a social situation including their effects on each other.

Focus-group discussions are used in the situations at which restrictions of low budget or time limit are important factors in such a way that quantitative methods cannot be used to collect data.

Planning Focus-Group Discussions

Planning for conducting Focus-group discussions includes five basic steps :

1- Specifying the problem :

The problem sought to be solved by the study should be precisely specified.

* The problem might be lack of the information required to make certain decision such as testing a design for a brochure from three designs or testing a TV spot before being finally produced.

2- Specifying research population

Research population who will be interviewed should be determined. In case of testing a brochure about contraceptives, women of reproductive age will be the research group.

3- Specifying sample size and Distribution

* The sample size that will be interviewed, should be specified. The number of group in focus-group discussions should be also determined, taking into consideration that each discussion shall include a limited number group 6 to 10 participants.

* Research group are to be distributed demographically (age/sex... etc) geographically (Cairo/ lower/ Egypt/ Upper Egypt... etc) or according to certain contraceptive (users of monthly injectables, non- users of injectables .. etc)

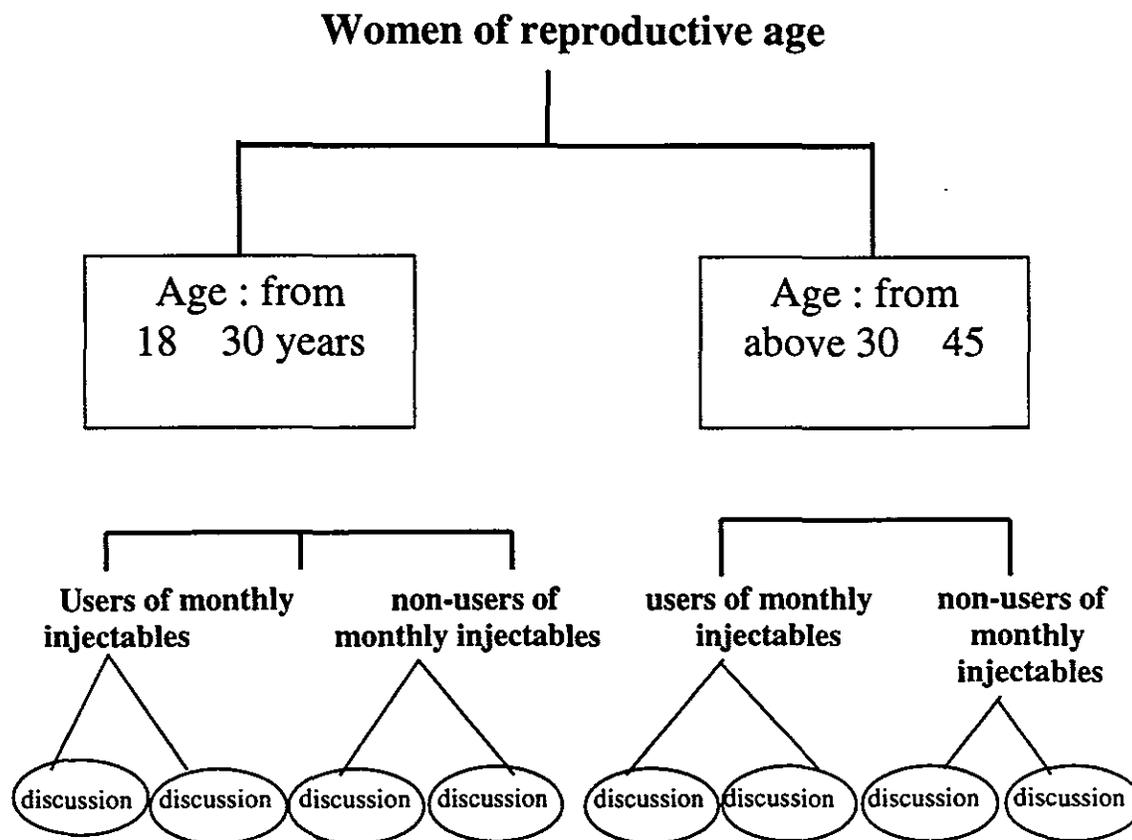
* The principle is that four focus-group discussions are usually enough.

The researcher knows very well that most of his knowledge about the topic will be gained from the first discussion.

While the second discussion will add less new information but confirm the previously obtained information. The third and fourth discussions are mostly repetition of what has been heard in the first two discussions.

Thus, holding more than four focus group discussions will not be beneficial except in case you find distinguished various segments of the research society such as women of Lower or Upper Egypt, working or non-working women or married and single women.

In order to collect enough information on the topic, two focus-group discussions on every feature of the targeted audience such as age, gender and contraceptive are enough, as indicated in the attached figure.



Illustrative drawing indicating the classification of research sample according to the research study characteristics so two focus-group discussions will be held with each group.

4- Specifying place of holding FGDs :

We should appropriately identify the places of holding FGDs. All discussions might be held in one place like conducting discussions on pre-testing the brochure of Alex, the capital of beauty and cleanliness. Additionally, the discussions might be held in different places in Upper and Lower Egypt or in the countryside and towns.

The research place should be equipped with the machines and tools required for the study. If the subject is pre testing a T.V. advertisement as, there should be a T.V. set and a video, in addition to a cassette recorder for recording the discussions, bearing in mind that all connections should be installed in the place.

5- Preparing the Research tools :

There are some researches, like those conducted to pretest a T.V. ad, in the form of Animations or catalogues, in which a great deal of these materials should be photocopied to be distributed among the respondents in the FGDs to be tested. Therefore the aiding materials to be printed should be specified.

Knowing all these factors before drafting the Proposal of the study (research) helps estimate the research budget and time frame.

How to write a Proposal

Before performing any research , a proposal must be prepared to be given to the concerned department for approving and its budget. The proposal might be approved as it is or after amending it to reach the appropriate form that contributes in performing a successful research.

The research must include the following :

- 1- Research objectives.
- 2- Research population.
- 3- Research Methodology and data collection instrument.
- 4- Size and distribution of research sample.
- 5- Research Procedures.
- 6- Research time frame.
- 7- Research Budget.

Demonstrating different examples of proposals written in Arabic and English.

Writing the FGD guide

The FGD guide is considered the most important tool for the moderator as it is his support on which he depends in directing the discussion. However the moderator has enough flexibility and freedom to elaborate on each point and add other questions related to the subject so as not to leave any point, whatever small it may be until he feels he has dealt fully with all its sides and that nothing more can be done.

The FGD guide consists of several groups of points or questions. Each group deals with one of the proposals principal objectives and each point contributes to covering the sub- objectives and putting together the pieces of the picture until in the end of each group a full picture of the situation is created that covers the required objective with the utmost accuracy and efficiency.

Although there are various shapes for the FGD guide, the common form for it must include the following :

1- Introduction :-

It includes a demonstration for the proposal's views encouragement for the participants to share with their views and the importance of knowing their views and beliefs to achieve the research's objective.

- 2- Questions to know the awareness, beliefs, attitudes and perception of the targeted audience towards media or advertisement material (co
- 3- Detailed probing questions to get more detailed information from the participants or to clarify some of the points mentioned in the discussion.

* To design a successful FGD guide, the researcher should ask himself the following questions :

- Who will use the information obtained from the discussions?
 - For what purpose ?
 - Which information required for taking the decision ?
 - The objective of the FGD guide is to ensure that all required information has been covered to such extent that knows the depth of the motives , views, feelings, attitudes and values of the targeted audience.
 - Considering that most group discussions are used in pretesting T.V, radio Ads and brochures before they're produced in their final form, the questions or points of the FGD guide must include coverage of the following :
- 1- How far the content or the Advertisement message is understood.
 - 2- How far the words and pictures are clear, easy and simple.
 - 3- How far are there objections from the targeted audience to the idea itself or the words or pictures (Red flags).

- 4- The targeted audience attitudes towards the advertisement or media material.
- 5- The Behavioral intentions after being exposed to the said media or advertisement material.
- 6- The target audience recommendations to modify the media or advertisement material.

Recruiting Participants

- Each discussion group consists of 6-10 individuals depending on the subject of the discussion and the required class of the targeted audience.

The more the need to know further details from the targeted audience , the more the need to reduce the size of the group.

- Those participating in the group discussion should represent the research population or the targeted audience of the subject of discussion or the media or advertisement material being pre-tested. To get the best results from each group discussion, the members participating should be similar in the different characteristics like age, gender and social and economic status.
- Every group should be of the same kind of nature so the participants can talk freely with each other and feel comfort when expressing themselves. The rule here is that forming a discussion group with participants belonging to different social classes is undesirable because of their different perceptions, experiences and verbal skills.
- In some cases you can use dissimilar groups but from another side which is the users and non-users of certain

good or brand for the purpose of finding the other opinion or conflicting opinions which heat up the group discussion as every side defends his views and beliefs.

- To guarantee obtaining spontaneous responses created momentarily, the participants should not know each other or anything about the discussions principal subject before their attendance.
- To recruit participants, you should know the number of group discussions, and the characteristics of the participants in each group discussion, like gender, age, socio-economic status and consumption of a certain good or service, residence... etc.

The manager of field projects in the research center contacts a large number of researchers (males and females) working in the center whether a full time or part-timers and asks them to do the following :

- Choosing specific individuals that have specific characteristics.
- Contacting these individuals and making sure they have these characteristics.
- Making sure that these individuals are willing to participate in a group discussion on the specified subject.

- Notifying them with the specified time for the discussion if there is only one definite time – and most often there's more than one possible choice and the participant chooses the time that suits him most.
- Each (possible) participant is then contacted and convinced with the idea of participating in a group discussion in a particular location and on a particular subject (N.B: no detailed discussion on the subject should take place) and that in return for his valuable time, a gift or financial bonus will be awaiting him.
- The higher the socio - economic level of the participants is, the better to present gifts to them and vice versa. The gifts can differ as the subject of the discussion differs.
- While speaking to the participant to convince him of joining a group discussion, you can tell him that this will be an interesting experience for him and that he will enjoy this discussion. The researcher should explain to the participant, the situation and clarify the nature of the discussion, it's goal, time and place. It is preferred that he be told that he was chosen. In this group as a result of the research team's sensing – including the researcher who is trying to convince the participant – that he was the model individual who could express the attitudes and views of the

class he represents. All this depends on the subject and research population.

- On contacting the participants, you should make sure that he/she has not participated in any group discussion in the last 6 months because that may give him practical experience and expertise that could drive him towards controlling the discussion and attempting to take over and consequently guide the rest of the group in the desired direction.
- Also it should be taken into consideration that no two relatives or acquaintances or friends be chosen in the same group no matter how identical the determinants that lead to choosing them are, like gender, age and economic status. This is because in these cases they often tend to speak to each other in a different subject or attempt to be funny or control the discussion together.
- The participants should be reminded of the place and time of the discussion 24 hours before and means of transportation may be provided to help them.
- It is worthy to mention that each individual attends the group discussions as a participant will be financially rewarded .

Setting up and Organizing FGDs

Here are some matters that should be followed, on setting up and organizing FGDs:

1- Place of the discussion.

- The FGDs should be held in a calm and relatively large place for the comfort of the participants and easy movement of the moderator and his assistants.
- The seating should be comfortable for each individual and it could be a round or rectangular table or in the form of parlor.
- It's preferred, in group discussions, that the participants sit in a circle so that the moderator and his assistants can take down notes of the participants easily and clearly and so each individual in the group can be heard clearly and thus there will be no head of the table or group leader.
- It should be taken into consideration that no pictures or explanatory posters dealing with the subject of the discussion be hanged on the wall so as not to influence the members of the group in any way.
- Cassette recorder power extensions should be available in the place of the discussion to record the discussion. In most cases another battery operated tape recorder is

placed to avoid power disconnect and to hear all participants clearly.

- In case the subject of the discussion requires a television or video to enable the participants to watch video tape Availability of all power connections should be made sure of and T.V and video tape recorder should be tested enough time before the discussion for not wasting the time of the discussion due to occurrence of an unhappy coincidence. Also the television set must be put in a place that is easy for all the participants to watch.
- Selecting the place of the discussion depends on the subject of the discussion itself and on some compelling factors. If the subject is personal, it's better that the discussion be held in a house or any other social environment and if the subject is professional, it's better that the discussion be held in an office or institution.
- It is preferred that the participants sit, during the group discussion, in a semi-circle as this allows the moderator to make eye contact easily with each participant as well as allowing each participant to make eye contact with each of other participants. Thus before the discussion, the seats must be placed in the form of a semi-circle.

- The tape recorders should be tested before the discussion and the tape should be ready so recording begins once the button is pressed.
- Any nuisances or disturbances should not be allowed. Thus if the discussion includes mothers, it is better to provide a place for their children and a babysitter or assistant to stay with and take care of them until the end of the discussion.
- The door of the room in which the group discussion is being held, must be closed and no one should be allowed to enter or exit the room unless for urgent necessity .
- It should be noticed that most often the client or his representative attends the discussion, in order to know what is going on and to listen to the peoples views on the spot, with no interference at all in the subject of the discussion. In this case, the client sits along with a translator if he is a foreigner in an isolated place and this place could be one of two :
 - 1- A place separated from the discussion room by glass as to enable them to see what is behind it and follow up the attendants expressions and the progress of the discussion. Sometimes headphones are used in order to hear what is going on inside the room if the sound is too low to hear.

- 2- An isolated place in the discussion room that is slightly darkened and relatively far from the discussion group but the client in this case is not permitted to give his opinion during the discussion but he can pass a paper including a certain question for assistance to the moderator to direct it to the participants.

Sometimes some centers invite a researcher to attend the discussion in this isolated place so as to hear and watch the moderator in order to gain the experience that will enable him to head discussions in the future.

- If the above is not possible, some centers resort to recording the group discussion by video so the client can follow up all the discussion from a neighboring room.

2- Preparing the research requirements :

There are many requirements for holding a group discussion, that must be prepared before the time of the discussion, the most important of which are :

- The acquaintance application which is distributed among the members of the group discussion before hand, to fill it in, it includes all personal information about the participants. If there are any illiterate people, the assistants will fill out the application for them.

- The storyboards or brochures or other printed materials which are distributed among the participants during the discussion to pretest them. It is preferred that each participant has a copy in front of him.
- Video or cassette tapes in case of pre-testing Animatics of television ad's or radio ad's.
- Cassette recorder and empty cassette tapes and batteries for the purpose of recording the group discussion.
- A television and video sets in case of testing T.V advertisements.

3- Obtaining the required approvals and licenses :

Sometimes it is necessary to obtain approvals or licenses from certain agencies to perform the group discussion with some of its members or in some hospital or health units in rural or urban areas in one of the northern or southern governorates where obtaining the approval of the health directorate, and sometimes from the city council is, necessary.

research processes, in addition to being flexible and having the ability to build good relationships with the participants.

5- Giving the discussion its due time: The discussion lasts for a period ranging from 45 minutes to two hours and this period is considered enough to create good relationship between the researcher and the participants as well as obtaining their detailed views and attitudes concerning the subject of discussion the discussion period

- The objective of holding the discussion and the amount of information that must be obtained from the participants and depth required in discussing its details.
- The number of items being pre-tested in the group discussion.
- The characteristics of the individuals and whether they're talkative or not.

Skills and Responsibilities of the Moderator

The moderator is one of the most important factors of the success of focus group discussions, because he is the one who manages discussions and he is the responsible for getting all the required information from the participants. So, the success of a focus group discussion depends upon his success, especially because he depends upon a guide to F.G.D that allows free dialogue.

The successful moderator should encourage the participants to express their views, beliefs, feelings, attitudes fears and ambitions, and get the minute details of the proposed issues without being bias or being influenced by the conditions.

Basic skills of the moderator :

- 1- The ability to establish anti-mate relation between him and the participants by listening attentively to each of them and pretending to be profoundly interested in their views. The ability to avoid shouting and using specialized technical terms that could annoy participants. Wearing clothes similar to theirs and interacting with them in a friendly way.

- 2- Flexibility. It could be noticed through managing focus group discussion and using the guide to discussion in a way comfortable from the point of view of the participants.
- 3- The ability to notice the feelings of participants whenever they feel tired , bored, annoyed and frightened. The ability to ease the situation and change the subject of the discussion so as to allow resuming the discussion smoothly.
- 4- The ability to control the group members particularly the domineering ones who try to conduct the discussion or change its direction to certain direction that serve their purposes.
- 5- The ability to understand the subject of the discussion deeply to be able to discuss it in details.
- 6- The ability to encourage the group members of the discussion to participate in it, and not to allow any of them to make any diagression
- 7- Having a sense of humor that attracts the participants' attention continuously during the discussion.

*** Some of the instructions often given to the moderator**

- Be relax
- Be friendly as if you are hospitalizing some guests in your house.
- Smile
- Converse with the participants as you help them sitting.
- Try to answer all their personal questions to remove their worries.
- Avoid talking about the subject of the discussion until you are ready.

Responsibilities of the Notetaker

There should be a notetaker whom we call in Egypt "Assistant" or "Coordinator", while abroad , they call him "FGD Notetaker" which means the one responsible for taking notes.

We prefer the first naming, because the tasks of the notetaker include two main jobs, one of them is to take notes.

Jobs and Responsibilities of the Notetaker

1- The first job :

Assisting the moderator in the following :-

- Turning on recorders, taking care of recording and putting new tapes in the recorder for the continuation of the discussion.
- Distributing out storyboards, catalogues or any other means of assistance to the participants and gathering them in the timing specified for focus group discussion.
- Distributing acquaintance forms to the participants to fill them in and helping the illiterate filling them in.

- Playing the role of a mediator between the moderator and the client if the latter wants to add a specific question, or asks to have a clarification for specific point during the discussion.

2- The second job

Taking notes :

The notetaker should record the following :-

- Both individual views and the views agreed upon unanimously in the discussion.
- Non-verbal responses that could be important and express the person's feelings and attitudes such as facial expressions, voice tones, a smile in a certain situation or a disturbance in another situation.
- Words that are read incorrectly in case of testing a brochure.

Focus-group discussions advantages

The technique of focus-group discussion has some advantages the most important of which are :

- a) The shortness of time, in which the discussions are performed where we can prepare, perform and analyse the data of the discussions and to prepare the reports in a short time.
- b) The low expenditures represented in the wages that the researchers obtain or the gifts they receive in return for taking part in the discussions.
- c) Flexibility, where the researcher resorts to the "Questions Guide" but it gives the researcher the freedom to express his attitudes, opinions, and viewpoints with no restriction to the previously prepared questions.
- d) Encouraging the researchers who feel shy of expressing their views as the researchers who express their opinion help others to talk and to take part in the dialogue and discussions.

- e) The most suitable method for testing the Media and advertising materials such as the brochures and the ads of Radio and T.V before it was produced in the final form and also the envelopes of products, slogans and logos during a brochure or a certain advertisement, it is not usually important to know the number of fans as the importance here is to know the right information and whether there is any misunderstanding for the media or advertising material.

Disadvantages of focus group discussion

The technique of focus group discussion suffers from some disadvantages the most important of which are:

- A- It doesn't fit if there is a desire to collect quantitative data as it aims at collecting qualitative data. So it is considered one of the qualitative- quantitative methods.
- B- The difficulty of generalizing it to the whole society because the sample that has been discussed is very small.
- C- The difficulty to know whether the ideas expressed by the participant in focus group discussion are the same as those expressed by him in an interview as the participant listens to many views in focus group discussion which might lead him to adopt one of these views and disregard his personal view.
- D- One of the participants might control the discussion, monopolize talk and impose his opinion on other participants specially if the moderator has a weak personality.
- E- The scarcity of cadres able to manage discussions and hold sessions. This requires skill, knowledge, training and practice.

Moderating

focus group discussion

1- Inaugurating session

- The moderator should inaugurate focus group discussion, taking into consideration the following notes:
 - 1- Welcoming the participants.
 - 2- Thanking them for attending
 - 3- Presenting himself and the authority he represents to the participants.
 - 4- Indicating the purpose of holding this focus group discussion session adding that he would like to know their views in a certain topic (the subject of the discussion).
 - 5- Explaining the purpose of recording the session on cassette tapes or video tapes. The purpose of the recording

here is to give the moderator and the notetaker an opportunity to listen to the views again.

It is worth mentioning that the group members will feel more comfortable towards the recording before beginning it.

- 6- Emphasizing that what will be said in the session will be dealt with secretly and it will be used only for the purposes of the research and only by the research teamwork.

2- Explaining the general rules of the session :

The Moderator has to explain the general rules of the session of discussion as most of the participants have not attended focus group discussions before. So, they do not know what to do and they are not acquainted with the general atmosphere of debate in the focus group discussions. Consequently, the moderator must encourage them to bear the following points in mind during the discussion :-

- 1- Just one person is allowed to speak in order to avoid confusion. This person has to speak up so as to be heard clearly when listening to the recording tape.
- 2- Every person should express his ideas and feelings frankly and honestly because even negative comment and ideas would be useful to the research teamwork. Hence , there are no correct answers and wrong answers.
- 3- Expression of views by any one would not affect the feeling of the moderator towards the participant whatever the view is.
- 4- Every person must be certain that the discussion would be fully confidential.
- 5- The session would take around one hour , one hour and a half, or two hours according to the time expected for the discussion so participants can wait without worry or boredom.

3- **The Introduction :**

After explaining the general rules of the discussion, the moderator has to ask every participant to mention his name and the basic required information, if he wants to or according to the research subject such as (age, children ages .. etc)

The moderator should be careful and not ask questions that disclose the social level differences among participants in FGD or cause them to feel uncomfortable.

*** The introduction mentioned by the moderator has several objectives as follows :**

- 1- It breaks the ice between participants and the moderator on one hand and among the participants themselves on the other hand. It also encourages every one of them to speak frankly.
- 2- It makes the group members feel comfortable towards the discussion or towards others.
- 3- It reveals significant information, about the participants, which are related to the subject of discussion.

It gives the moderator a chance to be certain that every person is speaking up in a suitable voice for the recording sets.

4- FGD, moderation techniques :

A smart moderator doesn't only collect the information required for the discussions from the participants, but also takes the feelings of participants into consideration.

There are some simple techniques that should be used by the moderator, on top of which are :

- 1- To present the subject, concept , production or the ad in a neutral way without expressing his own opinion or feelings whatever the reasons may be behind the discussions' subject.
- 2- To show his power to the participants in assuming his role as a moderator, and to show his ability of moderation.
- 3- Not to make his power in the discussions' subject clear so as not to cause fear to the participants due to his remarkable experience in this subject.
- 4- To encourage the participants to explicitly declare their ideas and feelings by posing probing questions, waiting for and concentrating on the participant in order to answer and probe, and the moderator should repeat and reword his questions so as to motivate the participant to talk.
- 5- On the contrary, the moderator shouldn't encourage the participant to probe in their talk by using nods or frown or using words referring to the moderator's judgement on what the participant says such as : right, bravo, good, no, impossible.

- 6- The moderator should be aware of using the expressions of his body like (nods, frown or gloominess, and eye contact), he should also pay attention to their bodily expressions and gestures such as : warning, confusion, anger and approval.
- 7- The moderator should listen to them carefully and attentively.
- 8- The moderator should end the discussion without the discussion effective flow being blocked.

The moderator should thank the participants for their participation.

5- Using the Discussion Guide :

After the introduction, the moderator begins with covering the points included in the discussion guide in details. We should note that when the moderator covers every point, he shouldn't begin with asking only one particular individual, instead, he should use a circle-shaped discussion system; ie, with every question, he asks a different individual in the beginning then complete the circle. It would be better to start from the person to the moderator's right and go on asking the person on his left. In the second question, he starts from the second one to his right and ends with first one sitting to his right. Such a way helps to reduce the partiality to the minimum extent so as not to have one single person affecting the others' answers.

* The moderator should allow free discussion among the group provided that only one speaks at a time so as to allow the others to listen to him.

* The moderator should note that it is not necessary to literally commit to the discussion guide, and it is used as a means of checklist review to be sure that all the items that should be discussed, have been already discussed.

* The moderator has the right to rearrange discussing the items of the discussion guide according to the attitudes of the discussion and the interests of the participants.

* The moderator should not allow any one of the participants to seem stronger than him; he should not let any

one else dominate the discussion. He should act as a herdsman and the attendants are the herd. He should give an equal, balanced opportunity to each one to talk.

* The moderator should write down, in details the important items to cover the theme in all its aspects and he should not let the participants feel worried, uneasy or bored with the discussion so as to get an honest and objective response.

* When the moderator shows certain pictures, products or samples to the participants, he should make sure that all are of the same type in order to reduce the bias in responses.

6- Probing questions :

* Probing question is a question that encourages the participant to clear his answer by giving more details about his ideas and feeling.

* Probing questions often turn the Focus-Group discussions from a mere discussion into a deeper level of discussion.

* There are some steps to be taken into consideration when using probing questions :

- 1- Don't use "yes" or "no" question as we want to encourage them to speak frankly and deeply.
- 2- It is not preferable to ask probing questions that begin with "Why" as such questions make the participant feel as if he is defending himself.

3- So ,instead of such a question, you can formulate the question by using another interrogative that serves the same purpose.

*** Examples :**

The participant :- It is very good.

The moderation :- what is good about it ?

The participant :- I like it.

The Moderator :- what do you like about it ?

The participant :- I like this kind.

The moderator :- What do you like about this kind ?

The participant : I think it would be useful.

The moderator :- from your own point of view, how will it be useful ?

4- The preferable question marks to be used in probing questions are : what ? how ?

* Examples of probing questions which are common in focus group discussions :

- How do you like ... ?
- How do you feel about ... ?
- What is the best thing you like about .. ?
- Would you tell us more about this theme ?
- What do you mean by ... ?
- I'm not sure that I could understand what you mean by.. ?
- What does the ad message want to tell you ?
- What did you think when you listened to this ad?

Overcoming the difficulties of discussion :

There are many difficulties that may face the moderator while running the discussion, such as :

I- If all the participants start talking and at the same time drifting away from the subject and out of the moderators control, the moderator should do the following:

- 1- Instruct the participants to pay attention.
- 2- Remind them of the first rule of running the discussion, which is only one speaks at a time.
- 3- Repeat the question again and ask the participants to answer this question only, then ask someone else, and so on.

II- If the group starts to get bored, uninterested, and unwilling to respond, then the moderator should ask himself the next questions :

- Did the participants recognize that the subject of the discussion is away from their concerns.
- Does the discussion run too fast or too slow.
- Did the moderator emphasize that their comments are very important?
- The moderator should take the next steps:
 - Take a break, and talk to every participant privately about the importance of his participation in the conversation.

- Ask the participants, one by one, short questions that require short answers.
 - Leave his place and start moving among the participants during the discussion.
- III- If the participants give the moderator wrong answers or ask him questions to answer.

Naturally, the moderator should be neutral, helping the participants to find answers to their questions and correcting their mistakes , but he shouldn't do that during the focus group discussion.

So the moderator should repeat the question asked by one of the participants and ask the rest of them to answer it till the whole point is clarified or the mistake is corrected.

The moderator should know that if he started answering the questions by himself during the (FGD), the participants will stop giving their opinions and the focus group discussion will be turned into education class.

It is worth mentioning that if some of the participants insisted that the moderator answer their questions then the moderator should assure the whole group that there will be enough time to discuss all such issues. Moreover, there is an important rule that has to be taken into consideration in this connection, that the moderator should talk no more than 10% of the discussion time and listen to the participants for 90%.

Manuscripting the focus group Discussion

This is the most difficult problem. Some of the procedures of this phase differ from a research center to another, and from one study to the other according to the time and objective of the research.

It is worth mentioning that the moderator should write down the impressions and general ideas important to remember about the conversation that took place during the discussion immediately on its conclusion. Then those impressions shall be added to the notes recorded by the notetaker in addition to manuscripting the contents of the cassette tape.

Every word heard on the tape shall be manuscripted so that the written copy should be a replica of the tape. No word, situation, comment, or example given by the participants, on the tape should be neglected, because it may be very significant and the researcher who is manuscripting the contents of tape may not realize the significance, this person can be the notetaker or the researcher who comes from a remote area to attend the discussion.

The researcher has to write every word heard on the tape whether it is, English, or even a sound of an animal.

It should be noted that each part of the discussion guide should be written in a separate paper. The rule doesn't allow more than one point to be written in one paper yet the single point can be written in more than one page.

While manuscripting the contents of the focus group discussion tape, the questions of the moderator whether general, individual or the probing questions have to be written with a red or green colour. As for the answer of the participants, should be written with a black or blue colour so that it would be easy to differentiate between the questions and answers which would in turn make it easier to read the written copy and use it in writing the final report.

Some schools do not manuscript all the dialogue on the tape, they prefer only to listen to the tape once or twice and take some notes including the important and interesting sentences expressing different views.

But we prefer the complete manuscription of the tape because if there are many focus-group discussions, it would be difficult to depend upon one person to listen and take notes as he might ignore some remarks that would be very important and useful for the chief researcher who will write the report. Moreover, the complete analysis gives an honest image of all that has been said in the discussions and minimize the bias in taking notes.

Writing The Report Of The Research

▫ **Writing the report of the research depends upon three main sources :**

- 1- Full manuscript of the contents of the cassette tapes.
- 2- Notes taken by the notetaker during the discussion including his observation concerning the reactions and the body talk (the gestures) of the participants.
- 3- Impressions and notes the moderator recorded by himself after the discussion.

▫ **Report of the research should include the following :**

1. Cover page

It includes the title of the subject name of researcher, date of the research and the party to which it will be submitted.

2- The page of the contents (Index)

3- Methodology chapter

This chapter comprehends the research objectives and methodology. It also includes an explanation for the following items :

a. Objectives

b. Research population

c. Research Methodology, collecting data tools

- d. Research sample (the size, the distribution and characteristics)
- e. Research Procedures
- f. Research difficulties (if any)
- g. Research time
- h. Research staff

4- Results of the study :

The results shall be divided into chapters. Each chapter will tackle specific subject or a part. For example, if the subject of the research includes pre-testing of three TV ads, then, each ad will be tackled in a separate chapter.

Each chapter will include a number of main points :

- How far the message was understood.
- The objections of participants against the message.
- The general tendency towards the ad.
- The behavioral intentions after watching the ad.
- The recommendations of participants concerning the ad's modification.

5- The conclusion :

It includes an executive summary in one page for the results of the research.

6- Recommendations :

This part includes the recommendation of the research agency as for the theme of the research . for example, its recommendations concerning the modification of the ad or the cancellation of the idea of one of the ads for being unacceptable by the participants.

7- The Annexes of the research that include :

- Guide to focus Group Discussion.
- Storyboards.

*** The following points should be taken into consideration while writing the results of the research:**

- 1- The results of the research should be arranged and organized logically in the report. This arrangement is usually the same arrangement of the points in the discussion guide. For it is unreasonable to speak about behavioral intentions befor speaking about how far the ad was understood by the participants.
- 2- The duty of the researcher is to provide an honest image for what was said in the focus discussion. He should write down all the Point of views raised, either he agrees or disagrees with.

Also he should put his personal point of view aside of the subject, Moreover he should not be affected by the views of the researchers.

- 3- The report should include answers for all the questions included in the discussion guide without ignoring any.
- 4- The researcher should state some of the comments of the participants exactly as said by them. Such comments may be put between inverted commas, for example "I don't like the melody". "I'd be very eager to watch one of the ads"
"No, I do not like this ad, it is very sad and gloomy one".
- 5- The results should comprehend the main ideas expressed by the majority as well as the minority of the participants. The results should also include how far the participants were enthusiastic or prejudiced to their views.
- 6- The report should declare the extent of differentiation in the results according to characteristics of participants... In other words How the men's views been greatly different from women's views and how far they were different and in what points ?
- 7- The fact that the main objective of the focus discussion is to get explanations and qualitative information not quantitative information should be clear.

VOLUME 2

***Samples of Qualitative Research Proposals,
Storyboards, And FGD Guides***

(For Testing TV And Radio Spots, Brochures, Flyers, Logos, And Slogans)

**Mohamed El-Gammal
Research Consultant
June 2001**

مشروع دراسة
الاختبار القبلي لإعلانات
المراكز التخصصية لخدمات تنظيم الأسرة

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة فى الاختبار القبلى لإعلانين منتجين
لحساب المراكز التخصصية لخدمات تنظيم الأسرة بواسطة وكالة انترماركتس
للإعلان وذلك من خلال تغطية النقاط التالية :

- ١ - التعرف على مدى فهم الجمهور المستهدف للرسالة المتضمنة فى الإعلان
وفكرة وعبارات وكلمة الرسالة نفسها .
- ٢ - التعرف على اعتراضات الجمهور المستهدف على الإعلان سواء الرسالة
الإعلانية أو الصور .
- ٣ - التعرف على مدى قدرة الإعلان على توصيل خدمات المراكز التخصصية
للجمهور المستهدف وإعطاء انطباع طيب عنها .
- ٤ - التعرف على النوايا السلوكية للجمهور المستهدف تجاه المراكز بعد
مشاهدتها للإعلان .
- ٥ - التعرف على اتجاهات الجمهور المستهدف نحو الإعلانات وأوجه الإعجاب
وعدم الإعجاب بها .
- ٦ - التعرف على اتجاهات الجمهور المستهدف نحو الشخصية المحورية فى
الإعلان .
- ٧ - التعرف على توصيات الجمهور المستهدف لتعديل الإعلان .

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع هذه الدراسة فى فئتين أساسيتين هما :

- ١ - السيدات المتزوجات اللاتى تتراوح أعمارهن بين ١٨ ، ٥٠ سنة . الذين يعيشون فى المناطق الحضرية والريفية من المستويات الاجتماعية الاقتصادية C و B فى الدلتا والوجه القبلى سواء المترددات أو غير المترددات على المراكز التخصصية لخدمات تنظيم الأسرة .
- ٢ - الأطباء ومقدمى الخدمة العاملون فى المراكز التخصصية لخدمات تنظيم الأسرة.

أداة جمع البيانات :

- من المنتظر أن يتم الاعتماد فى هذه الدراسة على المنهج الكيفى Qualitative فى جمع البيانات وذلك باستخدام تكتيكين مختلفين وذلك على النحو التالى :
- ١ - تكتيك المناقشة الجماعية Focus Group discussion مع السيدات .
 - ٢ - تكتيك المقابلة المتعمقة Indepth Interview مع الأطباء ومقدمى الخدمة .

عينة الدراسة :

من المنتظر عقد ٦ مناقشات جماعية تتوزع على فئات الجمهور المستهدف وجغرافيا على النحو التالى :

- | | | |
|----------------------|----------------------------|------------------|
| ١ - المناقشة الأولى | سيدات مترددات تحت الثلاثين | بنها |
| ٢ - المناقشة الثانية | سيدات مترددات فوق الثلاثين | بنها |
| ٣ - المناقشة الثالثة | سيدات غير مترددات | بنها |
| ٤ - المناقشة الرابعة | سيدات مترددات تحت الثلاثين | الفيوم/ بنى سويف |
| ٥ - المناقشة الخامسة | سيدات مترددات فوق الثلاثين | الفيوم/ بنى سويف |
| ٦ - المناقشة السادسة | سيدات غير مترددات | الفيوم/ بنى سويف |

ومن المنتظر عقد ٤ مقابلات متعمقة مع الأطباء ومقدمى الخدمة تتوزع على مركزى بنها والفيوم بالتساوى .

الإطار الزمني للدراسة :

من المنتظر أن يتم إجراء هذه الدراسة وتسليم التقرير النهائي باللغة العربية خلال فترة أسبوعين من استلام شريط الفيديو الخاص بالإعلانات وال Storyboard بالاضافة الى أسبوع إضافى لترجمة التقرير الى اللغة الإنجليزية.

MARKET TEST PROPOSAL FOR CAIP INTRODUCTORY SONG

Research Objectives

The objective of this research is to pre-test one General Air Issue animatic (Introductory Song) in terms of:

1. Understanding the message.
2. Content clarity.
3. Acceptability of content.
4. Attitudes towards the spot.
5. Attitudes towards the song and music.
6. Expected behavior after viewing the spot.
7. Suggestions to improve spot.

Research Population

The research population is the general public: males and females from all socio-economic classes, from all age categories (16 years and over), in Greater Cairo.

Research Methodology

A qualitative method will be followed through FGDs with the research population.

Sample Size

The number of respondents in each session will be 10 respondents. Four sessions will be held as follows:

1. Young men (students and graduates up to the age of 35)
2. Young women (students and graduates up to the age of 35)
3. Men (36 to 60 years old)
4. Women (36 to 60 years old)

Time Schedule

The time frame of this research is 12 working days. Both an Arabic and English report will be submitted.

Pretest Proposal for PSP Radio Spots On POP & Injections

Objectives

The objectives of this research are to pretest 4 radio spots for:

1. Understanding the message and wording.
2. Any "red flags" and cultural sensitivity.
3. Recalling the main points of the spot.
4. Using intentions after listening to the spots.
5. Attitudes towards the spots (positive & negative).

Research Population

The population in this research is the category of urban and rural MWRA.

Research Methodology

A qualitative method will be followed through focus group discussions.

Research Sample

Six focus group discussions will be held according to the following table:

1. MWRA (urban)	Fayoum	10 respondents
2. MWRA (rural)	Fayoum	10 respondents
3. Husbands of MWRA (rural)	Fayoum	10 respondents
4. MWRA (rural)	Ismailia	10 respondents
5. MWRA (urban)	Ismailia	10 respondents
6. MWRA (urban)	Ismailia	10 respondents

Time Schedule

Please note that the schedule below is effective upon receiving two copies of the radio spots.

Training of researchers	1 day
Co-ordination in Ismailia	1 day
Fieldwork in Ismailia	1 day
Co-ordination in Fayoum	1 day
Fieldwork in Fayoum	1 day
Day off	1 day
Transcribing	2 days
Arabic report submitted	4 days
English report submitted	5 days

Total duration: 17 days

Research Cost

Proposal for Pre-testing IEC Materials on Breast Feeding

Pretesting Objectives:

The objective of this research is to pretest the flip chart and brochure on Breast Feeding in regard to:

- 1- Comprehension and clarity of the content.
- 2- Acceptability of the content.
- 3- Acceptability of the pictures.
- 4- Attitudes towards the content.
- 5- Preferred format of materials.
- 6- Suggestions of respondents to improve the materials.

Pretest Population:

There are five categories of research population:

- 1- Physicians
- 2- Nurses
- 3- Community agents
- 4- Social workers
- 5- Clients (MWRA)

Methodology:

Qualitative methods will be followed using indepth interview techniques (IDI) with each category of research population.

Four counseling sessions will be held and evaluated form the point of view of health providers and clients (MWRA).

Sample:

The total sample size is 40 respondents. 20 respondents will be interviewed in Fayoum (urban and rural areas) and 20 respondents will be interviewed in Beni Suef (urban and rural areas).

Four counseling sessions will be held, one in Fayoum and the other in Beni Suef.

Time Frame:

Pretest schedule will be as follows:

- | | |
|-----------------------------------|--------------|
| - Arabic pre-test guide submitted | June 5 |
| - Field work in Fayoum | June 10 – 12 |
| - Field work in Beni Suef | June 13 - 15 |
| - Transcribing | June 17 - 19 |
| - Arabic report submitted | June 27 |
| - English report submitted | July 4 |

Costs:

The cost of the research will be The breakdown of this cost is as follows:

A. Labour Cost:

- 1- Preparing of methodology, guide design, supervision and training (15 hours
- 2- Conducting IDI
- 3- Conducting four counseling sessions.
- 4- Transcribing.
- 5- Report writing (15 hours
- 6- Translation.

B. Other Cost:

- 1- IDI expenses (supplies, tapes, etc...)
- 2- Transportation to Fayoum and Beni Suef and internal transportation
- 3- Accommodation
- 4- Report production

Research Proposal on Infection Control Poster and Sign

Research Objectives

The objective of this research is to pretest, one sign and one poster in regard to :

- 1- Understanding the content .
- 2- Acceptance of the content .
- 3- Attitudes towards the content .
- 4- Acting intentions after reading the content .

Research Population :

- 1- General practitioner
- 2- Ob/Gy .

Research Methodology

Qualitative method will be followed using indepth interview (IDI) technique .

Research Sample

Total smple size is 40 respondants . 20 persons will be interviewed in Aswan and 20 respondants will be interviewed in Fayoum as follows :

Aswan :

- 4 Public sector physicians from Aswan .
- 1 Private sector physician from Aswan .
- 3 Nurses from Aswan (public sector)
- 4 Public sector physicians from Balana
- 1 Private sector physician from Balana
- 1 Nurse from Balana
- 4 Public sector physicians from Deraw
- 1 Private sector physician from Deraw
- 1 Nurse from Deraw

Fayoum :

Same method will be followed in fayoum . The pretest will be conducted in three towns : Fayoum, Abshewai and Etsa .

Time Frame :

Pretest Schedule will be as follows :

- | | |
|----------------------------------|---------------|
| - Arabic Pretest guide submitted | April 5 |
| - Field work in Aswan | April 8 -10 |
| - Field work in Fayoum | April 11 - 13 |
| - Transcribing | April 14 - 16 |
| - Arabic report submitted | April 22 |
| - English report submitted | April 30 |

Research Cost

The total cost of the research will be . The breakdown of this cost is as follows :

A- Labor cost

- 1- Preparing of methodology , guide design , supervision and training

M. Elgammal 12 houres

- 2- Conducting II
- 3- Report writing M. Elgammal
- 4- Translation

B- Other Cost

II expenses (Tapes , battaries .. etc.)

Gefts

Transporation to Aswan . Balana , Deraw

Fayoum, Abshewai and Etsa

Accomodation

Report production

MARKET TEST PROPOSAL FOR CAIP CNG TESTIMONIALS

Research Objectives

The objective of this research is to pre-test two CNG testimonials in terms of:

1. Understanding the message.
2. Content clarity.
3. Acceptability of content.
4. Attitudes towards the spots.
5. Expected behavior after viewing the spots.
6. Suggestions to improve spots.

Research Population

The research population is:

1. Taxi Drivers.
2. Microbus Drivers.

Research Methodology

A qualitative method will be followed through focus group discussions (FGDs) with taxi drivers and microbus drivers.

Sample Size

Four sessions will be held with taxi drivers and microbus drivers. The number of respondents in each session will be 10 respondents.

Time Schedule

The time frame of this research is 12 working days. Both an Arabic and English report will be submitted.

Attn. Mrs. Nathalie Augustin

Research Proposal

On

Testing Green COM. TV Spot Animatics

**Presented to
Green COM**

Presented By

Mohamed Reda Elgammal

June 2000

Objectives and Methodology

Objectives :

The objectives of this research is to pretest 3 TV spot animatics for ;

- 1 - Understanding the message and idea.
- 2 - Viewer intentions after watching the ads.
- 3 - Attitudes towards the ads (positive & negative).
- 4 - Attitudes towards the main character of the ad.
- 5 - Testing for any "red flags" and cultural sensitivity.

Research Population :

- * Married men and women.
- * from 20 years old to 60.
- * All socio - economic classes.
- * From Greater Cairo, Delta, and upper Egypt.

Research Methodology :

A qualitative method will be followed through focus group discussions(FGD) with men and women .

Respondents will be shown the animatics twice in a row. then questioned for comprehension and message clarity. The storyboard will then be distributed to get feedback on any words that are not understood or clear ,and to cover the rest of objectives.

Sample Distribution

Six sessions will be held as follows :

Married women	Cairo
Married men	Cairo
Married women	Fayoum
Married men	Fayoum
Married women	Banha
Married men	Banha

The number of respondents in each session will be 10 persons. All three animatics will be tested in each session .

Time Schedule

Please note that the schedule below is effective upon receiving 7 colored story boards and one VHS tape .

Training of researchers.	2 days
Coordination for field work.	3 days
Field work.	3 days
Day off.	1 day
Transcribing.	3 days
Arabic report submitted.	4 days
English report submitted.	5 days

Total duration : 21 days .

دراسة

مدينة

بطاقة تعارف

الاسم :

٢ - أنثى

١ - ذكر

الجنس :

المؤهل التعليمي :

الوظيفة :

مقر العمل :

السن :

الحالة الاجتماعية :

عدد الأطفال :

العنوان :

الحي :

القرية :

المدينة :

المحافظة :

رقم التليفون :

التاريخ :

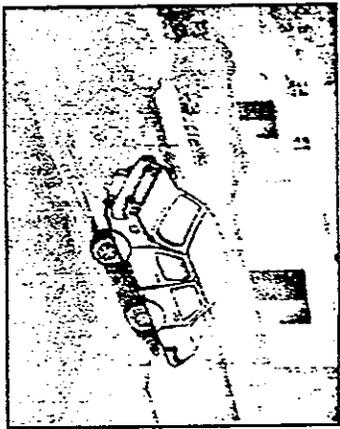
السننة :



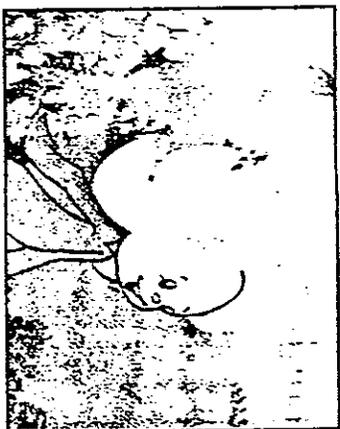
12



11



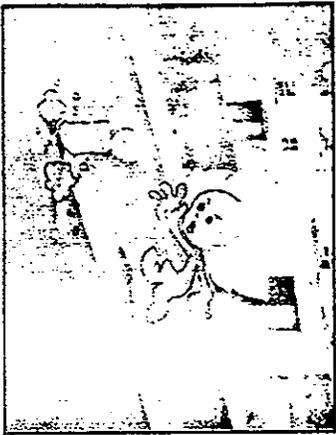
10



9

Vide

يخطف



17



10



13



11

Vide

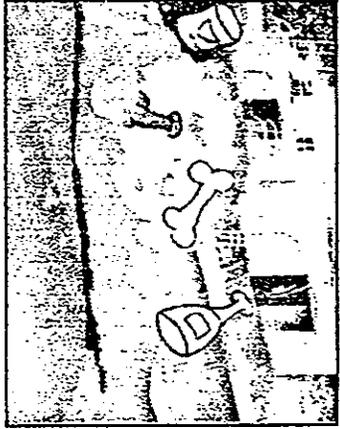
موتر صوت

الانتفاة حارة

McMarmarkets Advertising Storyboard A, page 3



.1



.1A



.1B

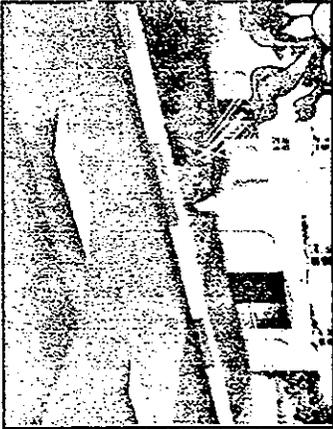


.1C

Video



.2



.2A



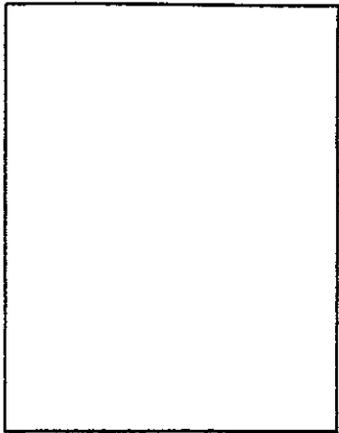
.2B



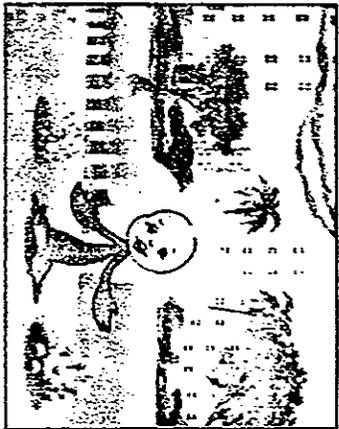
.2C

Video

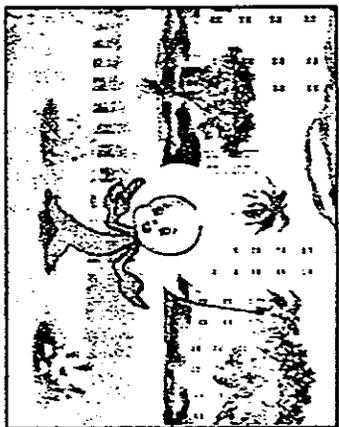
Intermarkets Advertising Storyboard A, page 4



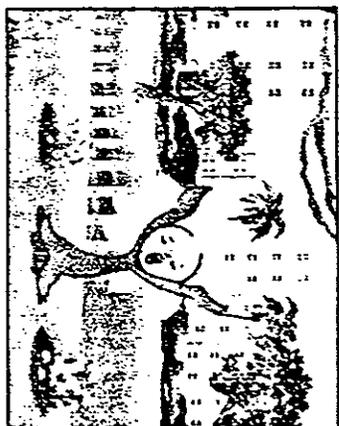
٢٨.



٢٧.



٢٦.

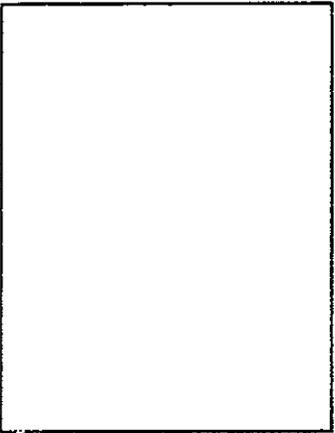


٢٥.

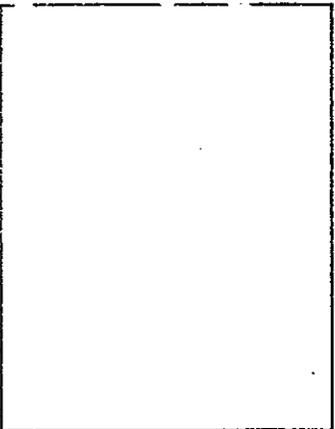
Vid

ياريت نراعيا في كل مكان

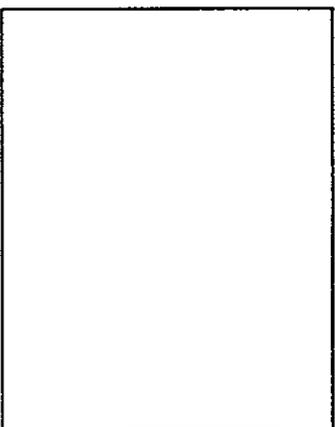
يا ناس النخافة من الايمان



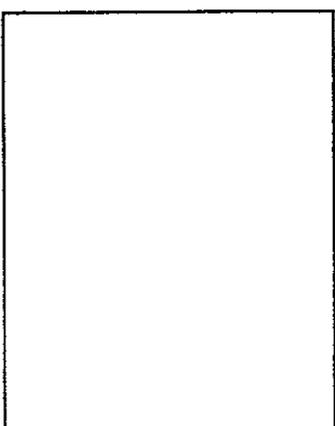
٣٢.



٣١.

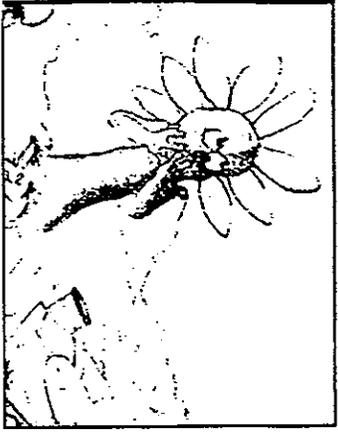


٣٠.



٢٩.

Vid



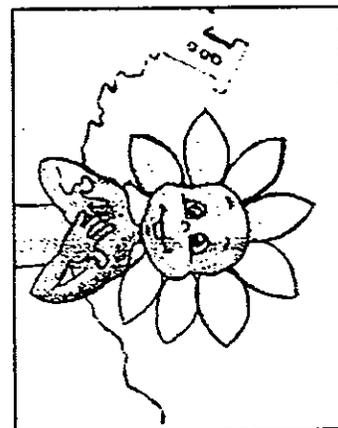
4



3



2



1

Vide

بقیت عایشہ فی ظروف صوبہ ...

زی ماتم شیخین

انا خضرة... فاکرینی



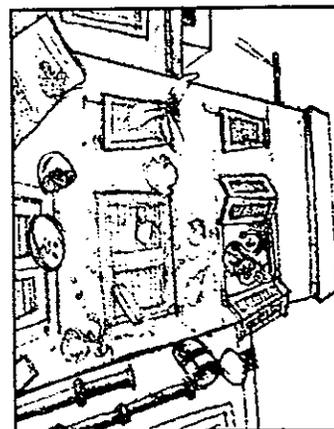
8



7



6

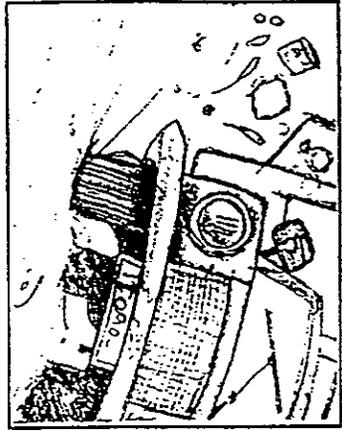


5

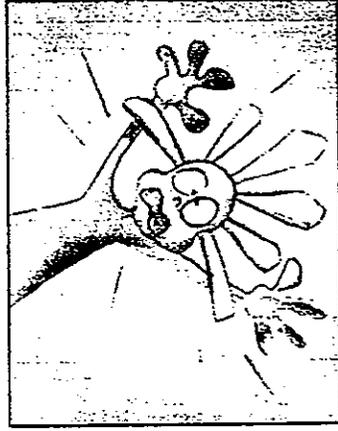
Vide

صوبہ قوی

یخخخخخخخ



١٢



١١



١٠



٩

Video

يا ناس ٩٩

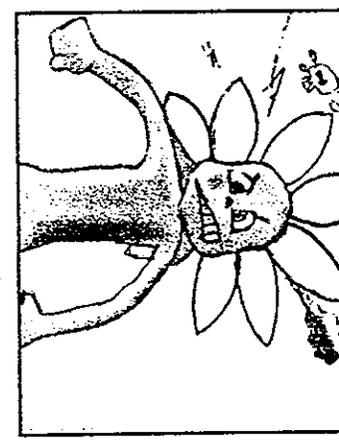
ليه كده يس



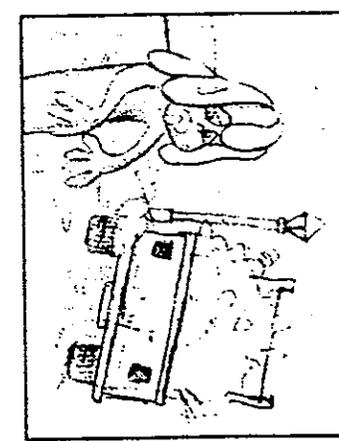
١٦



١٥



١٤



١٣

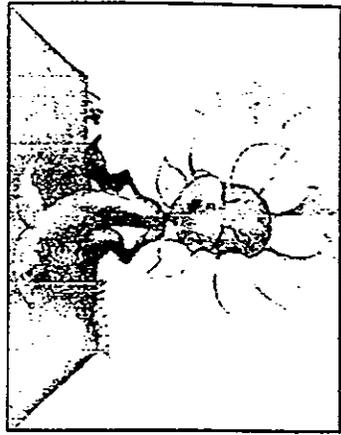
Video

يا ناس دي النظافه من الايمان
ياريت تراعيها في كل مكان.

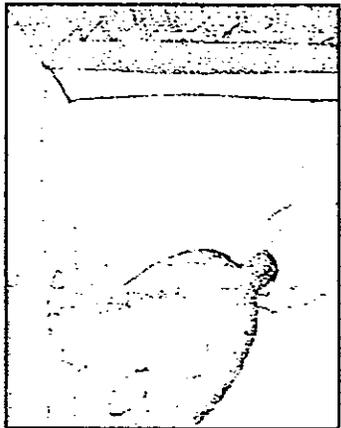
ومش لازم نسكت اكثر من كده

انا فاض بي الكيل خلاص

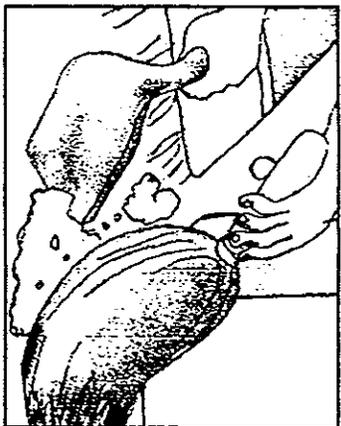
يخففخففخفف



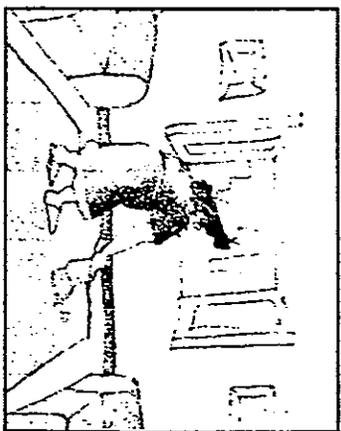
.4



.3



.2



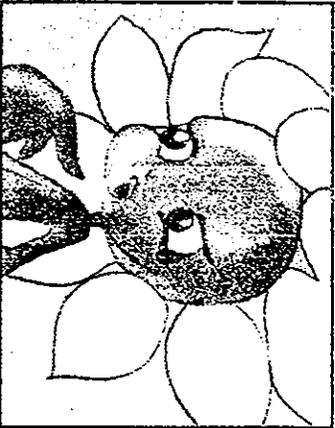
.1

Video

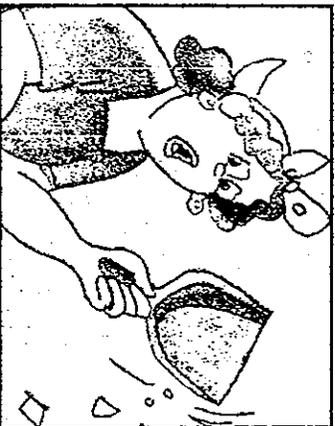
يخضع... كده برضه ؟



.8



.7



.6



.5

Video

أقولك حاجة

أنا خضرة و عايزة

انتى مين انتى ؟

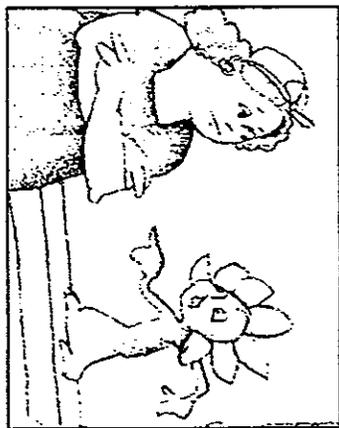
كده برضه ؟



١٢.



١١.



١٠.



٩.

Video

حتشوفى العجب!



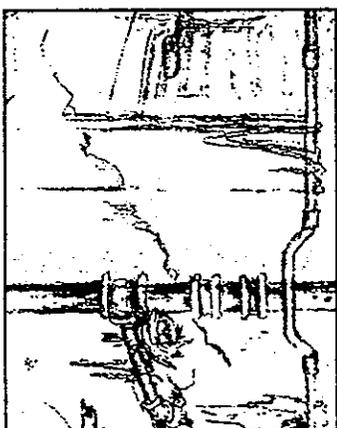
١٣.

ايه فى ايه؟



١٥.

بسى كده من الشباك على منور عمارتك ...



١٤.

النطاقه مش بس جوه البيت



١٣.

Video

واحد رامى كرسي

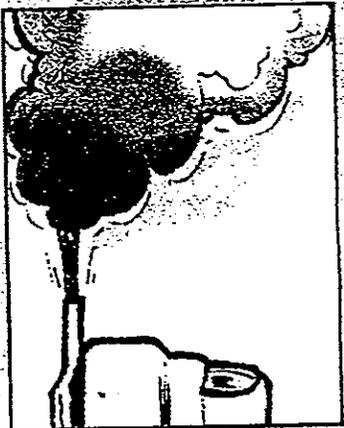
بانزومه ده كلام



امراض في الجهاز الهضمي



والدخان التي يطلق من حرق القمامة والتلوث ده يسبب امراض كثيرة وخطيرة زي



وعادم العوينة



مصادر التلوث كثير زي دخان المصانع



٨



٧



٩



٥

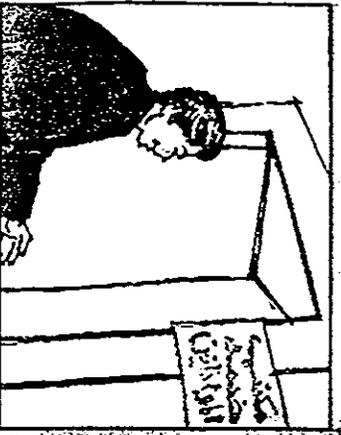
وخلل في الجهاز التنفسي

وضغط الدم

ومشاكل في القلب والشرايين

وجهاز المناعة

VID



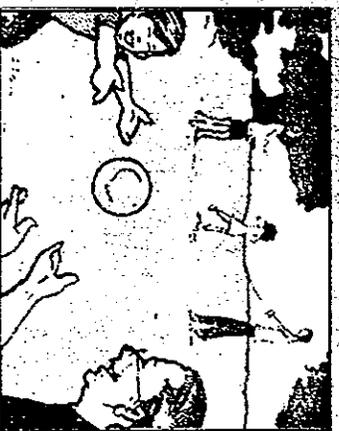
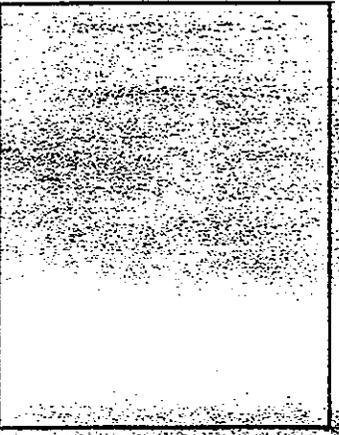
Vide

يا ناس دي المسحة غالية علينا والحل هي ايدينا

وغيره..

وغيره..

والتجارات هي العين



Vid

عاشقان الهوا هوزنا

عايز تعرف ازاى تقدر تساعد اتصل بمكتب
خدمة المواطنين لوزارة الدولة لشئون البيئة
ت

دليل مناقشة

المناقشات الجماعية الخاصة بـ

اعلانات البيئة (خضرة)

احنا بنعمل بحث هدفه الأساسى أن احنا ناخذ رأيكم فى بعض اعلانات التليفزيون قبل ما نصورها فى شكلها النهائى . طبعاً نسخة الاعلان اللى حتشوفوه دلوقت عبارة عن مجموعة صور متجمعة مش هو الشكل النهائى للاعلان احنا عاملينها بس علشان ناخذ رأيكم فيها ولو فيها تعديلات من وجهة نظركم نقدر نعملها ونفذها على النسخة النهائية للاعلان وبكده مانخسرش تكلفة انتاج الاعلان . طبعاً أرائكم لينا مهمة جداً وعازاكو تقولولى على كل حاجة عندكم مهما كانت بسيطة لأن أى ملاحظة منكم حتفيدنا فى أن احنا نحط الاعلانات دى فى شكلها النهائى بحيث يرضى الكل عنها لما تتعرض فى التليفزيون .

سؤال تمهيدى :- لما أقول زهرة عباد الشمس . أيه اللى يبجوا على بالكو بصفة عامة ؟ وايه كمان وايه تانى ؟ ليه قلتوا كده ؟

اختبار الاعلان الأول :-

(اعرضى شريط الفيديو على المبحوثين . أطلبى من المبحوثين التركيز فى مشاهدة الاعلان بعد عرضه أول مرة . اعرضيه عليهم مرة أخرى بعد ما تقوليلهم يركزوا قوى فى الاعلان علشان انك حتسألهم عليه بعض اسئلة بعد العرض)

١- بعد ما شفتم الاعلان ده ياريت كل واحد (واحدة) منكم تقوللى فهم

(فهمت) ايه من الاعلان ده ؟ أو الاعلان ده عاوز يقول ايه ؟ (أسالى) وايه

تانى .. وايه كمان .. زى ايه ؟ .. الخ

- ٢- وايه اللي خلاك (خلاكى) قلت (قلتى) كده ؟
(قدامنا فيه لوحه مرسوم عليها الصور اللي حتيجى فى الاعلان والكلام اللي
حيتقال فيه . ياريت نقراها سوا مع بعض)
- ٣- هل فيه أى عبارة أو جملة أو كلمة فى الاعلان ممكن انها تتفهم غلط أو ما
تتفهمش يعنى صعبه ؟
- زي ايه ؟
- ليه قلت (قلتى) كده ؟
- طيب احسن نقولها ازاي ؟
- ٤- هل فيه أى حاجة حضرتك معترض (معترضة) عليها فى الاعلان ده .
فكرة معينه ، جملة ، عبارة ، كلمة ، صورة . أى حاجة يعنى ؟
- ايه هى ؟
- ايه اللي مش عاجبك فيها ؟
- فى رأيك كده نغيرها بايه أو نعمل ايه علشان تبقى أحسن من وجهة
نظرك ؟
- ٥- ياتري السلوكيات المطلوب نعملها واضحة فى الاعلان ده ؟ يعنى هل هى
محددة ويمكن للمواطن البسيط اللي يشوف الاعلان انه يعرف مطلوب منه يعمل
ايه ؟
- ليه قلت مش محددة ؟
- طيب مفروض يتقال ايه علشان تبقى محددة .
- ٦- ممكن نقول كده بشكل عام ايه هى الحاجات اللي انت طلعت منها من الاعلان
ده . يعنى ايه هى السلوكيات اللي مفروض ما تعملهاش ؟

- وایه هی السلوكيات اللی مفروض تعملها فی المقابل ؟
- ٧- یاتری ممکن نقول كده حضرتك حبیت الاعلان ده ولا لا ؟
- ٨- (فی حاله انك حبیته)
- ایه اللی حبیته فی الاعلان ده ؟ وایه تانی ؟
- طیب ایه اللی ما عجبكش فی الاعلان ده ؟
- ونغیره ازای من وجهة نظرك .
- ٩- (فی حاله انك ماحبیتش الاعلان)
- ایه اللی خلاك ما حبیتش الاعلان ده ؟ وایه اللی ما عجبكش فیه ؟
- وایه كمان ؟
- طیب هل فیه ای حاجة عجبك فی الاعلان ؟ ایه هی ؟
- ١٠- یاتری بصفة عامه كده هل الاعلان ده من وجهة نظرك كده كویس ولا فیه حاجة ناقصاه ؟
- ایه اللی ناقصه من وجهة نظرك ؟
- ١١- ایه بصفة عامه توصیاتك لینا واحنا بنعدل الاعلان ده علشان یبقى مفهوم وواضح والناس تحبه ویبقى فی أحسن صورته عند العرض فی التلیفزیون ؟
- ملحوظة :-**
- یتم تکرار هذه الأسئلة (١١ سؤال) مع كل من الاعلان الثانی والاعلان الثالث .

أسئلة عامة :

- ١- ایه رأیک فی الشخصية المحورية فی الاعلان اللی هی خضرة زهرة عباد الشمس ؟ هل هی مناسبة للاعلان ولا لا ؟
- لیه قلت مناسبة ؟

دليل مناقشة

المناقشات الجماعية الخاصة بـ

حقن تنظيم الأسرة

احنا بنعمل بحث هدفه الأساسى أن احنا ناخذ رأيكم فى بعض اعلانات التليفزيون قبل ما نصورها فى شكلها النهائى . طبعاً نسخة الاعلان اللي حتشوفوه دلوقت عبارة عن مجموعة صور متجمعة مش هو الشكل النهائى للاعلان احنا عاملينها بس علشان ناخذ رأيكم فيها ولوفيه تعديلات من وجهة نظرکم نقدر نعملها وننفذها على النسخة النهائية للاعلان وبكده مانخسرش تكلفة انتاج الاعلان . طبعاً أرائکم لينا مهمة جداً وعائزاکو تقولولى على كل حاجة عندکم مهما كانت بسيطة لأن أى ملاحظة منکم حتفيدنا فى أن احنا نحط الاعلانات دى فى شكلها النهائى بحيث يرضى الكل عنها لما تتعرض فى التليفزيون .

اختبار الاعلان الأول

(اعرضى شريط الفيديو على المبحوثين ، أطلبى من المبحوثين التركيز فى مشاهدة الاعلان بعد عرضه أول مرة . اعرضيه عليهم مره أخرى بعد ما تقوليلهم يركزوا قوى فى الاعلان علشان انك حتسألهم عليه بعض اسئلة بعد العرض)

١- بعد ما شفتم الاعلان ده ياريت كل واحدة منکم تقوللى فهمت ايه من الاعلان ده ؟ أو الاعلان ده عاوز يقول ايه ؟ (أسالى) وايه تانى ... وايه كمان ... زى ايه ؟ ... الخ

٢- ايه اللي خلاكى قلتي كده ؟

(قدامنا فيه لوحة مرسوم عليها الصور اللي حتيجي فى الاعلان والكلام اللي
حيثقال فيه . ياريت نقراها سوا مع بعض)

٣- هل فيه أي عبارة أو جملة أو كلمة فى الاعلان ممكن انها تتفهم غلط أو ما
تتفهمش يعنى صعبة ؟

- زى ايه ؟

- ليه قلتي كده ؟

- طيب احسن نقولها ازاي ؟

٤- هل فيه اى حاجة حضرتك معترضة عليها فى الاعلان ده .

فكرة معينة ، جملة ، عبارة ، كلمة ، صورة ، أى حاجة يعنى؟

- ايه هي ؟

- ايه اللي مش عاجبك فيها ؟

- فى رأيك كده نغيرها بايه أو نعمل ايه علشان تبقي أحسن من وجهة
نظرك ؟

٥- الاعلان ده ذكر مجموعة مزايا أو فوائد لاستخدام حقن تنظيم الأسرة
ياتري ايه هي ؟

(اجمعى لوحات الاعلان المصورة من البحوثين)

٦- حسالكم شوية أسئلة على الاعلان ده وياريت تقولولى اجابتها ايه :

- امتى نبدأ ناخذ الحقن دى بالضبط ؟

- والحقن دى تتاخذ كل أد ايه ؟

- واسم الحقن دى ايه ؟

٧- ياترى بعد ما شفتى الاعلان ده هل ممكن تروحي تستخدمى حقن تنظيم الأسرة ولا لا ؟

- ليه تستخدميها ؟

- ليه مش حتستخدميها ؟

- طيب ايه اللى ممكن يخليكى تستخدميها فى المستقبل ؟

٨- ياترى لو حاولتم توصفوا الست دى توصفوها بايه ؟

- وليه قلتوا كده

٩- ياترى انتو بتحترموا تفكير الست دي ولا لا ؟

- ليه بتحترموا تفكيرها ؟

- ليه مش بتحترموا تفكيرها ؟

(وزعى لوحة الاعلان المصورة عليهم مرة أخرى)

١٠- ياترى ممكن نقول كده حضرتك حبيت الاعلان ده ولا لا ؟

١١- (فى حالة انك حبيته)

- ايه اللى حبيته فى الاعلان ده ؟ وايه تانى ؟

- طيب ايه اللى ما عجبكش فى الاعلان ده ؟

- ونغيره ازاي من وجهة نظرك .

١٢- (فى حالة انك ماحبيتش الاعلان)

- ايه اللى خلاكي ما حبيتش الاعلان ده ؟ وايه اللى ماعجبكيش فيه ؟
وايه كمان ؟

- طيب هل فيه اى حاجة عجبك فى الاعلان ؟ ايه هي ؟

١٣- ايه بصفة عامة توصياتك لينا واحنا بنعدل الاعلان ده علشان يبقى مفهوم
وواضح والناس تحبه ويبقى فى أحسن صورة عند العرض فى التلفزيون ؟

اختبار الاعلان الثانى :

ملحوظة :-

يتم تكرار هذه الأسئلة (١٣ سؤال) مع الاعلان الثانى ماعدا سؤال ٦ يتم
تغييره على النحو التالي:

٦- ياترى الحقن دى ليها تأثير على الدورة الشهرية ولا لا ؟ وليه قلتى كده ؟

سؤال عام:

الاعلانين بدأوا بصورة واحدة وعبارة واحدة هي :

" العلامة دى معناها كبير . العلامة دى معناها أسأل استشير "

ودى برضه نفس البدايه فى الاعلانات اللى اتعملت قبل كده وبتنزل فى
التلفزيون .

ياترى تفضلوا نبدأ كل الاعلانات بالعبارة دى والرسمه دى لما تتعرض فى
التلفزيون ولا انتو ممكن تفتكروا لما تشوفوا البدايه دى ان انتوا شفتوا الاعلان ده
قبل كده وممكن ماتهتموش تتفرجوا عليه ؟

ليه قلتوا كده ؟

دليل المناقشة الجماعية
للجمهور حول
اختبار إعلانات القضايا البيئية العامة
(مشروع كايرواير)

احنا بنعمل بحث هدفه الأساسى أن احنا ناخذ رأيكم فى بعض إعلانات التليفزيون قبل مانصورها فى شكلها النهائى. طبعاً نسخة الإعلان اللى حتشوفوه دلوقت عبارة عن مجموعة صور متجمعة مش هو الشكل النهائى للإعلان احنا عاملينها بس علشان ناخذ رأيكم فيها ولو فيها تعديلات من وجهة نظركم نقدر نعملها وننفذها على النسخة النهائية للإعلان ويكده مانخسرش تكلفة انتاج الإعلان . طبعاً أرائكم لينا مهمة جداً وعايزاكو تقولولى على كل حاجة عندكم مهما كانت بسيطة لان أى ملاحظة منكم حتفيدنا فى أن احنا نحط الاعلانات دى ف شكلها النهائى بحيث يرضى الكل عنها لما تتعرض فى التليفزيون.

اختبار الإعلان الأول (الأغنية)

(اعرضى شريط الفيديو على المبحوثين ، أطلبى من المبحوثين التركيز فى مشاهدة الإعلان . بعد عرضه أول مرة. اعرضيه عليهم مرة أخرى بعد ما تقوليلهم يركزوا قوى فى الإعلان علشان حتسألهم عليه بعض الأسئلة بعد العرض) .

١ - بعد ماشفتم الإعلان ده ياريت كل واحد منكم يقوللى فهم إيه من الإعلان ده ؟ أو الإعلان ده عاوز يقول إيه ؟ أو ايه هى الرسالة الأساسية للإعلان ده؟ (اسأللى) و ايه تانى.. و ايه كمان .. زى ايه؟ .. الخ .

- ٢ - ايه اللي خلاك قلت كده ؟
(قدامنا فيه لوحة مرسوم عليها الصور اللي حتيجى فى الإعلان والكلام
اللى حيتقال فيه. ياريت نقراها سوا مع بعض)
- ٣ - هل فيه أى عبارة أو جملة أو كلمة فى الإعلان ممكن انها تتفهم غلط أو ما
تتفهمش يعنى صعبة ؟
- زى ايه ؟
- ليه قلت كده ؟
- طيب احسن نقولها ازاي ؟
- ٤ - هل فيه اى حاجة حضرتك معترض عليها فى الاعلان ده.
فكرة معينة ، مقطع ، عبارة ، كلمة ؟
- ايه هي ؟
- ايه اللي مش عاجبك فيها ؟
- فى رأيك كده غيرها بايه أو نعمل ايه علشان تبقى أحسن من
وجهة نظرك؟
- ٥- هل فيه اى صورة حضرتك مش فاهمها أو معترض عليها فى الاعلان ده
، ياريت نمشى مع الاعلان صورة بصورة ؟
- ايه هي ؟
- ايه اللي مش عاجبك فيها ؟
- فى رأيك كده غيرها بايه أو نعمل ايه علشان تبقى أفضل
فى وجهة نظرك؟
(اجمعى لوحات الإعلان المصورة من المبحوثين)

٦- الاعلان ده عاوز من الناس تعمل ايه بالضبط؟ وايه تانى؟
٧- تفتكر كده الاعلان ده ممكن يشجع الناس انها تحافظ على نظافة
البيئة؟

- ليه؟

- ليه مش حيشجعهم؟

٨- ياترى ممكن نقول كده حضرتك حبيت الاعلان ده ولا لا؟

٩- (فى حالة انك حبيته)

- ايه اللي حبيته فى الإعلان ده؟ وايه تانى؟

- طيب ايه اللي ما عجبكش فى الإعلان ده؟

- ونغيره ازاي من وجهة نظرك .

١٠- (فى حالة انك ما حبيتش الإعلان)

- ايه اللي خلاك ما حبيتش الإعلان ده؟ وايه اللي ما عجبكش

فيه؟ وايه كمان؟

- طيب هل فيه أى حاجة عجبك فى الإعلان؟ ايه هي؟

١١- (دلوقتى هشفلكم الإعلان مرة كمان وعايذاكو المرة دى تركزوا فى

حاجة واحدة بس هي أداء الأغنية (الصوت) اللحن؟

- ياترى الأداء أو الصوت بتاع الإعلان ده عجبكم ولا لا؟

وليه؟ طيب مناسب لموضوع الإعلان ولا لا؟ وليله؟

- ياترى اللحن بتاع الإعلان ده عجبكم ولا لا؟ وليله؟ طيب

مناسب لموضوع الإعلان ولا لا؟ وليله؟

١٢ - ايه بصفة عامة توصياتك لينا واحنا بنعدل الإعلان ده علشان يبقى مفهوم وواضح والناس تحبه ويبقى فى أحسن صورة عند العرض فى التلفزيون ؟

اختبار الإعلان الثانى :

يتم تكرار هذه الأسئلة (١٢ سؤال) مع الإعلان الثانى ماعدا سؤال ٧
٧ - تفتكر كده الاعلان ده ممكن يشجع الناس انها تتصل بمكتب خدمة المواطنين لوزارة الدولة لشئون البيئة ولا لا ؟
- ليه؟

- طيب انت نفسك ممكن تتصل و لا لا ؟ وليه ؟ .

- وتفتكر كده لو اتصلت حيكون ايه هو سبب اتصالك ؟

دليل المناقشة الجماعية لاختبار بروشور الإسكندرية : عاصمة الجمال والنظافة

قبل ما نوزع أى حاجة مطبوعة على الناس لازم نأخذ رأيهم فيها الأول ونشوف هل الكلام اللي فيها واضح ومفهوم ليهم ولا لا. إيه اللي حبوه فيها وإيه اللي ما حبهوش وإيه إقتراحاتهم للتطوير.

معنى كده إن اقتراحاتكم اللي حتقولوها وأى كلمة أو تعليق منكم حيكون مفيد جداً بالنسبة لنا وحنستخدمه فى تطوير المطبوعة دى بحيث إن إحنا نطبعها بعد التعديلات اللي إنتو حتقولوا عليها فى شكلها النهائى. وبكده نضمن نجاحها.

اختبار البروشور:

علشان البروشور مكون من ٨ صفحات وفيه مادة كثيرة حناول نقسمها لأجزاء أو صفحات وحنسأل الأسئلة على كل جزء فيها.

• جزء الإسكندرية والإسكندراتية:

يا ريت حضراتكم تقرأوا الصفحة اللي عنوانها الإسكندرية والإسكندراتية (اطلبى من أحد المبحوثين "إحدى المبحوثات" القراءة بصوت عالى وسجلى ملاحظاتك حول الكلمات التى يحدث خطأ فى قراءتها أو تعثر فى نطقها)

١- يا ترى الجزء ده واضح ومفهوم ولا لا؟

- إيه اللي مش واضح ومفهوم فيه؟

- إزاي ممكن نخليه مفهوم من وجهة نظرك؟

- ٢- يا ترى فهمتوا إيه من الصفحة دى. أو الصفحة دى بصفة عامة كده عاوزه
تقول إيه؟ وإيه كمان وإيه تانى؟
(استرسلى وأسألى إذا وجدت خطأ فى الفهم).
- إيه اللى خلاك (خلاكى) فهمت كده؟
- ٣- هل فيه أى كلمة أو عبارة حضراتكو شايفين إنها مش حتكون مفهومة
للناس اللى حتقراها؟
(فى حالة نعم) - إيه هى؟ وإيه كمان؟
- ليه قلنتوا إنها مش مفهومة؟ وإيه اللى مش مفهوم فيها؟
- طيب نغيرها بإيه علشان تبقى مفهومة؟
- ٤- طيب هل فيه أى كلمات حضرتك معترض عليها أو شايف إنها كلمات
غير لائقة ومفروض ما تتقالش؟
- إيه هى؟ وليه معترض عليها؟
- طيب مفروض نغيرها ونقول مكانها إيه؟
- ٥- يا ترى الصورة اللى قدامكو دى بتعبر عن إيه؟
- ويا ترى موافقين على الصورة دى ولا لا؟
- وليه مش موافقين عليها؟
- طيب إيه الصورة المفروض تبقى موجودة مع الجزء ده؟
- طيب بصفة عامة هل ليكو أى اقتراحات لتطوير الصورة دى؟

٦- يا ترى الصورة الموجودة دى بتعبر عن الكلام اللى فى الصفحة يعنى ماشيه مع الكلام ولا لا؟ ليه قلت لا؟

(يتم تكرار هذه الأسئلة مع جميع الصفحات ما عدا صفحة الغلاف)

صفحة الغلاف:

١- يا ريت نرجع لصفحة الغلاف ونقراها سوا وتقولولى هل العنوان بتاع البروشور اللى هو الإسكندرية : عاصمة الجمال والنظافة يصلح فعلاً عنوان للبروشور وماشى مع الكلام اللى فى البروشور ولا لا؟

- ليه يصلح؟

- ليه قلت لا يصلح؟

- إيه العنوان اللى يصلح من وجهة نظرك؟

٢- ويا ترى السطور اللى تحت العنوان دى مفهومة ولا لا؟ ليه لا؟

٣- ويا ترى هل فيه أى كلمة أو عبارة مش مفهومة فى الكلام ده؟ إيه هى؟ إيه اللى مش مفهوم فيها؟ ونقول إيه بدالها؟

٤- هل فيه أى حاجة حضرتك معترض عليها فى الكلام بتاع الصفحة الأولى؟ إيه هو؟ وإيه معترض عليه؟ ونغيره إزاي؟

٥- يا ترى الصورة اللى فى الصفحة الأولى بتعبر عن إيه؟ وإيه اللى خلاك قلت كده؟

٦- يا ترى الصورة دى مناسبة بشكل عام للمضمون بتاع البروشور ولا لا؟

- إيه اللى مش مناسب فيها؟

- طيب نغير فيها ايه علشان تبقى مفهومة ومعبرة عن مضمون البروشور.

الأسئلة العامة:

- ١- بصفة عامة كده هل البروشور ده عجبك ولا لا؟
(فى حالة عجبك)
- ايه اللي عجبك فيه؟
(وفى حالة لم يعجبك)
- ايه اللي معجبكش فيه؟
- ٢- طيب نغيره إزاي من وجهة نظرك علشان يبقى كويس؟
يا ترى هل قراية البروشور ده حتخليك توافق على دفع مقابل النظافة اللي
حيتاخذ مع فاتورة الكهرباء ولا لا؟
- ليه حتخليك توافق؟
- ليه مش حتخليك توافق؟
- ٣- يا ترى تصميم البروشور ده بصفة عامة عجبك ولا لا؟
- ايه اللي ما عجبكش فيه؟ ليه؟
- ٤- دلوقت البروشور ده عندى منه لونين عايزاكو تتصفحوا صفحات
البروشور لكل لون منهم وتقولولى.
- أنهى لون عجبك أكثر وماشى مع التصميم والمضمون؟
- وإשמعنى اخترت اللون ده بالذات؟

- طيب ليه ما اخترتش اللون الثانى؟

٥- بصفة عامة كده ايه اقتراحاتكم أو تعديلاتكم للبروشور ده سواء فى المضمون أو الصور أو التصميم أو أى جانب تانى علشان ننفذها وإحنا بنطبعه فى شكله النهائى؟ وياه كمان؟

اختبار الخطاب:

فيه خطاب حيتبعت للناس فى البيوت مع فاتورة الكهرباء. الخطاب ده مكون من صفحتين وش وظهر فيه نفس المضمون الموجود فى البروشور ولكن بشكل مختصر.

الخطاب ده فيه منه ٤ ألوان. يا ريت تشوفوهم كده وتقولولى أنهى لون هو اللون الأفضل والمناسب للخطاب؟ وليه اخترت اللون ده بالذات؟

دليل إختبار

شعار وبروشور وعلان

المركز التخصصي لخدمات تنظيم الأسرة

(دليل مناقشة السيدات)

قبل مانوزع أى حاجة مطبوعة على الستات لازم ناخذ رأيهم فيها الأول ونشوف هل الكلام اللي فيها واضح ومفهوم ليهم ولا لا. إيه اللي حبوه فيها واللى ماحبهوش فيها وإيه اقتراحاتهم . معنى كده إن اقتراحاتكم اللي حتقولوها وأى كلمة أو تعليق منكم سيكون مفيد جداً بالنسبة لنا وحنستخدمه فى تطوير المطبوعة دى بحيث إن إحنا نطبعها بعد التعديلات اللي انتو حتقولوا عليها فى شكلها النهائي ويكده نضمن نجاحها.

إختبار اللوجو : LOGO

حعرض عليكم دلوقت الورقة دى . كل واحدة منكم سيكون معاها ورقة.

يا ريت تبصوا فى الورقة دى كويس وتقولولى :

١- يا ترى شفتوا الشعار ده قبل كده ؟ { لغير مستخدمى الخدمة }

٢- وشفتوه فىن قبل كده ؟

٣- وده شعار أى جهة ؟

٤- (للجميع) يا ريت كل واحدة منكم توصفلى إيه اللي شايفاه فى الورقة دى

بالتفصيل ؟

٥- ليه قلتي كده ؟

٦- يا ترى الصورة دى مرسوم فيها إيه بالضبط ؟

٧- ليه قلتي كده ؟

- ٨- إيه رأيك فى الألوان الموجودة فى الشعر دى ؟ ليه قلتي كده ؟
- ٩- بصفة عامة كده هل الألوان ماشيه مع بعضها ولا لآ ؟ ليه قلتي كده ؟
- ١٠- طيب لؤن الوش ده بيوحيلك بإيه ؟ ليه قلتي كده ؟
- ١١- (فى حالة عدم الإعجاب بلون الوش) طيب إيه أفضل لون للوش ؟
وليه إخترتي اللون ده ؟
- ١٢ - طيب انا معايا ورقه دلوقت فيها ٢شعارات مقترحة ياريت تبصوا علي
الورقه كويس وتقولولي ايه الفرق بين كل الشعارات الثلاثة ؟
- ١٣- ياتري الفروق دى محسوسة . وممكن تلاحظوها بسرعه ولا لآ ؟ ولية لآ ؟
- ١٤ - ايه رايكو بصفه عامه في الشعارات دى ؟
- ١٥- ايه اول انطباع بتحسوا بيه لما بتشوفوا كل شعار من الشعارات دى ؟
- ١٦- طبعاً هتلاحظوا ان كل شعار منهم لون الوش يختلف فيه . ياريت تقولولي
ايه اللي بييجى علي بالك لما تشوف لون الوش الازرق ؟ لون الوش البمبي ؟
لون الوش اللبني ؟ وبيوحيلك بإيه كل لون وش فيهم ؟
- ١٧- هل بصفه عامه الشعارات دى جذابه وحلوه ولا لآ ؟
- ايه اللي بيجذبك فيها ؟
- ايه اللي مايجذبكيش فيها ؟
- ١٨- ياتري انهى شعار من الثلاثة شايفين انه احلى واحد من وجهة نظركو ؟
- ١٩- ليه اخترتوا الشعر ده بالذات ؟
- ٢٠- انهى شعار فيهم شايفين انه ملفت للنظر وجذاب ؟
- ٢١- واشمعنى الشعر ده بالذات ؟
- ٢٢- طيب لما تبصوا على شعار زي ده هل بيديكو احساس بالمكان اللي بيعبر عنه
- ٢٣- بيعبر عن اي مكان ؟
- ٢٤- طيب ايه هي نوع الخدمات اللي ممكن تحسوا من الشعر ان المكان ده

ممکن یکزن بیقدمها ؟

٢٥- انہی شعار من الثلاثة انسب لاستخدامه كشعار للمراكز التخصصية

لخدمات تنظيم الاسره ،بيعكس الخدمات اللی بتقدمها المراكز دی ؟

٢٦- انہی شعار من الثلاثة حاسین ان الالوان اللی فیہ متناسقه ؟ ولیہ ؟

٢٧- طیب بصفه عامه هل الكلمات والشكل والصوره متناسقین مع بعض ؟

ازای كده ؟

٢٨- بصفه عامه كده هل الصوره الموجوده فی الشعارات الثلاثة دی تشبه

الصوره الموجوده فی الشعار الاول ولا لا ؟

٢٩- (فی حاله انها متشابهه ولا يوجد فرق بين الصورتین)

لیه قولتی انها متشابهه ومفیش فرق بینهم ؟

٣٠- (فی حاله وجود اختلاف)

ایه الاختلاف الاختلاف الموجود بین الصورتین ؟

٣١- هل الاختلاف ده واضح بالنسبه لك ؟ لیه قلتي كده ؟

٣٢- یعنی بصفه عامه هل ممکن نقول انكو شایفین راجل وست فی صور

الشعارات الثلاثة ؟

٣٣- (فی حاله لا) لیه قلتي كده ؟

ایه اللی ممکن نعمله علشان تحسوا انكو شایفین راجل وست .

٣٤- (فی حاله نعم)

هل الراجل والست واضحین بالنسبه لك فی الصوره ؟

ایه اللی ممکن نعمله فی الصوره علشان نوضحها اكثر من كده ؟

٣٥- (للجمیع) هل انتی حاسه ان الست المرسومه فی الشعار ده ممکن تكون

انتی ؟

- ٣٦- (فى حاله لآ) ليه لآ ؟
- ٣٧- بصفه عامه كده ايه اللى عاجبكوا فى الشعارات الثلاثة دى ؟
- ٣٨- وايه اللى مش عاجبكوا فى الشعارات الثلاثة دى ؟
- ٣٩- هل التغيرات اللى اتعملت فى الشعار ده ممكن تدى احساس للستات ان المراكز دى بتقدم خدمتها ليهم وبتركز على خدمتهم ولا لآ ؟ ليه قلتي لآ ؟
- ٤٠- لو قارنا بين الشعار الاول اللى شفناه والشعار اللى عاجبكوا من الشعارات الثلاثة الجديده تفضلنى ان احنا نستخدم انهى واحد منهم القديم ولا واحد من الشعارات الجديده ؟
- ٤١- ليه قلت كده ؟
- ٤٢- ياترى عبارته " خدمة متميزة " المكتوبه فى الشعار تعنى حاجة بالنسبه لك ؟
- تعنى ايه بالضبط ؟

اختبار الاعلان : Circular

- * ياريت تبصوا على الاعلان ده ونقرأه سوا (اختارى احدى المبحوثات للقراءة)
- ١- بعد ما قرئتموا الاعلان ده ياريت كل واحد منكم كده تقولى بلغتها كده فهمت ايه من الورقة دى ؟ وايه كمان ؟
- وايه اللى خلاكى فهمتي كده ؟
- ٢- ياترى هل فيه اى كلمه او عبارته اوجمله مش مفهومه ليكوفى الكلام ده ؟
- انهى جمله او عبارته او كلمه ؟
- وايه اللى مش مفهوم فيها ؟ " اشرحي معناها "
- طيب من وجهة نظركو كده ممكن نقول ايه بدالها ؟
- ٣- طيب هل فيه اى كلمات انتو معترضين عليها او شايفين انها كلمات مفروض ما زى ايه ؟ وليه معترضين عليها ؟
- طيب غيرها ازاي ؟ ونقول مكانها ايه ؟

٤- ياريت نبصر على الصور اللي فى الاعلان ده صورته بصوره وتقولولى ايه اللى انتوا شايفينه فى كل صورته ؟ وايه اللى خلاكوا فهمتوا كده ؟ وهل فيه اى حاجة فى الصورة دى معترضين عليها او شايفين انها مش مناسبه ؟ زى ايه ؟ وليه قلتوا كده ؟ طيب نعمل فيها ايه ؟

*الصوره اليمنى

*الصوره الوسطى

*الصوره اليسرى

٥- ياترى الصور الموجوده فى الورقه دي بتعبر فعلا عن الكلام اللى جنبها او ماشيه مع الكلام من وجهة نظركو ولا لا ؟

-انهي صور شايفين انها مش ماشيه ؟

- اية الصور المفروض تتحط مكانها ؟ ومفروض تعبر عن اية بالضبط ؟

٦- ياترى ايه الانطباع اللى خدتوه عن المراكز التخصصيه لخدمات تنظيم الاسره من قرابتكو للاعلان ده ؟ وايه تانى ؟

-ليه قلتو كده ؟

٧- ايه الانطباع اللى خدتوه عن خدمات المركز من قرابتكو للاعلان ده ؟

- ليه قلتو كده؟

٨- ياترى هل فيه مراكز ثانيه بتقدم مجموعه الخدمات دى ؟ زى ايه ؟

٩- ايه رأيك فى الشعار المكتوب تحت " خدمات متميزه باسعار مناسبه " ؟

- ليه قلتي كده؟

- ياترى اية انسب وضع للأسعار هل نقول اسعار مناسبه او معقوله أو بسيطه

؟ ليه قلتي كده ؟

١٠- (لغير العملاء فقط)

- هل الخصم اللى حتاخدوه فى المراكز دى لو معاكو الاعلان ممكن يخليكو

تحتفظوا بالاعلان ده ولا لآ ؟ لية لآ ؟

- طيب هل ممكن الخصم ده يخليكو تروحوا المراكز دي ولا لآ ؟ ليه قلتي لآ ؟

- طيب وتفتكرى الخصم ده حيكون اد اية ؟

١١- ايه اكثر حاجة حبتوها فى الاعلان ده ؟

١٢- وايه اللي ما حبتتهوش فى الاعلان ده ؟

١٣- ايه رايكو فى الوان الاعلانات دي . هل هى الوان جذابه وماشيه مع بعضها ولا لآ من وجهة نظركو ؟

- ليه ما عجبكوش الالوان ؟ ايه افضل لون من وجهة نظركو ؟

جذابه فى كل الامور

١٤- طيب ياترى الشكل بتاع الاعلان بصفة عامة وتوزيع الصور فيه عجبكو ولا لآ ؟

- لية لآ ؟

١٥- هل الشكل بصفة عامة بتاع الاعلان ده جذاب وملفت للنظر ولا لآ ؟

- اية اللي فيه مش جذاب وملفت للنظر ؟

١٦- بصفه عامه كده ايه هى اقتراحاتكم او تعديلاتكم للاعلان ده علشان نطبعه فى الشكل النهائى المناسب ؟ وايه كمان ؟

إختبار البروشور: Brochure

يا ريت نقرأ المطبوعة دى مع بعض صفحة بصفحة . يا ترى مين فيكم يحب يقرأ بصوت عالى علشان الكل يسمعه (إطلبى من إحدى المبحوثات القراءة بصوت عالى وسجلى ملاحظاتك حول الكلمات التى يحدث خطأ فى قراءتها أو تعثر فى نطقها)

١- بعد ما قريتو المطبوعة دى تقدر كل واحد منكم تقوللى بلغتها كده المطبوعه دى عاوزه تقول إيه ؟ أو فهمتوا منها إيه ؟
(إسترسلى وأسألى إذا وجدت خطأ فى الفهم)
إيه اللى خلاكى فهمتى كده ؟

٢- تعالوا نقرأ سوا مع بعض واحدة بواحدة الجزء الأول فى المطبوعة . حنقرأ سطر بسطر أو نقطة بنقطة وتقولولى إذا كانت الجملة دى مفهومة بالنسبة لىكو ولا لا .
ولو مش مفهومة . إيه اللى مش مفهوم فيها . وإزاي ممكن نعدلها علشان تبقى مفهومة ؟

- اليوم وكل يوم رسالتنا إرضاءك .
- نؤثث ونجهز خصيصاً لراحتك .
- نختار العاملين بدقة وندربهم بعناية لخدمتك .

..... وهكذا

(انتقلى الى الجزء الثانى الخاص بالخدمات فى المركز بنفس النظام)

- خدمات تنظيم الاسرة اسألى (ما المقصود بها ؟)

- خدمات الصحة الانجابية اسألى (ما المقصود بها ؟)

(اسألى) هل يمكنهم معرفه الفارق بينهما ؟

(استمرى حتى نهاية الصفحة)

- ٣- ايه رايكو فى عنوان المطبوعه " اليوم وكل يوم رسالتنا ارضاءك؟"
- ياترى العنوان دى مفهوم بالنسبه ليكو؟
- ايه اللى مش مفهوم فيه؟
- ياترى شايفين ان العنوان دى ماشي مع الكلام اللى جوه المطبوعه؟
- ليه شايفين انه مش ماشى معاها؟
- ٤- بصفة عامه كده هل شايفين ان فيه اى كلمه او عباره انتو معترضين عليها او شايفين انها مفروض ما تتقالش؟
- زى ايه؟ وليه معترضين عليها؟
- طيب نغيرها ازاي؟ ونقول ايه مكانها؟
- ٥- ياريت نبص على الصور اللى فى المطبوعه صورته بصوره وتقولولى ايه اللى انتو صورته الغلاف ايه اللى انتو شايفينه فيها؟ وايه تاني؟
هل فيه اى حاجة فى الصوره دى معترضين عليها او شايفين انها مش مناسبه؟ زى ايه؟ وليه قلتوا كده؟ طيب نعمل فيها ايه؟
- * صورته الختام (الإعلان) اسألى نفس الاسئلة السابقه .
* صورته الكمبيوتر اسألى نفس الاسئلة السابقه .
* صورته التلفزيون اسألى نفس الاسئلة السابقه .
* صورته المكتب اسألى نفس الاسئلة السابقه .
* صورة السيدتان الواقفتان اسألى نفس الاسئلة السابقه
اقلبي البروشور واسألى نفس الاسئلة مع الصور المجاوره للنصوص
* الصوره العلويه (المشورة)
* الصوره الوسطى (قياس الضغط)
* الصوره السفلى (الميكروسكوب)
* الصوره العلويه باسفل (وسائل التنظيم)

* الصورة الوسطى (الملفات)

* الصورة السفلى (الزيارة المنزلية)

٦- بصفة عامة كده هل شايفين ان الصور الموجوده فى المطبوعه دي ماشيه مع

الكلام اللى فيها ولا لا؟ ليه قلتي لا؟ يده كان بالنسبه لانهي صورته (صور)؟

٧- طيب بصفه عامه كده ايه الانطباع اللى خدتوه عن المراكز التخصصية لخدمات

تنظيم الاسره من قرابتكو للمطبوعه دي؟ ليه قلتي كده؟

- طيب ايه الانطباع اللى خدتوه عن خدمات المراكز دي من قرابتكو للمطبوعه

دي؟ ليه قلتي كده؟

٨- (لعملاء المراكز فقط)

تفتكرى كده المطبوعه دي بتعبر عن خدمات المراكز اللى انتو شايفينها

وجربتوها تعبير مناسب ولا لا؟

- ليه قلتوا لا؟ ايه اللى ناقص فيها؟

٩- ايه رأيكو في شعار المطبوعه دي اللى هو " خدمة متميزة باسعار معقولة "؟

- ليه قلتي كده؟

- ياترى احسن نوصف الأسعار بانها معقولة ولا مناسبه ولا ايه؟

١٠- وايه رأيكو في الشعار الثاني الموجود في اسفل المطبوعه: " خدماتنا علشانك "؟

- ليه قلتي كده؟

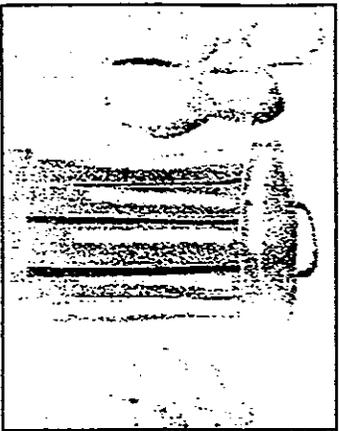
١١- بصفه عامه كده ايه اكثر حاجة حبتوها فى المطبوعه دي؟ وايه كمان؟ وايه

تاني؟

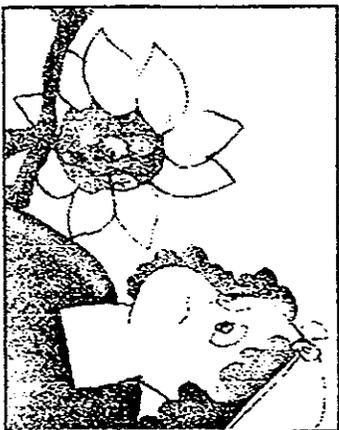
١٢- وايه اكثر حاجة ما حبتوهاش فى المطبوعه دي؟ وايه تاني؟ ليه ما حبتوهاش؟

١٣- ياترى الوان المطبوعه من وجهة نظركو حلوه وماشيه مع بعضها ولا لا؟ ليه

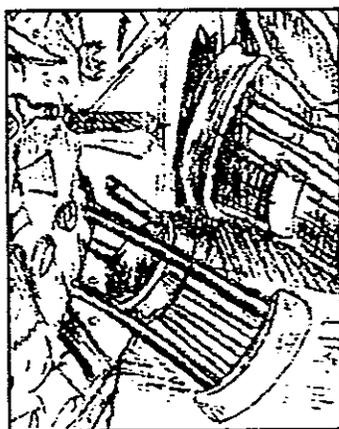
قلتوا لا؟ امال انهي الوان تعتبر احسن من وجهة نظركو؟



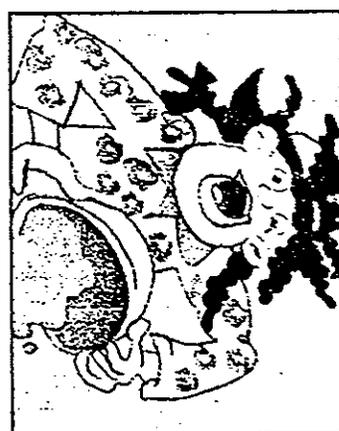
٢٠.



١٩.



١٨.



١٧.

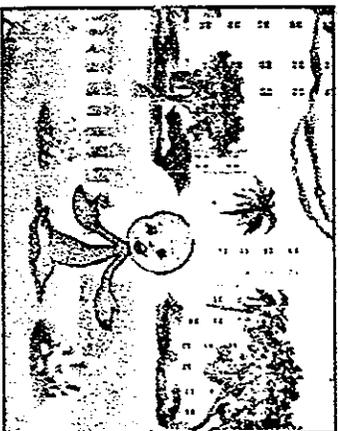
Vid

بالذمه لو حطيتي الزباله في مكانها
الصبح مش أحسن ؟

الحاجات دي بتلم بلالوى ..
حشرات و أمراض ...

ده غير ان المنظر مؤذى للعين ،

و جيرانكم باين عليهم كانوا
طايحين سباح امباح .



٢٤.



٢٢.



٢١.

Vid

ياناس دي النخافه من الايمان
ياريت نراعياها في كل مكان.

بس والله عندك حق ؟

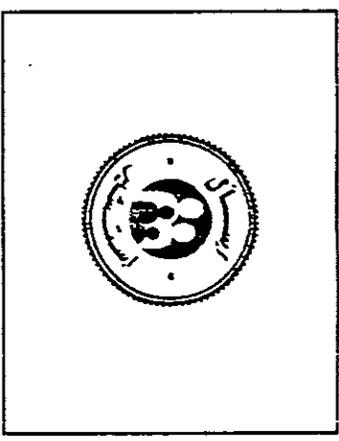
دنتي ضروره ...



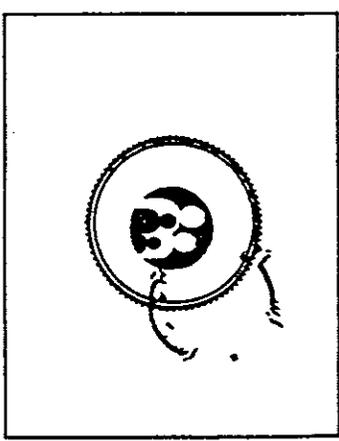
3



3b



7



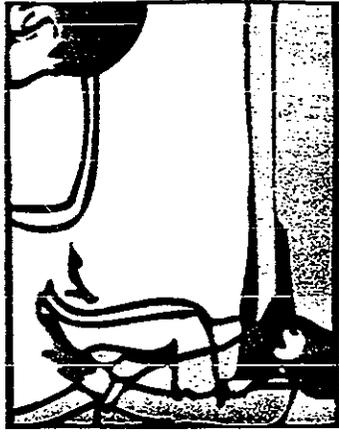
1

Vide

(تغيير الموسيقى)

العلامة دي معناها اسأل المستهلكين..

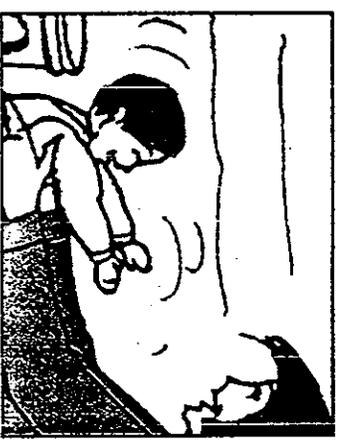
(موسيقى)
العلامة دي معناها كبير..



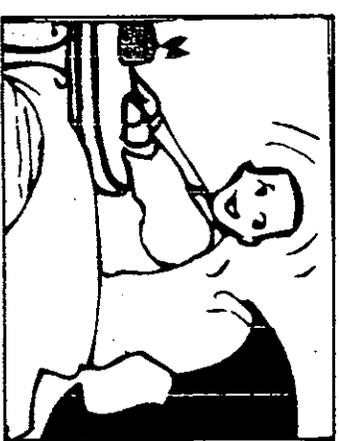
8



7a



6



5

Vide

أزاعيه واهتم بيه.. فقدرت استنى شويه

بعضي أحلى أوقاتي معاه..

(صوت تغكير الأم)
طافلي بيقه في سنن لذيذة قوي..

Intermarkets Advertising Storyboard A, page 2



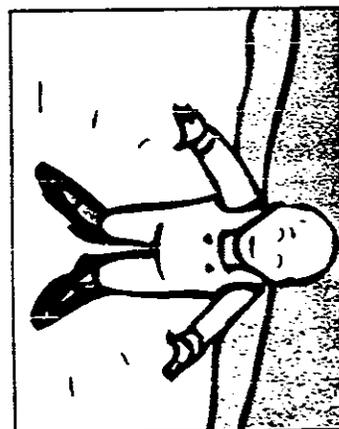
.11



.12



.10



.9

يا ترى ايه الوسيلة التي تفضلين؟



.16



.15



.13

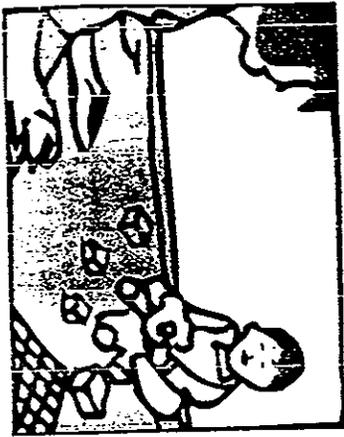


.14

الطبيب: دلوقتي عندك الحقن الشهرية
الجديدة لمنع الحمل

(تغيير الموسيقى)

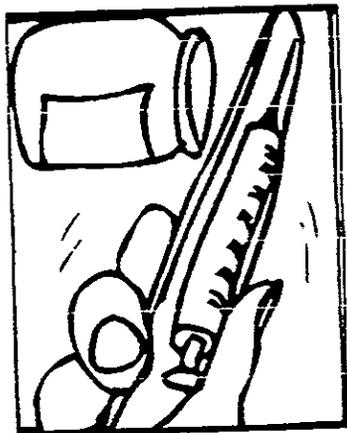
Intermarkets Advertising Storyboard A, page 3



٢٠



١٩



١٨



١٧

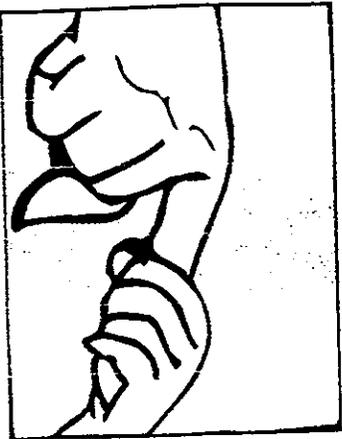
Vide

(تشغيل الموسيقى)

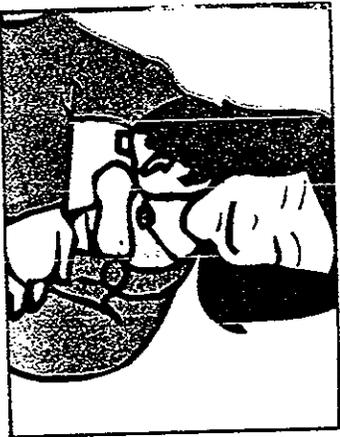
وسهل انك تحملي بسرعة بعد ما تبطلها

اسمها مسيجانيا

بدي وسيلة فعالة ومضمونة ليكي
مترباتي معاهم لان الدورة عندك حتمتي عادية
منتظمة



٢٤



٢٣



٢٢



٢١

Vide

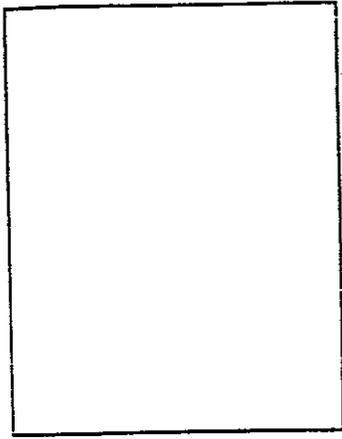
مديله ايدك بالرعاية الكاملة

ولو مش بترضعي تبديها
بعد ٣ اسابيع من الولادة

بعد ١ شهر من الولادة وتكلم روضة

وكنتي بترضعي تقدي تبدي الحثين

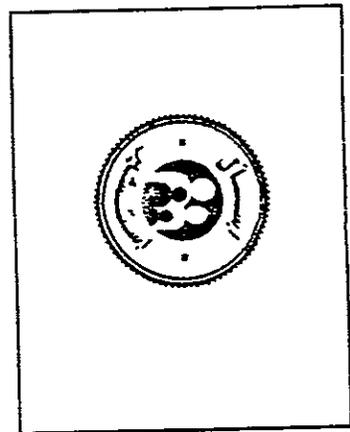
Intermarkets Advertising Storyboard A, page 4



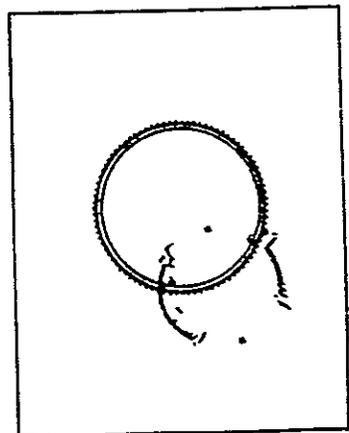
٢٨.



٢٧.



٢٦.



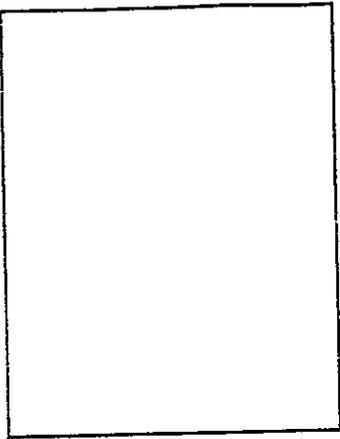
٢٥.

Vide

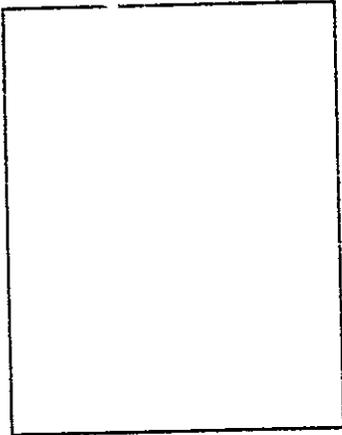
مشروع القطاع الخامس.. تحت رعاية وزارة الصحة والسكان.

السائل المستطير عن وسائل تنظيم الأسرة.

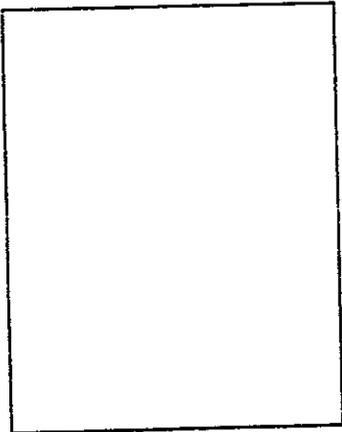
لمل تلاقى رمز الطاقة عند أي طبيب أو صيدلي..



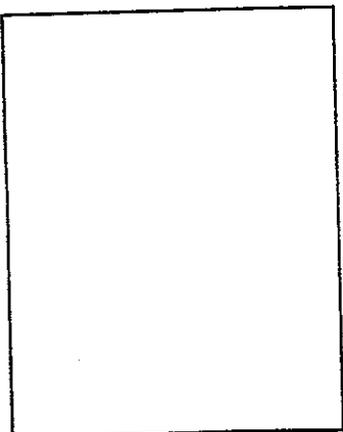
٢٢.



٢١.

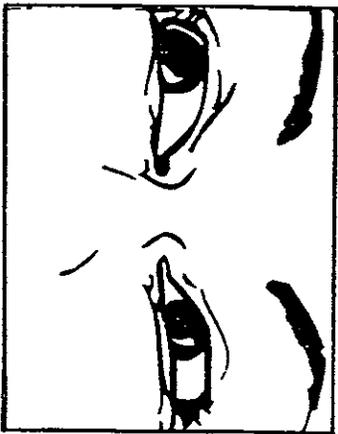


٢٠.



٢٩.

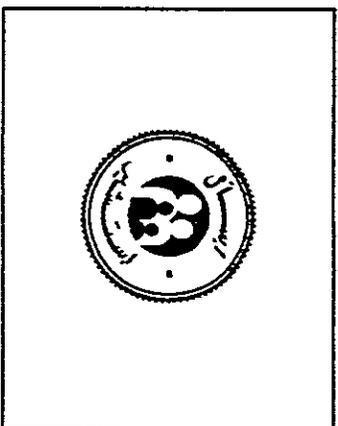
Vide



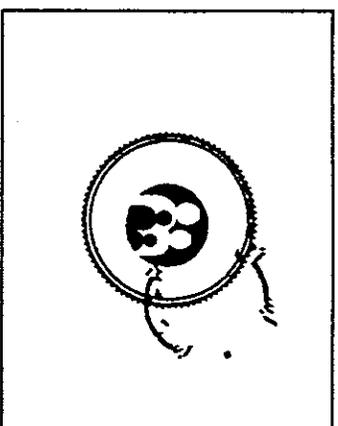
٤.



٣.



٢.



١.

Vid

(تغییر الموسیقی)

العلامة دي معناها اسأل الاستشير.

(موسیقی)
العلامة دي معناها كبير.



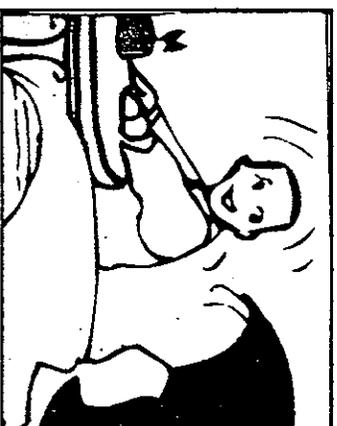
٨.



٧.



٦.



٥.

Vid

ازاميه واهتم بيه..علشان كده قورت استسي

أجمل أوقاتي اللي بقضيها معاه..

نعم سخته..
بياكل عادي ويبدأ يمشي كمان..

(صوت تغكير الأم)
طغلي دلوقتي في سن لينة قوي..

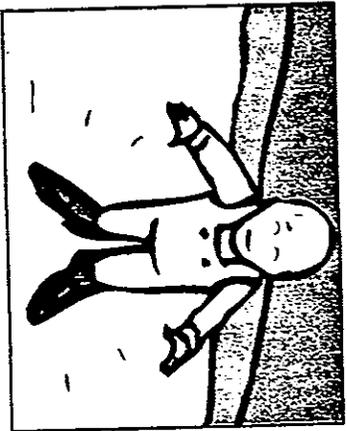
Intermarkets Advertising Storyboard A, page 2



.12



.11



.10



.9

Vide

على ماأخلفنا

يا ترى ايه الوسيلة المناسبة لى بعد.



.16



.15



.14



.13

Vi

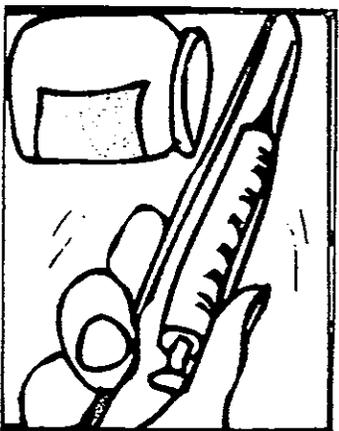
ما بطلت رضاعة؟

(تتغير الموسيقى)

الطبيب: دلوقتى فى وسيلة مريحة ومضمونه ليكى



.٢٠



.١٩



.١٨



.١٧

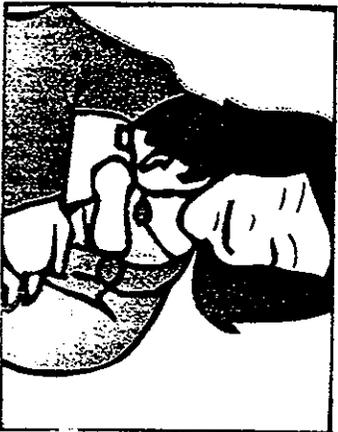
Vidd

وسهل قوي انك تحملي بسرعة بعد ما
تطلبها..

الحقن دي اسمها مسجاليا..

حقنة واحدة في نفس اليوم من كل
شهر وتزاتي..

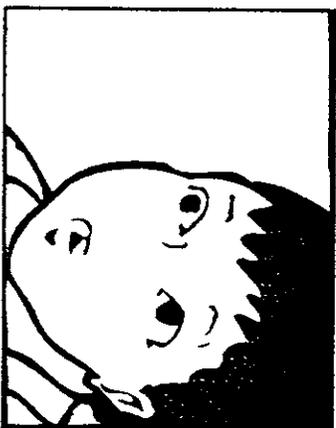
عد ما يطلتي رضاعة.. الحقن
شهرية الجديدة.. تاخديها بعد ست شهور
من الولادة...



.٢٤



.٢٣



.٢٢



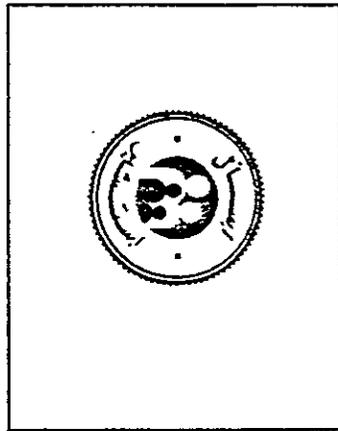
.٢١

Vidd

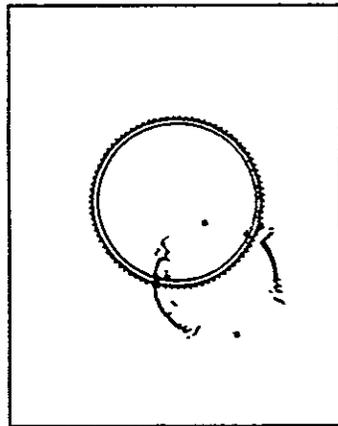
Intermarkets Advertising Storyboard A, page 4



.٢٨



.٢٧



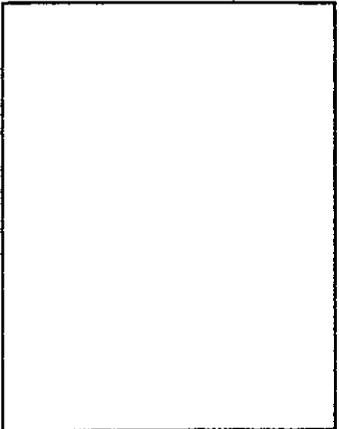
.٢٦



.٢٥

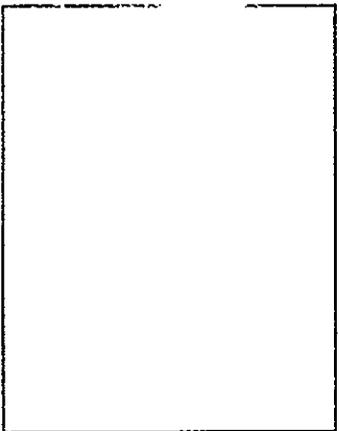
Vid

مشروع القطاع الخاص.. تحت رعاية
وزارة الصحة والسكان.



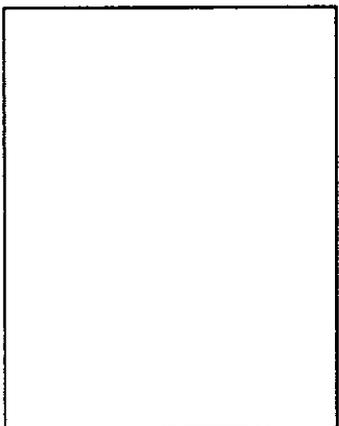
.٢٢

اسأل استشاري عن وسائل تنظيم
الأسرة.



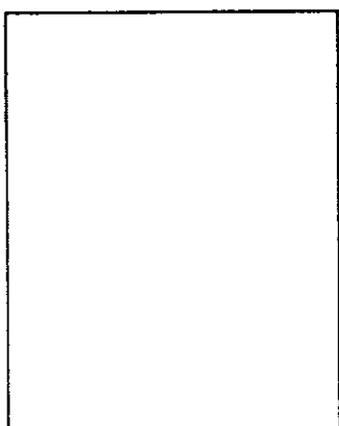
.٣١

لعل تلاقى رمز الثقة ده عند أي طبيب أو
صيداني..



.٣٠

ميله ايدك بالرعاية الكاملة..



.٢٩

Vid

Intermarkets Advertising

Storyboard B, (60 sec) page 1



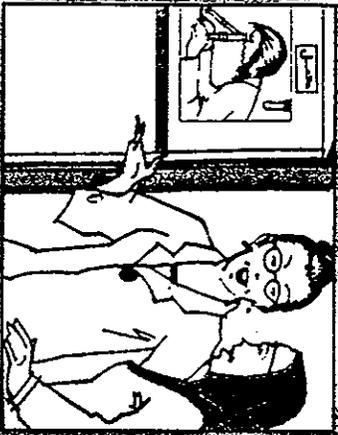
Vida

جيت طوالي وهنا جالوبوني على كل الاسئلة
الى محبراني

ونصحوني اروح المركز التخصصي لخدمات تنظيم
الاسرة

قبل ما اتجوز كان صغدي اسئلة كثير هي دماضي
سالتها للناس كثير

بنتي افلى حاجة في حياتي



Vida

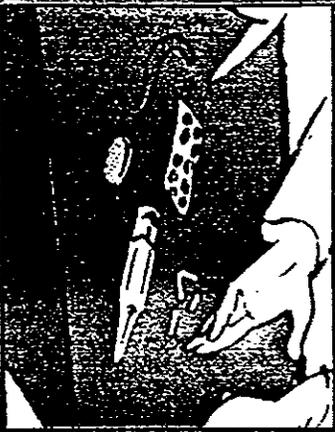
وقلبهم على

كانوا بيراعونني ويبراعوا صحتي

وبعد ما اتجوزت وطول ما انا حامل

Intermarkets Advertising

Storyboard B, (60 sec) page 2

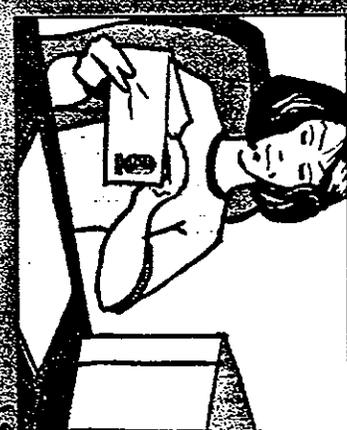
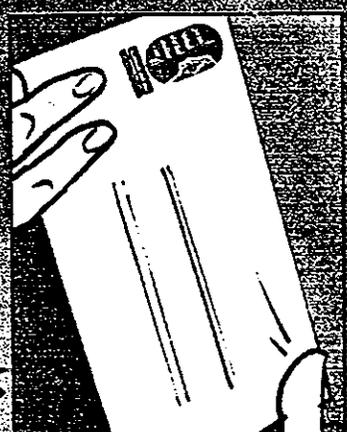


وفي الوقت نفسه احافظ على عائلتي

والصح بين العمل والابني

عشان ينصحوني ازاى انظم ده

ودلوقتي بعد ما رزنا كرمي بيتي اللى بارضها طبيعي جيليا لهم



او بالتايمون

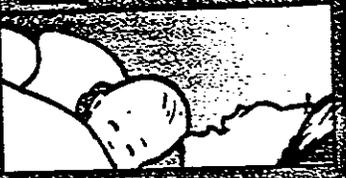
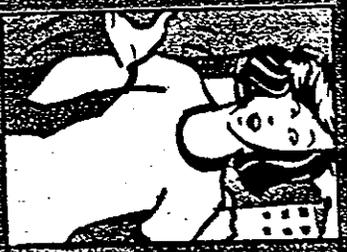
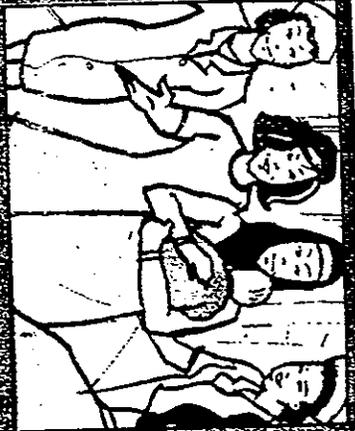
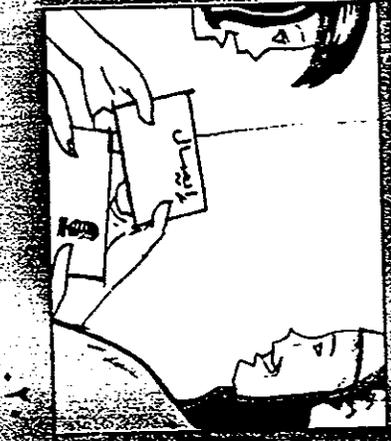
بالجوانبات

ويساوا على

حتى لما كنت يتاخر من ميعادي وما ياروحش
نورا بيتايموني

Intermarkets Advertising

Storyboard B, (60 sec) page 3

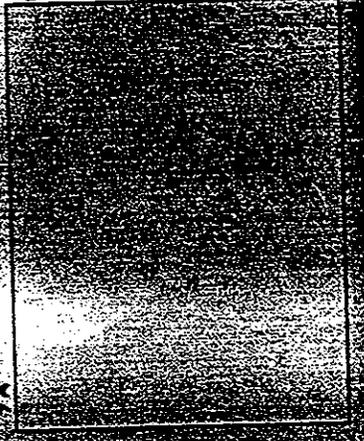


Vid

وحقیقی خدماتهم ممتازة وواسعاً مقبولة.

بمراجعة بازياتكم لمقاييرتكم ..

او حتى تبيرونوني هي بيتي.



Vid

فيه ٩٠ مركز هي مصر زوايا اقرب واحد ليكي.

لو اي ست او اي بنت عايزة تبيع بالها وتحافظ على صحتها

Intermarkets Advertising

Client:
Date:

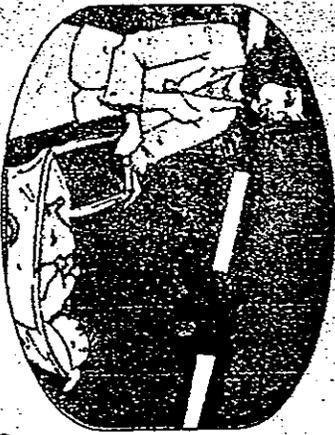
Brand:
Title:

Duration:
Panel No:

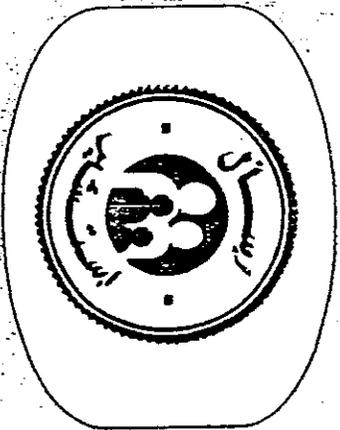
1



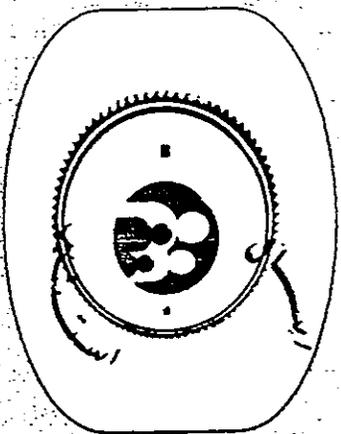
3



4



7



1

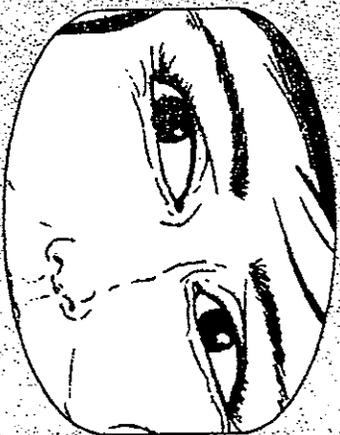
Video

العلامة دي معناها اسئال استشير

العلامة دي معناها كبير ...



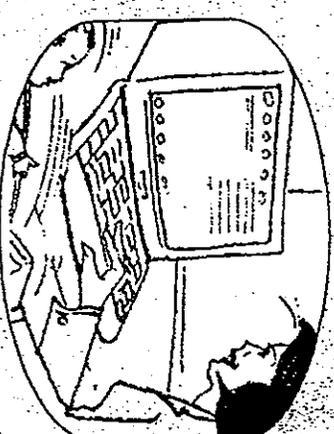
8



9



6



5

Video

لكن ازاي اتأكد من عدم العمل

علشان كده اخترت الرضاعة الطبيعية.

صوت تفكير الام: انا بحاول اكون ام مثالية..

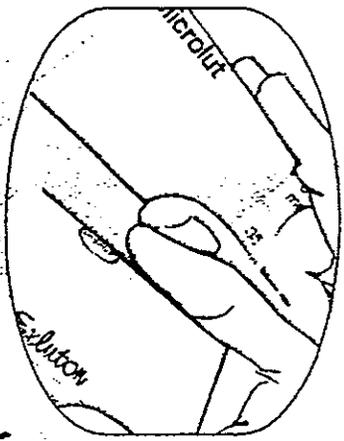
أفتم بكل شؤن أسرتي
وخصوصا طفلي المولود ..

Intermarkets Advertising

Client:
Date:

Brand:
Title:

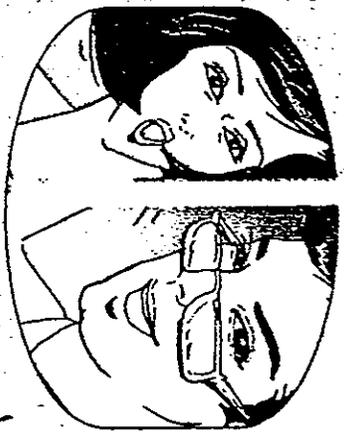
Duration:
Panel No:



.12



.11



.10



.9

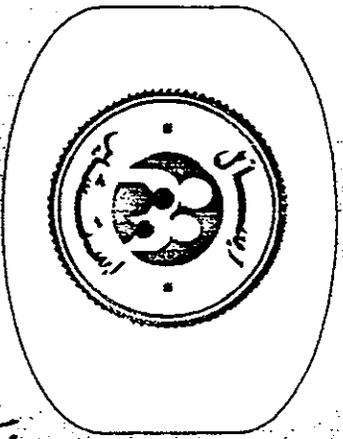
Video

الحيوب دي اسمها ميكروبولوت و اكلوتون ...

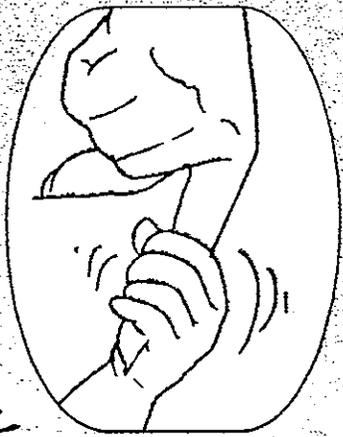
الطبيب:الحيوب دي ... يتمنع الحمل
خصوصاً فترة الرضاعة ... ودي مش بتاثر
أيداً على لبن الأم . وكدده تضمني
النمو الصحي للطفل .

الطبيب : دلوقتى لكل أم فى مرحلة الرضاعة ..
بقه فيه حيوب منع الحمل الخاصة بالفترة دي

فى الفترة المهمة دي ؟



.12



.15



.14



.13

Video

لما تلاقى رمز الثقة ده عند أى طبيب
أوصيلكى أسألكى .. أستشيرى عن
وسائل تنظيم الأسرة ..
أسأل .. أسأل ..

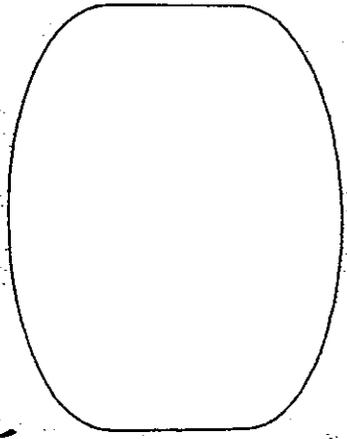
تعلق : مديله ايدك بالرعاية الكاملة .

Intermarkets Advertising

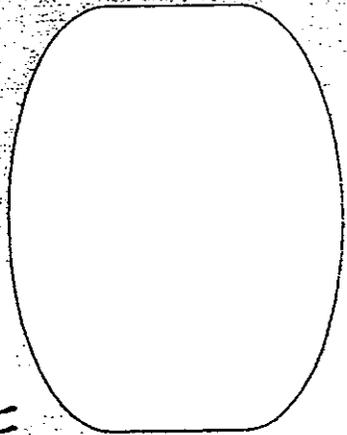
Client:
Date:

Brand:
Title:

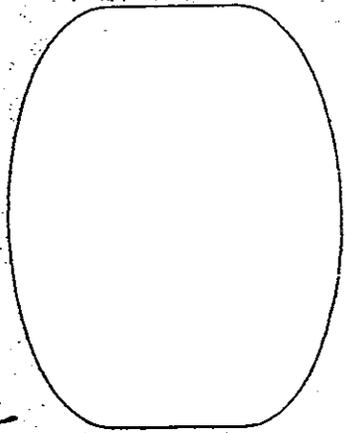
Duration:
Panel No:



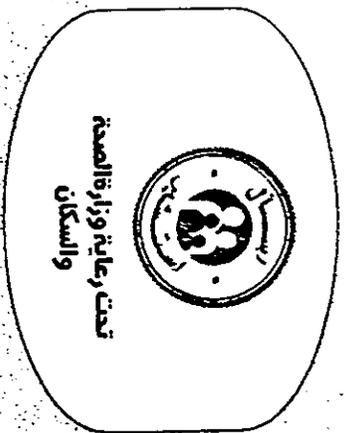
.12



.11

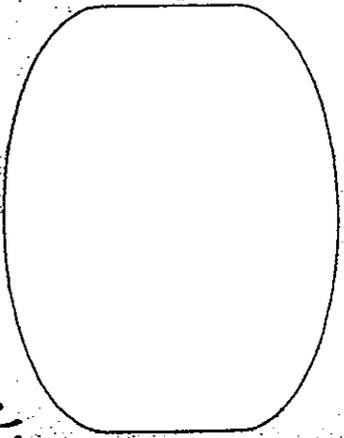


.10

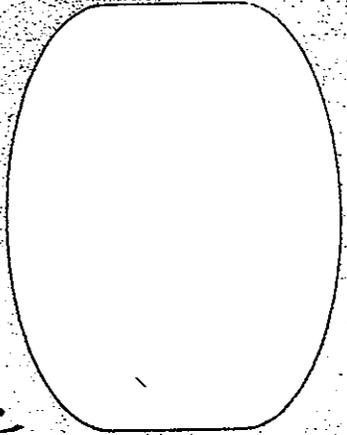


.9

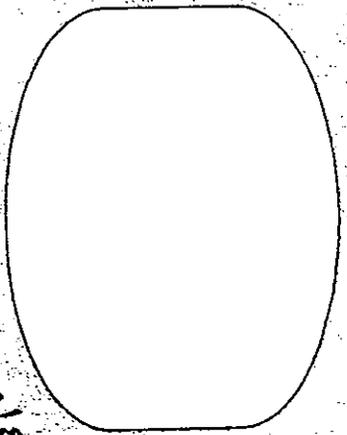
Vide



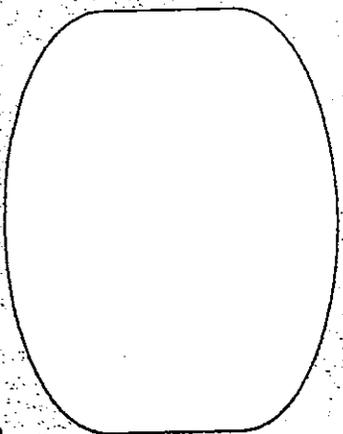
.12



.10



.13



.11

Vide

دليل المناقشة الجماعية
لاختبار Flyers (لاوقت للتردد)
عن تعقيدات الحمل والولادة والنضج والولود الجديد
(دليل السيدات)

قبل ما نوزع أى حاجة مطبوعة على السيدات لازم ناخذ رأيهم فيها الأول ونشوف هل الكلام اللي فيها واضح ومفهوم لهم ولا لا. إيه اللي حبوه فيها واللى ما حبهوش فيها وإيه اقتراحاتهم . معنى كده إن اقتراحاتكم اللي حتقولوها وأى كلمة أو تعليق منكم حيكون مفيد جداً بالنسبة لنا وحنستخدمه فى تطوير المطبوعة دى بحيث إن إحنا نطبعها بعد التعديلات اللي اتتو شايفينها فى شكلها النهائي واحنا ضامنين نجاحها.

إحنا النهاردة عندنا ٤ مطبوعات عايزين ناخذ رأيكم فيها حنبدأ واحدة بواحدة بالترتيب، المطبوعة الأولى عن الحمل.

فلاير الحمل:

مقدمة : ياريت نقرأ المطبوعة دى مع بعض صفحة بصفحة (ماعدا الصفحة الأخيرة الخاصة بالحمل والولادة مسئولية) وحنقرأ أول أربع صفحات ، ياترى مين فيكم يحب يقرأ بصوت عالى علشان الكل يسمعه (أطلبى من إحدى المبحوثات القراءة بصوت عالى ودونى ملاحظاتك حول الكلمات التى يحدث خطأ فى قراءتها أو تعثر فى نطقها).

١ - بعد ما قرئتم الأربع صفحات كده تقدر كل واحدة منكم تقوللى بلغتها كده الصفحات دى عاوزة تقول إيه ؟ وفهمتموها منها إيه؟

(استرسلى واسألى إذا وجدت خطأ فى الفهم) إيه اللي خلاكى فهمتى كده؟

- ٢ - هل فيه أي علامات خطر تانيه غير اللي اتقالت دي لو حصلت للست الحامل لازم ينقلوها للمستشفى على طول ومفروض تتضاف هنا؟
زى إيه ؟ وإيه تانى ؟ وإيه كمان؟
وهل بتحصل كتير؟
- ٣ - هل فيه أي علامة من علامات الخطر دي انتى شايفة إنها عادية وماتعتبرش علامة خطر وماتستاهلش تروحي المستشفى لو حصلت؟
زى إيه؟
وليه قلتي إنها عادية وماتستحقش مرواح للمستشفى؟
- ٤ - هل فيه أي علامة من علامات الخطر دي مش مفهوم معناها إيه بالنسبة لك أو مش واضحة ليكي؟
- إيه اللي مش واضح فيها؟
- أمال انتو بتقولوا على الحاجة دي ؟ أو بتسموها إيه؟
- ٥ - طيب هل فيه أي كلمة أو عبارة مش مفهومة ليكو فى الكلام ده أو أي عبارة أو جملة بشكل عام مش مفهومة ليكو؟
- أنهى عبارة أو جملة أو كلمة؟
- وإيه اللي مش مفهوم فيها ؟ (اشرحى معناها)
- طيب من وجهة نظركو كده ممكن نقول إيه بدالها؟
- ٦ - طيب فيه أي كلمات انتو معترضين عليها أو شايفين أنها كلمات مفروض ماتتقالش؟
- زى إيه ؟ وليه معترضين عليها؟
- طيب نغيرها إزاي ؟ ونقول مكانها إيه؟
- ٧ - ياترى الصور الموجودة جنب علامات الخطر دي بتعبر فعلاً عن الكلام اللي جنبها أو ماشية مع الكلام من وجهة نظركو ولا لا؟

- أنهى صور شايفين أنها مش ماشية؟

- ليه قلتو كده؟

- طيب إزاي تترسم بحيث أنها تكون ماشية مع الكلام من وجهة نظركو؟

(استخدمى الدليل الإضافى الخاص بالمناقشة التفصيلية للصور)

٨- طيب فيه أى صور انتو معترضين عليها أو شايفين إنها صور مش لائقة أو مش واضحة؟

- زى إيه؟ وليه معترضين عليها؟

- طيب غيرها إزاي ونقول مكانها إيه؟

٩ - المطبوعة اللى فى ايديكو دى فيها علامات خطر مفروض لو حصلت أى علامة منها للست الحامل إنها تروح للمستشفى على الفور، بعد ماقريتها ولو فرض إنكم حوامل حقولكم العلامات دى واحدة واحدة وانتو تقولولى لو حصلت معاكو حتروحو المستشفى على طول ولامش حتروحوا؟

(أذكرى العلامات علامة علامة واسألنى المبحوثات واحدة واحدة وفى حالة إذا

ذكرت إحدى المبحوثات أنها لن تذهب أسألها :

- ليه مش حتروحى المستشفى لو حصل ده معاكى.

(استرسلى فى الأسئلة حتى نعرف بالتفصيل أسباب عدم الرغبة فى الذهاب).

١٠ - ياريت نقرأ مع بعض الشعار الخاص بالمطبوعة الموجود فى نهاية الصفحة الأولى :

- ياترى الشعار مفهوم بالنسبة لكم؟

- طيب عايز يقول إيه؟

- طيب نقوله إزاي عشان يبقى مفهوم؟

- ياترى إنتو متفقين مع الكلام ده ولا لا؟ وليه لا؟

١١ - ياريت نبص على الصفحة الآخيرة اللى عنوانها «الحمل والولادة مسئولية»

- ونقرأها مع بعض (أطلبى من إحدى المبحوثات القراءة).
- ياترى فيه أى حاجة مش مفهومة ليكو فى الصفحة دى؟
- إيه اللى مش مفهوم فيها . (اشرحى المعنى).
- طيب نقوله إزاي من وجهة نظرك علشان يبقى مفهوم؟
- ياترى انتو متفقين مع الكلام ده ولا لأ؟
- ١٢- بصفة عامة كده إيه أكثر حاجة حبتوها فى المطبوعة دى؟ وإيه كمان، وإيه تانى؟

- ١٣- وإيه أكثر حاجة ما حبتوهاش فى المطبوعة دى؟
- وإيه كمان ؟ وإيه تانى؟
- ١٤- طيب بصفة عامة لون المطبوعة عاجبكو ولا لأ؟
- ليه لأ؟
- ١٥- إيه اقتراحاتكم بصفة عامة علشان نعدل المطبوعة دى ونحسنها قبل ما نطبعها فى شكلها النهائى ؟

يتم تكرار هذه الأسئلة بالترتيب مع الفلايرز الأخرى :

- ٢ - فلاير الولادة.
- ٣ - فلاير النفاس.
- ٤ - فلاير المولود الجديد.
- مع تعديل بعض كلمات سؤال (٢) وسؤال (٩) لتناسب الجمهور المستهدف من كل فلاير .

(بعد نهاية الفلايرز الأربعة)

* ياترى لو بصينا للعنوان الموجود على غلاف المطبوعات الأربعة اللى هو «الحمل والولادة مسئولية» رأيكو فيه إيه كعنوان للكلام اللى إحنا اتناقشنا فيه . هل هو عنوان ملائم ولا لأ؟.

- فى حالة ملائم (ليه قلتى ملائم).
- فى حالة غير ملائم (ليه قلتى مش ملائم).
* طيب إيه رأيكم فى الشعار التانى المكتوب على خلفية حمراء (مافيش وقت للتردد)؟ هل هو مناسب ولا لآ؟
- فى حالة مناسب ليه قلت مناسب؟
- فى حالة غير مناسب ليه قلت مش مناسب؟
* ياترى شفتو العلامة دى ؟
- بتعنى إيه بالنسبة لكم؟
- فاهمين منها إيه؟
- لو العلامة دى بتعنى برنامج المساعدة الأمريكية. يفرق حاجه معاكم إنها تتحط ولا لآ؟
- تفرق إيه
* ياترى الحجم الصغير ده للمطبوعة مناسب ليكو إنكو تاخدوه البيت علشان تحتفظوا بيه ولا مش مناسب؟
- فى حالة مناسب ، ليه مناسب؟
- فى حالة غير مناسب ، ليه مش مناسب؟
- إيه الحجم المناسب من وجهة نظركو؟
* هل ليكو أى اقتراحات بصفة عامة لينا بعد ماشفتو المطبوعات الأربعة بحيث ناخذها فى اعتبارنا واحنا بنطبعها.
- زى إيه؟
- وإيه كمان؟ وإيه تانى؟

الدليل الإضافي التفصيلي
لمناقشة صور Flyers
الخاصة بالتعقيدات
(عند مناقشة أسئلة سؤال ٧ بالدليل الرئيسي)
(دليل السيدات)

١ - فلاير الحمل :

* أسألي صورة بصورة

- الست في الصورة دي بتشكي من ايه ؟

- (إذا جاءت الاجابة غير متفقة مع علامة الخطر نفسها) أسألي :

- ليه قلتي كده ؟

- أمال مفروض نرسمها ازاي من وجهة نظرك علشان بيان عليها علامة الخطر دي
(انكري العلامة) ولأ الصورة دي ممكن تعبر عن العلامة أحسن من أي رسم ثاني؟

٢ - فلاير الولادة :

* أسألي نفس الأسئلة السابقة

- (في صورة الأغماء) تأكدي :

* هل الست دي باين عليها الأغماء أم لا ؟

- (عند الحديث عن المشيمة لا تخرج خلال ٣٠ دقيقة من خروج المولود) أسألي:

* ايه رأيكم لو حطينا صورة بطن يظهر فيها المشيمة بس والببيبي خرج منها . هل
تبقى واضحة ومفهومة ولا لا ؟

* ليه لا ؟

* يعني نسيب العلامة دي من غير صورة ولا نخط صورة من وجهة نظركو؟

- (عند الحديث عن آخر علامة الخاصة برؤية الذراع والقدم) أسألي :

* ليه قلتي كده ؟

٣ - فلاير النفاس :

- أسالي نفس الأسئلة المذكورة في فلاير الحمل .
- (عند صورة ارتفاع درجة الحرارة) أسالي :
- (المفروض في الصورة أن الراجل حيحط ايده اليمين على جبين الست علشان يشوف درجة حرارتها، ويمسك الكبايه في ايده الشمال . ايه رأيكو في كده ؟
- هل الراجل ايده على رأسها يشوفها سخنه ولا لا ؟

٤ - فلاير المولود :

- هل الصورة الأولى واضح فيها أن درجة حرارة الطفل منخفضة ولا لا ؟
- * ليه قلتي كده ؟
- * طيب ازاي نبين بالرسم أن حرارة الطفل منخفضة ؟
- هل صورة عدم إخراج البول أو البراز واضحة ولا لا ؟
- * هل لو اتحط في الصورة كافولة نظيفة جنبه ممكن تتفهم أحسن ولا لا ؟
- هل صورة التشنج واضح فيها أن الطفل عنده تشنج ؟
- * الطفل لما يتشنج بيعمل ايه ؟
- * هل الطفل اللي بيتشنج لازم يجز على أسنانه ؟
- هل واضح أن الطفل ده رافض للرضاعة ؟
- * ليه قلتي كده ؟
- * هل الطفل اللي رافض الرضاعة بيبقى هادي كده ولا شكله بيبقى ايه ؟
- اكمل بقية الصور بسؤالك عن الطفل وما الذي يشكي منه ؟ أي مثل أسئلة فلاير الحمل.

التسجيل والولاية (مستوى)



مفتحة وقبلة للشرطة

والجانب الآخر من الجرح
 الجرح الآخر من الجرح
 الجرح الآخر من الجرح
 الجرح الآخر من الجرح



<p>الصداع والتهاب العنق</p>	<p>التهاب المعدة والأمعاء</p>	<p>التهاب الرئة</p>
-----------------------------	-------------------------------	---------------------

في حالة الطوارئ اتصل بـ:

المكان : _____

العنوان : _____

الطيفون : _____



صحة واحدة وصحة واحدة (مستوى)

وقته وحسنه (مستوى)

فقط وحسنه (مستوى)

وقته وحسنه (مستوى)

صحة واحدة وصحة واحدة (مستوى)

وقته وحسنه (مستوى)

فقط وحسنه (مستوى)

وقته وحسنه (مستوى)

صحة واحدة وصحة واحدة (مستوى)

وقته وحسنه (مستوى)

فقط وحسنه (مستوى)

وقته وحسنه (مستوى)

Guide to Focus Group Discussions (FGDs) With Taxi & Microbus Drivers On the Market Test of the CNG Spot

We are conducting a research, the main objective of which is to find out about your opinion concerning some spots before airing on TV. We are showing them to you in this stage just to know what you think of them. Thus, in case you think anything should be altered, we could then apply it on the final version of the ad, so as not to waste the cost of production of the ad. Of course, your opinions are very important to us, and we would like you to tell us everything you have to say, as simple as it may appear, because any comment you have would help us put these ads in a final version which is satisfactory to all of you when broadcast on TV.

Pre-testing the first ad:

(Show the video tape to the respondents. Ask them to concentrate while watching the ad. After having played it the first time, play it once again after having asked them to concentrate very well on the ad, as you will ask them some questions thereupon).

1- After having watched this ad, I would like each of you to tell me what he understood from it? In other words: what does this ad want to say? And what else? Such as what? ... etc.

2- What made you say that?

(In front of us, we have a script with all the comments and opinions of taxi and microbus drivers and car owners. Let us read them all together).

3- Is there any word, phrase or sentence in the ad that may be misunderstood, or that would not be understood at all (i.e. difficult?)

- Such as what?
- Why did you say that?
- So, how can we better put it?

4- Is there anything you object to in this ad: any idea, sentence, phrase or word?

- What is it?
- What don't you like about it?
- In your opinion, how can we change it? Or what do you think could we do to improve on it?

5- Are there any picture(s) you don't understand or you object to in this ad?

- What is it?
- What don't you like about it?

- In your opinion, how can we change it? Or what do you think we could do to improve on it?

(Collect the scripts from the respondents)

6- This ad mentioned a number of benefits for CNG. What are their benefits? And what else?

7- Do you believe what is being said in the spot?

- What don't you believe?
- What can be altered in the spot to make you believe what is being said?

8- After having watched this ad, are you encouraged to change to CNG?

- How did it encourage you to do so?
- Or how did it discourage you to do so?
- What makes you decide to do so in the future?

9- If you tried to describe the taxi drivers in this ad, how would you describe them?

- What made you say that?

10- Do you respect the way the taxi drivers and microbus drivers think?

- Why do you respect the way they think?
- Why don't you respect the way they think?

11- So, can we thus conclude that you liked this ad or not?

12- (In case they liked the ad)

- What did you like about this ad? What else?
- And what didn't you like about this ad?
- How can we change it in your opinion?

13- (In case they did not like the ad)

- What made you dislike this ad? What are the things you did not like about it? And what else?
- But is there anything at all you *did* like about the ad? What is it?

14- Generally speaking, what are your recommendations to us while amending this ad, so as to be clearer and more comprehensible, for people to like it and to look its best when broadcast on TV?

Pre-testing the second ad:

Same questions as above will be repeated.

دليل المقابلة المتعمقة
لاختبار Flyers (لاوقت للتردد)
عن تعقيدات الحمل والولادة والنفاس والمولود الجديد
(دليل الأطباء)

مقدمة:

عندنا أربع Flyers أو بامفليت عن التعقيدات اللى بتحصل للسنتات أثناء الحمل والولادة وفى فترة النفاس واللى بتحصل للمولود الجديد كنا عاوزين نعرضها عليك وناخد رأى حضرتك فيها وإيه اقتراحاتك بالنسبة لها لأن اقتراحاتك وأرائك مفيدة جداً وحنستخدمها فى تعديل المطبوعات دى قبل مانطبعها فى شكلها النهائى.

فلاير الحمل:

١ - ياترى علامات الخطر الخاصة بفترة الولادة اتقالت بشكل علمى واضح فى البامفليت ده؟

- فى حالة لا . إيه اللى شايف إنه اتقال بشكل غير علمى.

- وإزاي ممكن نخليه علمياً واضح؟

٢ - هل فيه أى علامات خطر تانية غير اللى اتقالت دى لو حصلت للسنت الحامل لازم ينقلوها المستشفى على طول ومفروض تنضاف هنا؟

- زى إيه ؟ وإيه كمان ؟ وإيه تانى؟

- وهل بتحصل كثير؟

٣ - هل فيه أى علامة من العلامات دى ممكن السنتات وأهاليهم مايفهموهاش؟

- زى إيه؟

- وليه مش حيفهموها من وجهة نظرك؟

- طيب إزاي نخليها مفهومة ليهم؟

٤ - طيب هل فيه أى كلمة أو عبارة حضرتك شايف إنها مش حتكون مفهومة

بالنسبة للستات وأهاليهم؟

- أنهى كلمة أو عبارة أو جملة؟

- وإيه اللي مش مفهوم فيها؟

- طيب ممكن نقول إيه بدالها؟

٥ - طيب هل فيه أي كلمات انتو معترضين عليها أو شايفين أنها مفروض

ما تتقالش؟

- زى إيه؟

- وليه معترضين عليها؟

- طيب نغيرها إزاي؟ ونقول مكانها إيه؟

٦ - طيب هل فيه أي صور انتو معترضين عليها أو شايفين إنها صور مش لائقة أو

مش واضحة؟

- زى إيه؟ وليه معترضين عليها؟

- طيب نغيرها إزاي ونقول مكانها إيه؟

٧ - ياترى الصور الموجودة جنب علامات الخطر دي بتعبر فعلاً عن الكلام اللي

جنبها أو ماشية مع الكلام من وجهة نظركو ولا لأ؟

- أنهى صور شايفين أنها مش ماشية؟

- ليه قلتو كده؟

- طيب إزاي تترسم بحيث أنها تكون ماشية مع الكلام من وجهة نظركو؟

(استخدمى الدليل الآخر الإضافى الخاص بمناقشة الصور تفصيلاً)

٨ - بصفة عامة إيه أكثر حاجة حبيتها فى البامفليت ده؟

- وإيه تانى؟

٩ - وإيه أكثر حاجة ما حبيتهاش فى البامفليت ده؟

- وإيه تانى؟

١٠- إيه اقتراحاتكم بصفة عامة علشان تطور البامفليت ده ونحسنها قبل مانطبعها
فى شكلها النهائى؟

يتم التكرار مع الـ Flyers الثلاثة الأخرى

فى النهاية :

* إيه رأيكم بصفة عامة فى الشعار العام للمطبوعات «الحمل والولادة مسئولية»
و«ما فيش وقت للتردد» ؟

- هل ليكو أى تعليق على الشعارات دى ؟

- إيه هى؟

* فيه مقاسين عندنا للبامفليت دى مفروض إن إنتو تشرحوا عليها للسنتات. المقاس
الكبير ده والمقاس الصغير ده .

- أنهى مقاس من وجهة نظرك مفروض نطبعه؟

- فى حالة المقاس الكبير ، ليه اخترت المقاس الكبير؟

- فى حالة المقاس الصغير ، ليه اخترت المقاس الصغير.

* طيب إيه رأيك فى فكرة إن إحنا نعلق المقاس الكبير ده على الحائط كأنه بوستر؟

- ليه موافق؟

- ليه مش موافق؟

- إيه اللى ممكن يخليك توافق؟

* هل ليكو أى اقتراحات بصفة عامة على المطبوعات الأربعة مفروض ناخذها فى
الاعتبار قبل مانطبعها علشان تؤدى الغرض المعمولة عشانه.

- زى إيه ؟ وإيه كمان؟ وإيه تانى؟

دليل اجراء
جلسات المشورة
Counseling sessions

التجهيز للجلسة :

* جلسة الاستشارة يجب أن تعقد بين الممرضة أو الرائدة الريفية أو المثقفة الصحية من ناحية وبين إحدى العميلات من ناحية أخرى .

* يجب أن تحتوي جلسة المشورة علي ما يلي :

* الممرضة / الرائدة الريفية / المثقفة الصحية .

* إحدى العميلات (متعلمه مرة / غير متعلمه في مرة أخرى)

* اللوحة القلابة.

* مكان مغلق في الوحدة الصحية أو المركز الصحي .

* جهاز تسجيل لتسجيل الجلسة بالكامل .

* من شروط جلسة المشورة أن تجرى في الظروف الطبيعية وأن يكون للعميله كامل الحرية في سؤال كل ما يعز لها من أسئلة حيث يتم الاجابة عليه من الممرضة أو الرائدة الريفية حيث أن الهدف الأساسي هو اختبار اللوحة القلابة ومدى فهمها في ظروف العمل الفعلية.

* يجب عدم مقاطعة جلسة المشورة من جانب الباحثة إلا اذا طلبت الممرضة أو الرائدة الريفية أو المثقفة الصحية التدخل لتوضيح شئ معين .

* بعد انتهاء جلسة المشورة يتم سؤال كل من السيدة (العميلة) ثم الممرضة أو
الرائدة الريفية أو المثقفة الصحية حسب الدليل التالي :

أسئلة العميلة :

١- بصفة عامة كده . هل المعلومات المذكورة في اللوحة القلابه اللي حضرتك شفتيها
دي كانت مفهومة بالنسبة ليكي ولا مش مفهومة ؟

٢- (فى حالة غير مفهومة) ايه اللي مش مفهوم فيها ؟

٣- (فى حالة غير مفهومة) ازاي ممكن نخليها مفهومة من وجهة نظرك ؟

٤- (فى حالة مفهومة بشكل عام) هل فيها أى شئ أو جزئية مش مفهومة ؟

٥- (فى حالة نعم) انهى جزئية وايه اللي مش مفهوم فيها ؟

٦- بصفة عامة هل فيه أى معلومات معينه عن الرضاعة الطبيعىة مش موجودة
في اللوحة دى وشايفين ان أحنا لازم نضيفها علي اللوحة دى ؟

٧- (فى حالة نعم) ايه هى ؟ وايه كمان ؟ وايه تانى ؟

٨- هل ليكو أى أسئلة فى مجال الرضاعة الطبيعىه بصفة عامة عاوزين
اجابات عليها ؟ ايه هى الأسئلة دى ؟

* (اعطى للسيدة النسخ الثلاثة من المطويات والحافظة قبل أن يتم سؤالها للأسئلة
التاليه)

٩- هل حضرتك شايفه أن الصور الموجوده في المطوية دى اللي هى نفس الصور
الموجوده في اللوحة القلابه واضحة ومفهومة ولا لأ ؟

١٠- (فى حالة لأ) ايه اللي مش مفهوم ومش واضح فيها ؟

١١- (فى حالة لأ) هل ليكو أى اقتراحات معينه لتعديل أى صورة من الصور
علشان تبقى واضحة ومفهومة ؟ ايه هى الاقتراحات دى ؟

١٢- ياترى حضرتك شايفة انه عادي نخط الصور الموجودة في المطوية دي اللي حتاخذوها معاكي البيت ولا حضرتك معترضة عليها وشايفة انها غير لائقة وممكن تثير الخجل ؟

١٣- ليه قلتي كده ؟

١٤- (فى حالة غير لائقة) طيب ازاي نشرح المعلومات دي للسيدات بدون صور توضيحية علشان تبقي مفهومة بالنسبة لكم ؟

١٥- بصفة عامة كده لو اتوزع عليكو المطوية دي علشان تاخذوها البيت حتحتفظوا بيها ولا لا ؟

١٦- (فى حالة لا) ليه مش حتحتفظى بيها ؟

١٧- ايه الظروف اللي ممكن تخليكو ترجعوا لها تانى وتبصوا فيها ؟

١٨- احنا معانا ٣ أشكال مقترحة مفروض ان احنا نطبع شكل واحد منهم بس . الحافظة دي اللي فيها مجموعة اوراق منفصلة . والمطوية دي اللي ألوانها غامقة . والمطوية دي اللي ألوانها فاتحة . انهي شكل فيهم عاجبكوا اكثر وعاوزينا نطبعة ؟

١٩- اشمعنى الشكل ده بالذات . ايه اللي عاجبكوا فيه ؟

٢٠- ايه الى مش عاجبكوا فى الأشكال الثانية ؟

٢١- بصفة عامة كده هل ليكى أى اقتراحات عاوزانا ناخذها فى الاعتبار واحنا بنطور المطبوعات دي قبل ما نطبعها ؟

٢٢- ايه هي ؟ وايه كمان ؟

أسئلة للممرضة / الرائدة الرياضية / المثقفة الصحية :

- ١- ياترى بعد حضرتك ما جربتتي اللوحة القلابة دى مع الستات . نقدر نقول أنها مفهومة بشكل عام ولا لا ؟
- ٢- (فى حالة لا) ايه اللي مش مفهوم فيها ؟
- ٣- (فى حالة لا) وازاى ممكن نعدله علشان يبقى مفهوم ؟
- ٤- هل بصفة عامة اسئلة الست دى كانت أسئلة عادية طبيعية بالنسبة للوحة القلابة ولا كانت اكثر من اللازم ؟
- ٥- وده كان ليه من وجهة نظرك ؟
- ٦- هل بيختلف رد فعل الست المتعلمه عن الست غير المتعلمه من وجهة نظرك لما تيجي تشرحي ليهم اللوحة القلابة ؟
- ٧- ليه قلتي كده ؟
- ٨- بعد ما عملتي جلسة المشورة دى ومن واقع الاختبار الفعلى ليها ايه هى اقتراحاتك اللى لازم ناخدتها فى الاعتبار علشان تطور اللوحة القلابة دى قبل ما نطبعها ؟ وايه ثانى وايه كمان ؟

١٤ - ياتري الشكل بتاع المطبوعه دى وكونها بتتطبق وبتتفتح بالطريقة دي

عاجبكو ولا لا؟

- ليه عاجبكو؟

- ليه مش عاجبكو؟ امال تقترحوا ايه؟

١٥ - وياترى بصفة عامه التصميم الخاص بالمطبوعه وتوزيع الصور فيها جذاب

وملفت للنظر ولا لا؟

- ليه قلتي لا؟

١٦ - طيب بصفه عامه كده هل ليكو اى اقتراحات او تعديلات بحيث ان احنا

ناخدھا في اعتبارنا واحنا بنطبع المطبوعه دى؟ زى ايه؟

- وايه كمان وايه تانى؟