



Obywatelski Monitoring Sportu

Usłyszeć głos mieszkańca

Praktyczny narzędziownik pokazujący, jak zbierać ważne informacje od mieszkańców

Opracowanie: **Joanna Suchomska**
Pracownia Zrównoważonego Rozwoju

Toruń, grudzień 2013

Dlaczego powstał narzędziownik?

Przekazujemy Państwu narzędziownik - poradnik poświęcony zasięgnięciu opinii społeczności lokalnych w kwestiach dotyczących ich samych i gmin, w których mieszkają. Narzędziownik ma charakter praktycznego przewodnika po różnych technikach i metodach zbierania danych oraz poznawania opinii mieszkańców. Pokazuje, jak rozmawiać z mieszkańcami, aby uzyskać odpowiedzi na stawiane pytania. Podpowiada, jaką metodę wybrać w danej sytuacji oraz pokazuje przykłady działań, z których warto czerpać inspiracje.

W narzędziowniku opieramy się na własnych doświadczeniach z zakresu prowadzenia diagnoz lokalnych, czyli badań społeczności, które służą poznaniu jej opinii i wiedzy na dany temat. Przedstawiamy narzędzia, z których sami korzystaliśmy lub takie, które uważamy za warte zastosowania.

Narzędziownik ma pomóc w zrozumieniu sensu prowadzenia diagnozy lokalnej oraz dostarczyć praktycznych wskazówek, jak w dostępny, ale jednocześnie prawidłowy sposób zbierać informacje od lokalnych społeczności.

O czym przeczytacie w narzędziowniku

Czym jest diagnoza lokalna. Po co się za nią zabierać	4
Diagnoza realizowana przez członków badanej społeczności	5
Kroki w diagnozie lokalnej	7
Metody ilościowe zbierania danych	10
Ankieta internetowa	10
Sonda uliczna	19
Jak zadać dobrze (dobre) pytania, przygotowując kwestionariusz	24
Metody jakościowe zbierania danych	25
Wywiad indywidualny	25
Od czego zacząć? Metody jakościowe a ilościowe	33
Animacyjne i grupowe metody zbierania danych	34
Akcje plenerowe	34
Spacer badawczy	41
Warsztatowe metody zbierania danych	46
World Cafe	46
Sąd obywatelski	52
Warsztaty przyszłościowe	57
Otwarta przestrzeń	64
Co po zakończeniu diagnozy	68
Bibliografia i polecane publikacje	69

Czym jest diagnoza lokalna. Po co się za nią zabierać

Diagnoza lokalna (społeczna) to **badanie społeczności lokalnej, które służy poznaniu jej potrzeb i oczekiwań w danym obszarze**. Jednym z zadań uczestników Obywatelskiego Monitoringu Sportu (OMS) jest właśnie zbadanie, jakie potrzeby i oczekiwania dotyczące sportu gminnego mają mieszkańcy monitorowanych gmin.

Przeprowadzając diagnozę, sięgamy do wiedzy i doświadczeń ludzi tworzących daną społeczność lokalną, ekspertów, a także organizacji i instytucji związanych z daną społecznością. Pamiętajmy o dotarciu do ważnych, ale często wykluczanych grup mieszkańców - takich, których głos często nie jest brany pod uwagę albo takich, których nigdzie nie słyhać, np. młodzieży.

Celem diagnozy lokalnej jest poznanie potrzeb, oczekiwań i problemów społecznych w odniesieniu do sprawy, którą się zajmujemy. W przypadku OMS, najogólniej rzecz biorąc, sprawą, o której uczestnicy mają rozmawiać z mieszkańcami, jest wpływ polityki sportowej gminy na życie jej mieszkańców oraz możliwość wpływu mieszkańców na kształtowanie polityki. W tych ramach powinniście poszukiwać bardziej szczegółowych problemów, o których warto porozmawiać z ludźmi.

Diagnoza umożliwia nam zdobycie rzetelnej wiedzy, dzięki której dobrze orientujemy się w naszym środowisku. Dostarcza argumentów w rozmowach, na przykład z przedstawicielami władz gminy. Posiadana wiedza jest podstawą do dobrego planowania działań, których nie podejmiemy na chybił trafił. Dzięki diagnozie lokalnej stwarzamy także mieszkańcom i różnym grupom społecznym przestrzeń do wyrażenia własnych potrzeb i opinii odnośnie konkretnej sprawy.

Tak więc w OMS diagnoza lokalna, między innymi, pozwoli:

- uczestnikom monitoringu zebrać dane niezbędne do napisania raportu podsumowującego monitoring sportu, spojrzeć na temat zarządzania sportem

lokalnym z punktu widzenia mieszkańców, zdobyć sprzymierzeńców do wprowadzania zmian;

- mieszkańcom wypowiedzieć się na ważny dla nich temat, uświadomić, jak kształtowana jest polityka w ich samorządzie i jaki mogą mieć na nią wpływ.

Diagnoza realizowana przez członków badanej społeczności

Diagnoza lokalna, którą realizują sami członkowie danej społeczności, jest **diagnozą partycypacyjną**. Ta sytuacja dotyczy właśnie Was. Waszym atutem jest to, że znacie lokalne konteksty, dzięki czemu możecie dotrzeć do szczególnych grup mieszkańców nawet tych, którzy często są pomijani we wszelkiego typu rozmowach o kwestiach gminy bądź sami się w nie nie angażują.

Jak zbierać informacje, aby nie zniechęcić mieszkańców

1. Przeprowadzane badanie musi być **widzialne w społeczności**. To oznacza, że informujecie mieszkańców tym, kto i w jakim celu przeprowadza badanie. Dzięki temu mieszkańcy będą mieć świadomość, kim jesteście i dlaczego zajmujecie się np. tematem sportu.
2. Powinniście zadbać o to, aby **dotrzeć do wszystkich grup zainteresowanych**, szczególnie dać możliwość wypowiedzenia się grupom zwykle marginalizowanym.
3. Należy zastosować techniki i metody badawcze **otwierające mieszkańcom** na siebie i na badany problem – w tym przypadku sprawy sportu. Warto zastosować takie metody badań, w których ludzie wspólnie zastanawiają się

nad konkretnym problemem w sporcie.

4. Zebrane wyniki **prezentujecie społeczności i mieszkańcom uczestniczącym w Waszym badaniu. Powinniście również pamiętać, aby dać mieszkańcom szansę przekazania Wam informacji zwrotnej** na temat samych wyników i sposobu przeprowadzania badania.
5. Wyniki Waszego badania muszą być **powszechnie znane i zrozumiałe dla mieszkańców. Dzięki temu będziecie mogli liczyć na większe zrozumienie i poparcie działań** opartych na wynikach diagnozy lokalnej.
6. Pamiętajcie, aby w czasie rozmów z mieszkańcami, jak i później, **poinformować o planowanych działaniach i możliwości zaangażowania się** w dalsze etapy pracy.

Kroki w diagnozie lokalnej

Proces prowadzenia diagnozy lokalnej składa się z kilku etapów, do których musicie dobrać poszczególne narzędzia.

Zanim zabierzecie się za realizację diagnozy, zaplanujcie swoją pracę. Warto od samego początku pracować zespołowo, więcej pomysłów i różne perspektywy pozwolą lepiej przygotować badanie. W narzędziowniku przejdziemy przez kolejne kroki realizacji diagnozy lokalnej, skupiając się na metodach i narzędziach badawczych oraz tym, jak i dlaczego zastosować daną technikę, przeprowadzając diagnozę.

Po kolei:

1. **Określcie, co chcecie zbadać (jaki jest problem) i dlaczego (jaki jest cel).**

Najpierw zastanówcie się, **co chcecie zbadać**. W OMS interesuje nas wzajemny wpływ sportowej polityki gminy i mieszkańców w obszarach: celów sportowych gminy, dostępu do obiektów, oferty sportowej, informowania mieszkańców, badania potrzeb i wspierania inicjatyw mieszkańców. Powinniście zadać sobie pytanie, czy w Waszej gminie dostrzegacie jakieś konkretne problemy w tych obszarach.

W poszukiwaniu problemu badawczego pomocne będzie śledzenie lokalnej prasy, for internetowych, portali społecznościowych, a jeżeli macie taką możliwość „podsluchanie”, czym aktualnie zajmują się przedstawiciele Waszych samorządów lokalnych (nad jakimi zmianami pracują) i o czym „mówi się na mieście”.

Wypiszcie sobie wszystkie czynniki, które kojarzą Wam się z diskutowanym tematem. W oparciu o dyskusję musicie wybrać konkretną sprawę - **problem badawczy**, którym się zajmiecie. Naszym zdaniem trudno będzie zbadać wnikliwie wszystkie kwestie – proponujemy Wam wybrać po jednym problemie z każdego z wymienionych wyżej obszarów.

2. Określcie źródła danych i grupę badanych osób

Zastanówcie się, skąd możecie czerpać informacje w danym temacie. Jakie dokumenty przeczytać, z kim porozmawiać i w jaki sposób taką rozmowę najlepiej przeprowadzić. Musicie wiedzieć, kogo dotyczy badany problem, z kim w urzędzie możecie o nim rozmawiać, aby dowiedzieć się czegoś wartościowego. Powinniście zarezerwować sobie czas, aby dowiedzieć się już na wstępie, kto w urzędzie zajmuje się sportem, czy istnieją organizacje, grupy sportowe – to wszystko są Wasi potencjalni „informatory”.

3. Zaplanujcie badanie

Zastanówcie się, czego potrzebujecie do zbadania wybranego problemu - jakie będą poszczególne elementy badania – jakich materiałów potrzebujecie, ile czasu i pomocy osób, które będą wspierały Wasze działania.

4. Zbierzcie dane i poznajcie opinię mieszkańców.

Zanim przystąpicie do bezpośrednich rozmów z mieszkańcami, warto dokładnie rozpoznać problem, który postanowiliście zbadać.

Zanim zaczniecie rozmawiać, warto zapoznać się z **dokumentami i danymi urzędowymi, informacjami zamieszczonymi w Biuletynie Informacji Publicznej, z budżetem gminy i jej wydatkami na poszczególne zadania, raportami opracowanymi przez urzędy czy instytucje, a także informacjami zamieszczonymi w Internecie i lokalnej prasie, które poruszają interesujący nas problem.**

Takie rozpoznanie daje Wam wiedzę wyjściową. Po przeprowadzeniu analizy danych możecie dobrać konkretne metody i techniki badawcze oraz grupy osób, do których musicie dotrzeć. Szczegółowo o wyborze narzędzi będzie za chwilę.

5. Podsumowanie wyników diagnozy lokalnej.

Przygotujcie całościowe zestawienie wyników badań, które przeprowadziliście. Jeżeli będziecie po kolei podsumowywać każdy etap badań (z każdej zastosowanej techniki zbierania danych) stworzenie raportu końcowego pójdzie Wam sprawniej.

6. Wykorzystanie wyników diagnozy lokalnej.

Zastanówcie się, jak wykorzystać wyniki Waszych badań. Jak w najlepszy sposób wykorzystać je w Waszych dalszych działaniach. Oczywiście staną się one podstawą do wyciągnięcia wniosków zawartych w raporcie, ale również możecie zainteresować wynikami diagnozy przedstawicieli samorządu i lokalne media. Pamiętajcie o poinformowaniu mieszkańców, przede wszystkim osób biorących udział w badaniu, o ich wynikach.

Metody ilościowe zbierania danych

Metody ilościowe nastawione są na zbieranie faktów, potwierdzanie przypuszczeń i hipotez, poznanie ogólnego zdania społeczności na dany temat. Wykorzystujemy tutaj wszelkie typy badań kwestionariuszowych, o których szczegółowo będzie mowa za chwilę. Odpowiadają na pytania **ile?, kto?, kiedy?**

Ankieta internetowa

Narzędzie zbierania szczegółowych informacji na poruszany temat. Umożliwia zadanie konkretnych, nawet złożonych pytań i uzyskanie konkretnych odpowiedzi, które można przedstawiać w postaci liczbowej (statystyk z wynikami badań).

Jest to metoda pośredniego zbierania danych, w której badacz i badany (respondent) nie mają ze sobą bezpośredniego kontaktu.

Ankieta internetowa umożliwia dotarcie do szczególnego typu odbiorcy - użytkowników internetu.

W monitoringu sportu możecie wykorzystać to narzędzie, aby zbadać opinie mieszkańców na różne tematy związane ze sportem lokalnym np. czy są zadowoleni z oferty sportowej gminy, czy korzystają z obiektów sportowych, co zachęciłoby ich do uprawiania sportu etc. Tak, jak zrobiła to autorka poniższej ankiety dotyczącej sportu w gminie Rokietnica: <http://www.ankietka.pl/wyniki-badania/30396/analiza-popytu-na-uslugi-sportowo-rekreacyjne-w-gminie-rokietnica.html>

Jak zbierać dane za pomocą ankiety internetowej? Wskazówki

Najważniejszą kwestią przy użyciu tego narzędzia jest skonstruowanie dobrego kwestionariusza ankiety (zestawu pytań).

Ważne jest stawianie dobrych pytań, a jednocześnie takich, które nie znudzą naszego respondenta odpowiadającego na pytania.

Ankiety warto wykorzystać w sytuacji, w której zależy Wam na uzyskaniu większej liczby opinii mieszkańców lub gdy szukacie informacji, jaki temat należy jeszcze bardziej pogłębić. Wyniki ankiety mogą dostarczyć Wam ciekawych inspiracji i wskazówek do dalszej pracy – technikami wymagającymi większych nakładów czasu jak np. wywiady. Warto rozważyć stosowanie ankiety również w sytuacji, gdy planujecie ilościową prezentację wyników (wtedy musicie pamiętać o zamkniętych pytaniach, aby łatwo obliczyć wynik).

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Ankieta internetowa jest narzędziem zbierania danych dostępnym dla każdego. Musicie jednak pamiętać, że stworzenie jej w dobry sposób wcale nie jest zadaniem łatwym. Proponujemy, żebyście dali do sprawdzenia ułożone pytania osobie, która nad nimi nie pracowała.

ILE TO KOSZTUJE:

- Ankieta internetowa jest **narzędziem bezpłatnym** (jeżeli korzystamy z bezpłatnych aplikacji, jak ta wspomniana wyżej lub formularzy dostępnych przez google docs).

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Czas zbierania danych za pomocą ankiety internetowej powinien wynosić **około miesiąca**. Przy czym powinniście co jakiś czas przypomnieć się potencjalnym respondentom wpisem na Facebook’u, Waszej stronie

internetowej czy stronie, na której zamieściliście ankietę. Warto także wykorzystać do tego lokalne media.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Przed przystąpieniem do zbierania danych za pomocą ankiety internetowej trzeba przeprowadzić **pilotaż**, czyli poprosić o wypełnienie ankiety kilka osób, najlepiej różnych grup odbiorców, np. seniorów czy młodzież. Umożliwi to sprawdzenie, czy pytania są zrozumiałe i czy badani nie mają problemów z udzieleniem odpowiedzi. Żeby się tego dowiedzieć, trzeba porozmawiać z osobą, która wypełniała ankietę i po prostu o te kwestie zapytać.
- Dobrze, jeżeli kwestionariusz układa bądź sprawdza osoba, która się na tym zna (np. socjolog/socjolożka). Jeżeli nie mamy kogoś takiego, ułożony kwestionariusz **musi sprawdzić jedna - dwie osoby, które nie uczestniczyły w jego tworzeniu**. Pozwoli to na weryfikację jego poprawności i może wnieść nowe, lepsze pytania. Jeśli nie będzie takich osób w Waszym otoczeniu, zawsze możecie wysłać Wasze ankiety do organizatorów monitoringu z prośbą o konsultacje.

ILE OSÓB NALEŻY ZBADAĆ:

- Liczba osób, które wezmą udział w badaniu w dużym stopniu zależy od tego, jak duża jest grupa naszych potencjalnych badanych (czy w naszej gminie dużo osób korzysta z internetu) i od naszych starań promujących badanie oraz poruszany w nim temat.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Link do utworzonej ankiety możecie przesłać mailowo do wybranych osób albo zamieścić na wybranej stronie internetowej (projektu, organizacji, urzędu gminy czy innej instytucji).
- W zbieraniu danych tą drogą ważne jest **rozpromowanie informacji o możliwości wzięcia udziału w badaniu**, szczególnie jeżeli link do ankiety

zamieszczony jest na stronie internetowej, a nie wysyłany bezpośrednio do adresatów.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Po naniesieniu wszystkich poprawek z pilotażu **zamieście kwestionariusz ankiety w sieci internetowej**. Możecie użyć do tego gotowych i darmowych narzędzi **www.ankietka.pl**, czy formularzy dostępnych przez google docs **docs.google.com**. Narzędzia te są łatwe w użyciu i wygodne, ponieważ w dużym stopniu same podsumowują zebrane odpowiedzi.

O CZYM JESZCZE NALEŻY PAMIĘTAĆ:

- Kwestionariusz musi mieć **wstęp**. Kilka zdań o tym, czego dotyczy badanie, w jakim celu je realizujecie (czyli czego chcecie się dowiedzieć od mieszkańców) i kto je realizuje (jaka organizacja, z jakich środków, w ramach jakiego projektu). Ważne jest także poinformowanie o anonimowości badania i czasie, jaki mniej więcej jest potrzebny na wypełnienie ankiety.
- Dobrze, jeżeli kwestionariusz ma **kilka typów pytań**: zamknięte jednokrotnego wyboru, zamknięte wielokrotnego wyboru, otwarte czy niedokończonych zdań. W ten sposób zapewniamy osobom wypełniającym ankietę możliwość pełnego wypowiedzenia się.
- Pamiętajcie o pozostawieniu badanym **możliwości zostawienia swojego adresu mailowego**. Możecie zachęcić respondentów tym, że będą poinformowani bezpośrednio o wynikach badań i dalszych etapach projektu, a tym samym zbierzecie kontakty do osób, które możecie włączyć na dalszych etapach działań.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA ANKIETY INTERNETOWEJ

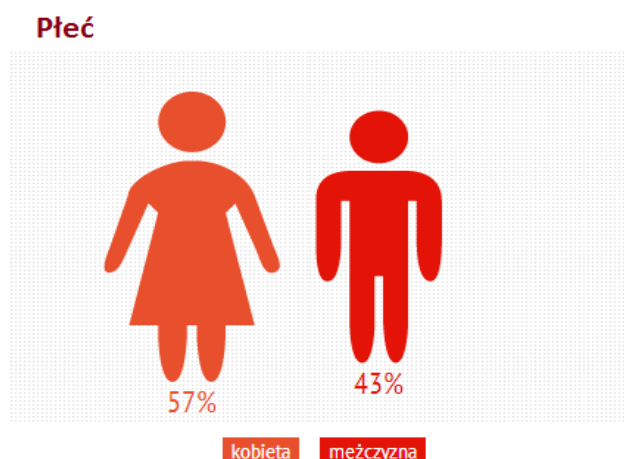
- + Ankieta internetowa jest łatwym narzędziem zbierania danych. Jeżeli dobrze skonstruujecie kwestionariusz ankiety, macie szansę uzyskać wiarygodne, konkretne i szczegółowe odpowiedzi na interesujący Was temat.
- + Jest też narzędziem bezpłatnym, jeżeli korzystacie z bezpłatnych narzędzi zbierania danych i pomocy znajomych czy specjalistów w pracy nad listą pytań w ankiecie.
- + Jest to narzędzie przyjazne dla badanych – mieszkańiec może wypełnić ankietę, kiedy ma na to czas i nie krępuje się obecnością ankietera zadającego pytania.
- + Ankieta internetowa to w pewnym stopniu narzędzie samodzielne. Jeżeli użyjecie dobrych aplikacji do zbierania danych, odpowiedzi w dużym stopniu będą podsumowane bez Waszej pracy.
- Podstawową słabością ankiet internetowych jest to, że nie macie kontroli nad tym, kto bierze udział w badaniu. Może się zdarzyć, że ankietę wypełni kilka razy ta sama osoba, co zaburza wyniki badań. Badania internetowe nie są badaniami reprezentatywnymi (nie odzwierciedlają w wiarygodny sposób opinii danej społeczności). Pokazują jedynie opinię osób, które wzięły udział w badaniu, wypełniając ankietę.

? Ankieta internetowa to specyficzne narzędzie badawcze, dostosowane do określonej grupy odbiorców. Warto się zastanowić, czy ankieta internetowa jest odpowiednim sposobem zbierania danych dla naszego problemu i społeczności, w jakiej mieszkamy. Jeżeli w Waszej gminie mieszka dużo osób starszych bądź dzieci, albo wiecie, że niewiele osób korzysta z Internetu, zastanówcie się nad wykorzystaniem innego narzędzia, które będzie w tym wypadku bardziej skuteczne.

Pamiętajcie, że macie również możliwość **wyłożenia ankiety w miejscu ogólnodostępnym dla mieszkańców**, np. w sklepie, w urzędzie gminy lub **rozesłania kwestionariuszy ankiet pocztą**.

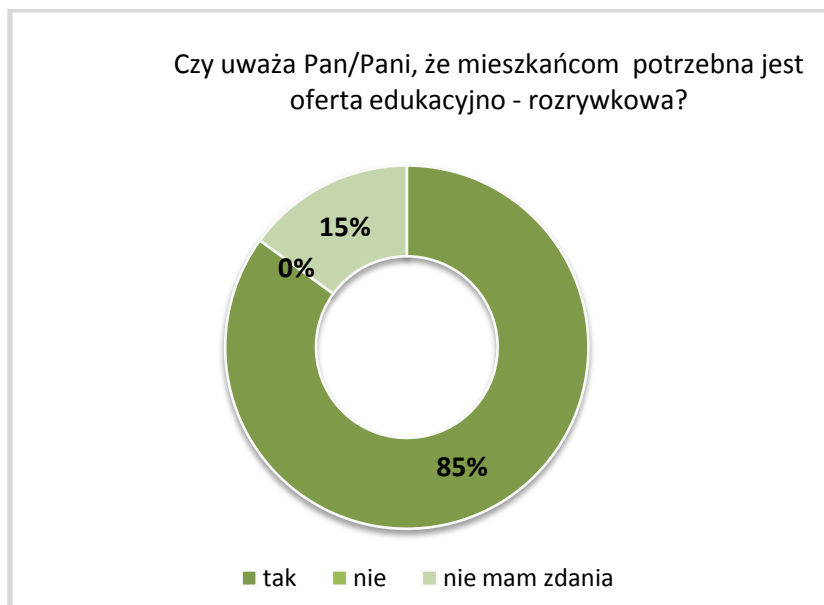
Jak prezentować wyniki ankiet

Dane zebrane dzięki ankietom warto przedstawiać w **różnorodnej formie**. Odpowiedzi z pytań zamkniętych przedstawione procentowo bądź liczbowo warto zaprezentować, używając różnego typu **wykresów zrobionych w excelu czy infografik**.



Infografika przedstawiająca liczbowy rozkład płci badanych. Taki obrazkowy wykres możemy uzyskać wykorzystując aplikację internetową dostępną pod adresem <http://infogr.am/>

Diagram prezentujący dane dotyczące płci respondentów w badaniu dotyczącym mediacji, Toruń 2013



Możecie także użyć standardowych wykresów (kołowych, słupkowych i innych), korzystając z programu excel.

Pamiętajcie o **zachowaniu wszystkich ważnych elementów wykresu:** tytułu, wartości liczbowych czy procentowych poszczególnych kategorii odpowiedzi, legendy odpowiedzi.

Wykres z badania jednego z uczestników akcji Masz Głos, Masz Wybór, 2012

Podsumowując odpowiedzi otwarte zawarte w ankiecie, najlepiej zapisać je w postaci **chmur tagów**, w których największe słowo oznacza najczęściej pojawiającą się odpowiedź. Można również **wyciągnąć najciekawsze wypowiedzi badanych i zapisać je w formie cytatów, wyróżniając je w tekście na różne sposoby** (innym kolorem, podkreśleniem, w ramce).



Do tworzenia chmur tagów warto wykorzystać proste i bezpłatne programy internetowe:

<http://www.wordle.net/>

<http://www.tagxedo.com/>

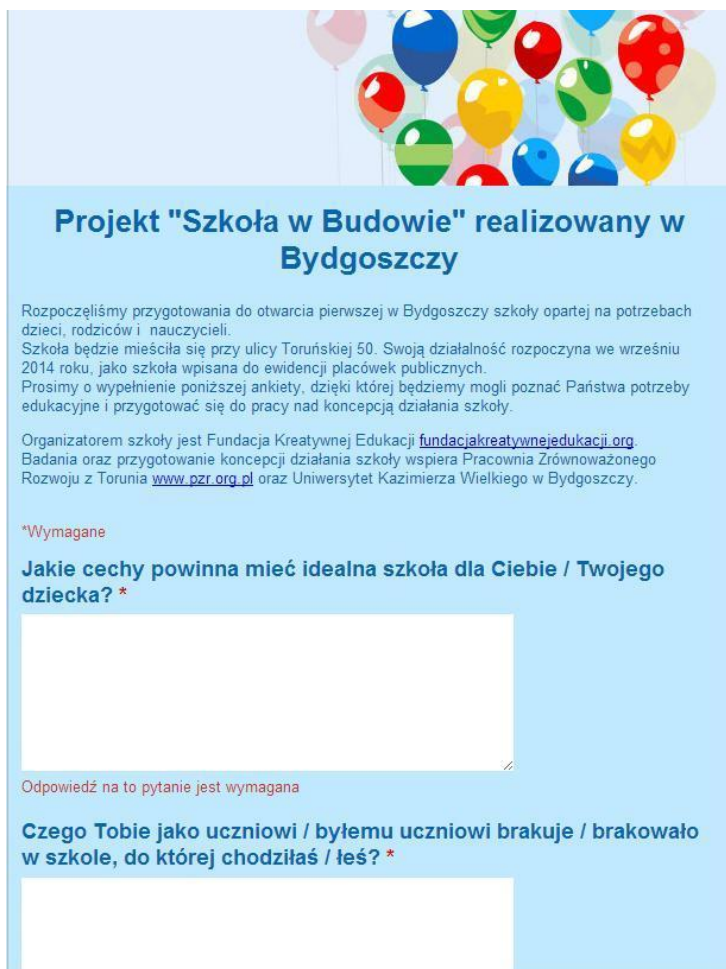
Wyniki sondażu w ramach projektu Strefa Cukru w Pruszczu Gdańskim, marzec 2012

- Ważne jest, aby zebrane w postaci wykresów, grafik i chmur tagów wyniki badania i opatrzyć **kilkoma zdaniami komentarza**.
- W podsumowaniu wyników nie możecie zapomnieć o poinformowaniu czytelników **o celu badania, w jakim czasie było realizowane, za pomocą jakiego narzędzia zbierania danych, ile osób wzięło udział w badaniu, kto i kiedy realizował badanie**.
- Pamiętajcie o przesłaniu wyników badania do osób, od których otrzymaliście adresy mailowe, podtrzymacie tym samym kontakt i być może zachęcicie do zaangażowania się w dalsze działania. Podsumowanie wyników obowiązkowo musi znaleźć się w miejscu, z którego można było wypełnić ankietę, nie zaszkodzi również zainteresować nimi lokalne media i władze.

Przykład

Ankieta internetową Pracownia Zrównoważonego Rozwoju zastosowała między innymi w projekcie *Strefa Cukru* dotyczącym zagospodarowania terenu byłej cukrowni w Pruszczu Gdańskim oraz w projekcie *Restart* dotyczącym rewitalizacji Starego Miasta w Toruniu. Ankieta została umieszczona w obu przypadkach na stronach internetowych projektów. W pierwszym przypadku wykorzystana została aplikacja **ankietka.pl**, w drugim formularze **google docs**.

W obu przypadkach narzędzie sprawdziło się. Poruszane w projektach tematy były mocno rozgłoszone medialnie, bliskie mieszkańcom, a duża część mieszkańców miast, w których realizowane były projekty, to stali użytkownicy Internetu.



Projekt "Szkoła w Budowie" realizowany w Bydgoszczy

Rozpoczęliśmy przygotowania do otwarcia pierwszej w Bydgoszczy szkoły opartej na potrzebach dzieci, rodziców i nauczycieli. Szkoła będzie mieściła się przy ulicy Toruńskiej 50. Swoją działalność rozpoczyna we wrześniu 2014 roku, jako szkoła wpisana do ewidencji placówek publicznych. Prosimy o wypełnienie poniższej ankiety, dzięki której będziemy mogli poznać Państwa potrzeby edukacyjne i przygotować się do pracy nad koncepcją działania szkoły.

Organizatorem szkoły jest Fundacja Kreatywnej Edukacji fundajakreatywnejedukacji.org. Badania oraz przygotowanie koncepcji działania szkoły wspiera Pracownia Zrównoważonego Rozwoju z Torunia www.pzr.org.pl oraz Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy.

*Wymagane

Jakie cechy powinna mieć idealna szkoła dla Ciebie / Twojego dziecka? *

Odpowiedź na to pytanie jest wymagana

Czego Tobie jako uczniowi / byłemu uczniowi brakuje / brakowało w szkole, do której chodziłeś / łaś? *

Tak może wyglądać kwestionariusz ankiety internetowej.

Tutaj formularz z działania dotyczącego powstawania szkoły demokratycznej w Bydgoszczy.

Wykorzystany został formularz dostępny przez google docs.

Formularz ankiety internetowej w projekcie *Szkoła w budowie*

Sonda uliczna

Sonda czy sondaż uliczny to metoda zbierania danych od mieszkańców oparta na bezpośredniej rozmowie przy użyciu przygotowanej listy pytań. Osoba przeprowadzająca sondaż czyta badanemu pytania, zaznaczając na bieżąco odpowiedzi na przygotowanej kartce.

W monitoringu sportu możecie przeprowadzić sondaż, jeśli chcecie dowiedzieć się, co mieszkańcy wiedzą o ofercie sportowej gminy i zależy Wam na otrzymaniu szybkiego wyniku.

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Sonda uliczna, w swojej najprostszej formie, w której nie dobieramy w specjalistyczny sposób odpowiednich osób do badania, a pytamy po prostu napotkanych mieszkańców, jest narzędziem bardzo przystępnym. Najważniejsze to dobry dobór pytań, których może być zaledwie kilka, i śmiałość w zachęcaniu mieszkańców do wypowiedzenia się.

ILE TO KOSZTUJE:

- Przeprowadzenie badania sondażowego, jeżeli realizujemy je własnymi siłami, wymaga od nas **jedynie poniesienia kosztów wydruku kwestionariuszy**. Dla każdego badanego musimy mieć osobny kwestionariusz pytań, na którym każdorazowo zapisujemy odpowiedzi.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Pojedynczy sondaż ma formę krótkiej, około **5 minutowej rozmowy**.
- Badanie sondażowe trwa różnie w zależności od liczby sondaży, które chcemy zrealizować, liczby ankierów i chęci badanych do rozmowy. Dobrze, żeby rozmowy z mieszkańcami w tym wypadku prowadziło więcej niż jedna osoba. Pamiętajcie, aby mierzyć siły na zamiary.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Jeśli zależy Wam na reprezentatywności sondażu, czyli odzwierciedleniu zdania ogółu mieszkańców danej miejscowości, warto poszukać pomocy socjologa/socjolożki.
- Warto zaangażować do działania grupę osób, które pomogą przeprowadzić sondaże. Mogą być to Wasi znajomi, grupa młodzieży z miejscowej szkoły lub członkowie zaprzyjaźnionej organizacji pozarządowej. Należy pamiętać o przygotowaniu grupy do prowadzenia rozmów – trzeba określić dokładnie, z kim mają rozmawiać i w jaki sposób.

ILE OSÓB NALEŻY ZBADAĆ:

- Liczba osób, którą należy wysondować dla miasta takiego jak Toruń (prawie 200 tys. mieszkańców) to jakieś 400 osób, dla mieszkańców wsi Mikołajki Pomorskie (nieco ponad 1 400 mieszkańców) to około 100 osób.
- Jeśli zależy Wam na reprezentatywności sondażu, czyli odzwierciedleniu zdania ogółu mieszkańców danej miejscowości, potrzebujecie socjologa/socjolożki, którzy dokładnie określą, ile osób, jakie osoby i w jaki sposób badać. Jeżeli nie macie dostępu do takiego specjalisty, zwróćcie się do urzędu gminy z prośbą o udostępnienie informacji na temat liczby, struktury wieku i płci mieszkańców naszej miejscowości. Dzięki temu zobaczycie jakich grup osób, o jakiej płci i wieku w gminie jest najwięcej i na tej podstawie spróbujcie określić, ile osób z jakiej grupy powinniście wysondować w Waszym badaniu, nikogo nie pomijając.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Najczęściej sondaż uliczny **przeprowadzacie w miejscach, w których spotkacie najwięcej mieszkańców, pytając każdego, kto ma czas i ochotę wypowiedzieć się w temacie badania.**

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Wydrukowane kwestionariusze (lista pytań) i długopisy dla osób prowadzących badanie. Przydatne będą również podkładki do pisania.
- Identyfikatory dla osób prowadzących sondaże z imieniem i nazwiskiem oraz nazwą organizacji lub działania, które reprezentują.

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Przeprowadzając sondaż, musicie przygotować **kwestionariusz - listę pytań, który dotyczy poruszanego problemu.** Zasady konstruowania kwestionariusza sondażu są takie same jak przy tworzeniu kwestionariusza ankiety.
- W przypadku sondażu pytań jest jednak zdecydowanie mniej 5 - 7, przeważają też **pytania zamknięte.** Z tego względu musicie się dobrze zastanowić nad doбором pytań, zadać takie i w takiej formie, z których będziecie mogli uzyskać najwięcej informacji.
- Ważne jest przeczytanie, a najlepiej powiedzenie, wprowadzenia o sondażu (analogicznie jak w ankiecie internetowej), w którym informujemy respondenta o tym, kto prowadzi badanie, w jakim celu, czego dotyczy badanie i gdzie będzie można znaleźć wyniki.
- Na początku warto przeprowadzić **pilotaż.** Pozwoli to sprawdzić, ile czasu zajmuje w przybliżeniu rozmowa z jedną osobą, zweryfikować poprawność dobranych pytań.
- Sondaż uliczny możecie także wykorzystać jako promocję dla Waszych kolejnych działań, np. rozdając ulotki osobom biorącym udział w badaniu.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA SONDAŻU

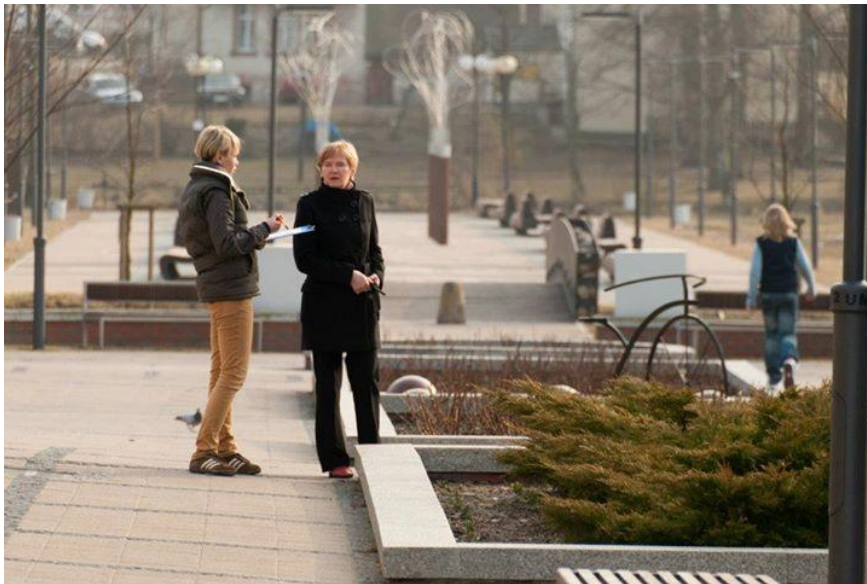
- + Sondaż uliczny jest techniką stosunkowo łatwą w swojej podstawowej formule. Umożliwia dotarcie do znacznie większej liczby mieszkańców niż w przypadku akcji ulicznych i zadanie im konkretnych pytań.
- + Przeprowadzając sondaż, uzyskujecie pewną wiedzę o opinii mieszkańców na dany temat i mocny argument w dyskusji nad podjętym problemem.
- + Wyniki sondażu pokazują Wam również wątki, które warto pogłębić na innych etapach badania, np. poprzez wywiady.
- + Bezpośrednia rozmowa z mieszkańcami umożliwi Wam poinformowanie o Waszych dalszych działaniach i zachęceniu do włączenia się.
- Sondaż w swojej podstawowej formie ma jednak swoje ograniczenia, między innymi: nie odzwierciedla opinii ogółu mieszkańców, pozwala na wychwycenie jedynie głównych, najważniejszych wątków podjętego problemu.

Jak prezentować wyniki sondażu

Do prezentacji danych liczbowych należy użyć jakiegoś **programu kalkulacyjnego**, np. excel. Zebrane dane w przypadku pytań zamkniętych trzeba podliczyć i zaprezentować je najlepiej w postaci kolorowych wykresów lub infografik.

Pytania otwarte możecie prezentować w postaci zestawienia **chmur tagów bądź przytoczenia i wyróżnienia w tekście ciekawych cytatów.**

Przykład



W projekcie *Strefa Cukru* Pracownia Zrównoważonego Rozwoju przeprowadziła sondaż z mieszkańcami z pomocą ankieterów – wolontariuszy.

W ciągu jednego dnia 10 ankieterów przepytowało 150 mieszkańców.

Sondaż dotyczący Cukrowni na ulicach Pruszcza Gdańskiego, marzec 2012

? Jak zadać dobre (dobrze) pytania, przygotowując kwestionariusz

W każdej formie zbierania danych pytania zadane mieszkańcom muszą zachowywać pewne reguły, aby były skuteczne. Przedstawiamy najważniejsze z nich:

- Aby dobrze sformułować pytanie trzeba znać temat, o który pytamy oraz grupę osób, której dotyczy.
- Pytania powinny być formułowane prostym językiem.
- W jednym pytaniu powinniście pytać o jedną rzecz i nie sugerować odpowiedzi sposobem zadania pytania.
- Pytania powinny być ułożone logicznie (np. od najbardziej ogólnych do szczegółowych).
- Pytania powinny mieć różną formę: pytania zamknięte, otwarte, niedokończonych zdań.
- Propozycje odpowiedzi zamkniętych muszą umożliwiać wybór możliwie wszystkich wariantów odpowiedzi i zostawiać opcje samodzielnej odpowiedzi respondenta poprzez zostawienie opcji „inne, jakie?”.
- W kwestionariuszach powinna znaleźć się metryczka, czyli pytania o płeć, wiek czy na przykład: wykształcenie, miejsce zamieszkania osób badanych.

Złe pytanie

Proszę dokończyć zdanie: *W naszej gminie nie dba się o sport, ponieważ...*

- Jest to pytanie sugerujące. Zakładamy z góry, że w gminie sport nie jest sprawą ważną. W tym kierunku pójdą też odpowiedzi badanych, które potwierdzą naszą bezpodstawną tezę. Może być też tak, że nie uzyskamy żadnych odpowiedzi, bo mieszkańcy nie będą potrafili odpowiedzieć na tak postawione pytanie.

Dobre pytanie

Proszę dokończyć zdanie: *Sport w naszej gminie jest...*

- Pytanie jest otwarte, niesugerujące żadnej odpowiedzi i nie kierujące odpowiedzi w pozytywną ani negatywną stronę.

Metody jakościowe zbierania danych

Metody jakościowe pozwalają na rozpoznanie tematu, zidentyfikowanie kluczowych aktorów oraz czynników wpływających na dany problem. Metody te pozwalają także na zaangażowanie społeczności. Znajdziemy tutaj wywiady, metody warsztatowe oraz różnego typu akcje angażujące mieszkańców. Odpowiadają na pytania **dlaczego? w jakim celu?**

Wywiad indywidualny

Metoda badań jakościowych polegająca na indywidualnej rozmowie z osobą wybraną ze względu na powiązanie z tematem, czyli w naszym przypadku posiadającą wiedzę i doświadczenie w zakresie sportu. Wywiad umożliwia pogłębienie poszczególnych wątków i poznanie subiektywnych opinii.

W monitoringu sportu możecie go przeprowadzić z urzędnikiem zajmujący się sportem w gminie, trenerami, zarządcami obiektów sportowych, organizatorami imprez sportowych, lokalnymi dziennikarzami, sportowcami czy bardziej zaangażowanymi widzami (kibicami). Zależy to od tematu, który będziecie chcieli z nimi omówić.

Jak zbierać dane za pomocą wywiadu indywidualnego. Wskazówki

Podejmując się przeprowadzania wywiadów indywidualnych, musicie wziąć pod uwagę dwie najważniejsze kwestie: odpowiedni dobór osób, z którymi będziecie rozmawiać oraz stworzenie dobrego scenariusza wywiadu. Scenariusz wywiadu jest listą zagadnień, które chcecie poruszyć podczas wywiadu. Proponujemy przygotować sobie szczegółową listę pytań, które zadane zostaną wprost podczas wywiadu. Scenariusz jest bardzo istotny, aby Wasza rozmowa nie poszła w innym kierunku, niż sobie założyliście. Jest też ułatwieniem dla osoby prowadzącej wywiad, by nie zapomniała o żadnym ważnym problemie, który chce poruszyć.

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Wywiad indywidualny jest techniką dość trudną. Do jej wykorzystania **trzeba się dobrze przygotować**, ćwicząc sam sposób prowadzenia rozmowy, tak żeby zapamiętać listę pytań i swobodnie prowadzić rozmowę. Spróbujcie stworzyć taki scenariusz z kimś znajomym i poprosić o sprawdzenie kolejną osobę niezaangażowaną w pracę albo socjolożkę/socjologa.

ILE TO KOSZTUJE:

- Technika ta jest bezpłatna, jeżeli wywiady wykonujecie własnymi siłami.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Długość wywiadu z jedną osobą uzależniona jest od stopnia rozbudowania listy pytań i tematów, które chcecie poruszyć. Pojedynczy wywiad trwa średnio od 40 minut do 1,5 godziny.

ILE OSÓB NALEŻY ZBADAĆ:

- Podejmując się badania tą techniką, zazwyczaj realizuje się **od kilku do kilkunastu wywiadów**. Zanim zaczniecie umawiać wywiady, warto zrobić

burzę mózgów i wypisać potencjalnych respondentów, aby nikogo nie pominąć.

- Osoby, z którymi zamierzacie rozmawiać, **nie mogą być przypadkowe**. To Wy musicie zdecydować, kto udzieli Wam odpowiedzi na dany temat - ma w tym zakresie wiedzę i doświadczenie. W przypadku sportu pewnie będzie to urzędnik zajmujący się tym zadaniem w gminie, trenerzy, właściciele obiektów sportowych, organizatorzy imprez sportowych, lokalni dziennikarze, sportowcy i bardziej zaangażowani widzowie (kibice).

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Najlepiej gdy miejsce spotkania jest neutralne. W miejscu pracy badanego czy Waszym współpracownicy mogą przeszkadzać. Czasami jednak dla osób, z którymi prowadzicie wywiad, jest to najwygodniejsze (szczególnie dla urzędników), aby spotkać się w miejscu i godzinach pracy.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Musicie mieć ze sobą scenariusz wywiadu, aby nie zapomnieć o żadnym pytaniu i zerknąć na niego w razie potrzeby.
- Wskazane jest, by nagrywać wywiad, stąd potrzebny jest dyktafon (można użyć tego w telefonie komórkowym). Jeśli go nie macie, należy przygotować sobie długopis i notatnik.

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Przed przystąpieniem do rzeczywistego wywiadu przeprowadźcie **pilotaż**. Usiądźciez koleżanką/kolegą i przeprowadźcie sztuczną rozmowę. Sprawdzicie dzięki temu, czy pytania są zrozumiałe, ile trwa wywiad, sami będziecie czuć się bardziej pewnie jako badacze w trakcie wywiadu z respondentem. Po takim próbnym wywiadzie porozmawiajcie o błędach, które się pojawiły, o prowadzeniu rozmowy, poprawcie listę pytań, jeśli tego wymaga.
- Wywiady z reguły należy nagrywać, zawsze pytając o zgodę badanego i

tłumacząc, że ułatwi to prowadzenie wywiadu i późniejszą jego analizę. Jeżeli osoba, z którą będziecie rozmawiać, nie godzi się na nagrywanie, róbcie notatki w trakcie rozmowy, ponieważ nie ma możliwości wszystkiego zapamiętać.

- Z respondentem na wywiad trzeba się wcześniej umówić, telefonicznie bądź osobiście. Umawiając się na wywiad, wyjaśnijcie, kim jesteście, jaki jest cel badania, o czym chcecie porozmawiać i ile czasu taka rozmowa mniej więcej potrwa.

Uzgadniacie z badanym dogodny dla niego termin i miejsce spotkania (to Wy musimy się dostosować, oczywiście uwzględniając ramy czasowe badania, które sobie założyliście, najlepiej z góry zaproponować dwa najbliższe dni i negocjować ;)). Jeżeli jest to dość odległy termin, to warto na dzień przed spotkaniem przypomnieć się i potwierdzić wywiad.

- Rozpoczynając rozmowę z badanym, jeszcze raz przypomnieć o celu badania, tematach, które chcecie poruszyć i poinformowaniu kogo reprezentujecie.
- Wywiad powinien mieć formę swobodnej rozmowy opartej na przygotowanych przez Was pytaniach. Pozwalacie badanemu wypowiedzieć się na zadane pytanie. Jeżeli respondent udziela Wam zdawkowych odpowiedzi, próbujecie pogłębić pytanie, zadać je w inny sposób, dać chwilę do zastanowienia. To od tego, jak prowadzicie rozmowę, zależy, jak wartościowy materiał uzyskacie. Po wyczerpaniu listy pytań warto zapytać, czy Wasz rozmówca chciałby dodać coś jeszcze w temacie badania. Warto na zakończenie rozmowy podziękować za udział i poinformować, gdzie znajdą się wyniki badań i zaprosić do kolejnych etapów działań.
- Po zakończonym wywiadzie musi on zostać spisany. Nie ma konieczności spisywania całego nagranych wywiadu (bądź jeżeli nie nagrywaliście rozmowy wszystkich zrobionych notatek), ale na podstawie Waszego scenariusza rozmowy warto wyznaczyć najważniejsze kwestie i dla nich dobrać wypowiedzi - cytaty z rozmowy. Wypowiedzi mogą zostać przez Was skomentowane w odniesieniu do ogólnego problemu, którym się zajmujecie,

w tym przypadku sportu. Za opracowanie wywiadu warto zabrać się tego samego dnia, żeby nic Wam nie umknęło. Nad analizą treści wywiadów (komentarzami) warto pracować zespołowo, pokazać naszą analizę innym, przedyskutować.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA WYWIADU

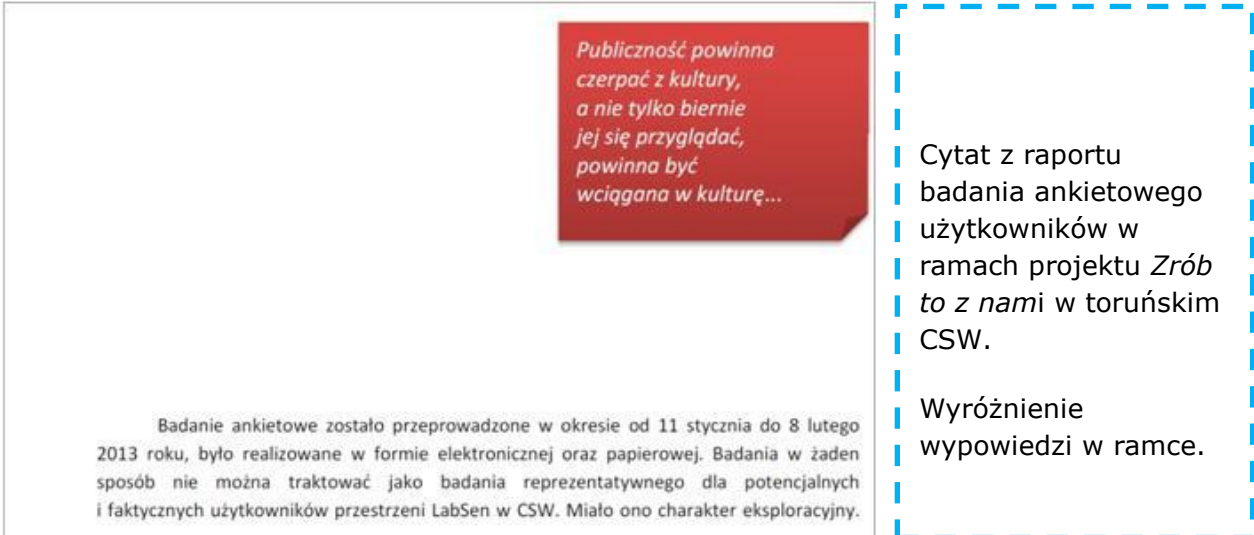
- + Wywiad indywidualny umożliwia głębsze wniknięcie w badany problem, uzyskanie szczegółowych informacji i opinii w danej sprawie.
- + Pozwala poznać stanowisko osób zaangażowanych w daną kwestię w gminie.
- + Raport z badania wsparty przykładami wypowiedzi (cytatami z wywiadów) osób badanych pozwala na przedstawienie konkretnych stanowisk, wskazówek, obrazuje dany problem.
- Może się zdarzyć, że wywiad indywidualny będzie trudną techniką zbierania danych zarówno dla Was, jak i dla osoby badanej. Sytuacja wywiadu może być niecodzienna, krępująca. Zdarza się, że rozmówcy nie rozmawiają szczerze i nie udzielają prawdziwych odpowiedzi. Jednak zazwyczaj w trakcie rozmowy dystans i opór rozmówcy zostaje przełamany.
- Jest to czasochłonna technika zbierania danych. Długo trwa samo umawianie się na wywiady (zdarza się, że spotykacie się z odmowami), ich przeprowadzenie i analiza zebranego materiału.
- Wywiad indywidualny narażony jest na niebezpieczeństwo naruszenia relacji badacz - badany, szczególnie, gdy znamy osobę, z którą rozmawiamy. Trzeba bardzo uważać, aby trzymać się przyjętych założeń badania i scenariusza wywiadu.

Jak prezentować wyniki wywiadu

Dane z przeprowadzonych wywiadów można wykorzystać poprzez wplecenie **cytatów z wypowiedzi do raportu. Trzeba wyróżnić je w tekście. Można to zrobić za pomocą podkreślenia, pogrubienia, innego koloru, wstawienia w ramkę, specjalnego formatowania tekstu.**

Cytat musi być w tekście widoczny. Możecie przytoczyć kilka różnych cytatów z różnych wywiadów mówiących o tym samym i pokazujących takie samo stanowisko, a akapit dalej w tekście przywołać stanowisko przeciwne (oczywiście o ile macie takie dane z analizy). Nie zapominajcie, że przytoczone cytaty powinny być przez Was skomentowane.

Tutaj przykłady analizy wywiadów jednego z badań.



The image shows a screenshot of a report. On the right side, there is a red box with white text: *Publiczność powinna czerpać z kultury, a nie tylko biernie jej się przyglądać, powinna być wciągana w kulturę...*. Below this, there is a text block: *Badanie ankietowe zostało przeprowadzone w okresie od 11 stycznia do 8 lutego 2013 roku, było realizowane w formie elektronicznej oraz papierowej. Badania w żaden sposób nie można traktować jako badania reprezentatywnego dla potencjalnych i faktycznych użytkowników przestrzeni LabSen w CSW. Miało ono charakter eksploracyjny.* To the right of the screenshot, there is a blue dashed box containing the text: *Cytat z raportu badania ankietowego użytkowników w ramach projektu Zrób to z nami w toruńskim CSW. Wyróżnienie wypowiedzi w ramce.*

Fragment podsumowania wyników z badania w ramach projektu Zrób to z nami, Toruń, luty 2013

Zrób to z nami! - użytkownicy o przestrzeni LabSen w Centrum Sztuki Współczesnej

Mówiąc o partycypowaniu w kulturze, **warto zastanowić się nad rolą publiczności.**
Respondenci są przekonani o jej ważności w galeriach i instytucjach kultury:

bez publiczności kultura umiera, to dla nas tworzona jest sztuka, kultura;

rola publiczności jest prawie tak samo ważna jak rola pracowników w instytucjach kultury i galeriach sztuki.

Publiczność została określona jako bierny uczestnik, odbiorca przekazu, obserwator, widz:

rola publiczności to być, obserwować, wymieniać opinie;

publiczność potwierdza realność działania artystów i instytucji kultury.

Niektórzy badani potraktowali rolę publiczności w sposób wręcz instrumentalny:

publiczność przynosi dochód ze sprzedaży biletów.

Cytat z raportu badania ankietowego użytkowników w ramach projektu Zrób to z nami w toruńskim Centrum Sztuki Współczesnej.

Wyróżnienie kolorem tekście opatrzone komentarzem.

Fragment podsumowania wyników z badania w ramach projektu Zrób to z nami, Toruń, luty 2013

Przykład

W realizowanych przez nas (Pracownię Zrównoważonego Rozwoju) badaniach wywiady indywidualne bardzo często służą jako narzędzie pogłębiania informacji zdobytych przy pomocy sondaży, czy innych technik ilościowych.

SCENARIUSZ wywiadu socjologicznego "Stare Miasto (SM) w Toruniu" Restart

Pytanie wprowadzające: **Dziękuję, że zgodziłaś/leś się na wywiad. W ramach projektu Restart zajmuję się Starym Miastem w Toruniu i chciał(a)bym abyśmy porozmawiali o problemach i potrzebach związanych z użytkowaniem tego miejsca. Na początek chciał(a)bym się dowiedzieć jakie są Twoje pierwsze wrażenia związane ze Starym Miastem w Toruniu, pierwsze odczucia jakie zapamiętałaś.**

1. PROBLEMY Starego Miasta w Toruniu/ Czy możesz opisać swoją reakcję na sytuację problemową SM usłyszaną, lub doświadczoną bezpośrednio? Czy możesz wskazać i opisać najistotniejszy twoim zdaniem problem SM? Uznaje się, że najpoważniejszymi problemami są: zaniedbane zabytki, brak wystarczającej ilości miejsc parkingowych, czystość/estetyka przestrzeni? Czy zgodzisz się z tym i czy mógłbyś opisać taki problem (najważniejszy wg ciebie – może być inny niż wymienione)?

2. POTRZEBY użytkowników SM/ Czy możesz opisać twój typowy dzień na SM? Jaką funkcję twoim zdaniem spełnia/powinno spełniać SM w Toruniu? Jakie grupy użytkowników SM najczęściej (w sposób najbardziej widoczny dla ciebie) korzystają z niego (w sposób negatywny lub pozytywny) i jakie to budzi u ciebie odczucia?

3. PRZESTRZEŃ SM/ Co uznajesz za obszar SM? Jakie jego rejony są dla ciebie szczególnie ważne i dlaczego? Które zwracają uwagę swoją estetyką, a które odpychają cię? Czy są jakieś obszary ewidentnie omijane/nieznane? Czy możesz opisać sposoby przemieszczania się po SM (swoje lub innych), np. zakres korzystania z komunikacji publicznej, dobór miejsc parkingowych, czy korzystasz z roweru?

Pogłębiające: Twoja ocena infrastruktury SM (nawierzchnie, dostęp do Internetu, oznakowanie).

4. Mieszkańcy SM i możliwości zmian/ Czy możesz opisać zachowania/relacje mieszkańców SM? Jakie dostrzegasz możliwości zmian w tym środowisku? Czy znasz/pamiętasz/potrafisz opisać jakąś inicjatywę, której celem było wprowadzenie zmian na SM? Co sądzisz o podobnych inicjatywach samorządu miasta? Jakie dostrzegasz szanse zmian na lepsze w przestrzeni SM?

Scenariusz wywiadu dotyczącego Starego Miasta w Toruniu, który wykorzystaliśmy w projekcie *Restart*. Scenariusz oparty był na czterech głównych problemach (pkt. 1 – 4), które zostały rozwinięte przez pytania pomocnicze i pogłębiające.

? Od czego zacząć? Metody jakościowe a ilościowe

Stosując najpierw badania ilościowe, czyli sondaże i wszelkie badania ankietowe z użyciem kwestionariuszy, a później jakościowe, czyli wywiady i metody warsztatowe zbierania danych, mamy możliwość pogłębienia wątków, o które pytaliśmy mieszkańców za pomocą kwestionariuszy.

Z kolei zastosowanie najpierw metod jakościowych umożliwia rozeznanie w podjętym problemie i w oparciu o te informacje przygotowanie badania kwestionariuszowego, które zweryfikuje rozpoznane wstępnie kwestie i problemy.

Animacyjne i grupowe metody zbierania danych

Animacyjne i grupowe metody zbierania danych są metodami, które opierają się na interakcji między uczestnikami. Osoby biorące udział w tego rodzaju badaniach konfrontują swoje zdania i opinie. W wyniku dyskusji bardzo często dochodzą do wspólnego stanowiska, które może być zupełnie odmienne od początkowej opinii pojedynczych osób, zapraszanych do badania.

Podejmowanie tego rodzaju działań badawczych stanowi świetne uzupełnienie dla pozostałych technik i metod badawczych. Pozwala na sformułowanie ogólnego stanowiska osób najbardziej zainteresowanych tematem i najbardziej aktywnych w danej społeczności lokalnej, bo takie zazwyczaj biorą udział w tego rodzaju metodach zbierania danych.

Akcje plenerowe

Wydarzenia (akcje) w przestrzeni poruszające problem, którym chcemy się zająć i rozpoczynające dyskusję na dany temat.

Zorganizowane akcje umożliwiają zadanie mieszkańcom pytania, postawienie hasła (problemu), na które będzie można odpowiadać, komentować.

Na przykład w monitoringu sportu możecie zorganizować akcję, w której mieszkańcy mogą dokańczać zdanie: Sport w naszej gminie...

Jak zorganizować akcję plenerową. Wskazówki

- Pomysł na akcję plenerową powinien **zachęcać mieszkańców do udzielania odpowiedzi w aktywny sposób**, np. poprzez zapisywanie

odpowiedzi na tablicach ściennych, przyklepanie kartek z odpowiedziami, robienie rysunków, głosowanie...

- Zadane pytanie (postawiony problem) musi być **widoczne**, np. zapisane na tablicy, na ścianie budynku, na chodniku, zawieszona na płocie...

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Akcję plenerową **może przeprowadzić każdy**, nie potrzeba żadnej specjalistycznej wiedzy. Ważne jest tylko postawienie dobrego pytania (hasła), które będzie zachęcać mieszkańców do wypowiedzania się, zainteresuje mieszkańców.

ILE TO KOSZTUJE:

- Koszty przeprowadzenia akcji są różne w zależności od tego, jakich materiałów użyjemy. Akcję można przeprowadzić nawet **bezkosztowo**, używając starych kartonów, kartek i przyborów do pisania, które mamy w domu czy biurze.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Czas prowadzenia akcji plenerowej jest różny w zależności od formy, jaką przyjmie i konkretnego pomysłu na działania. Akcja **jednodniowa** może mieć postać zbierania odpowiedzi na konkretne pytanie, przy użyciu karteczek samoprzylepnych, na których mieszkańcy zapiszą swoje odpowiedzi i przykleją do tablicy z pytaniem. Taki sposób zbierania informacji można przeprowadzić **przez kilka godzin, w jednym miejscu, w którym przechodzi wiele osób** bądź w trakcie wydarzenia w gminie. Można także **przygotować narzędzia do zbierania danych, które działać będą samodzielnie**. Na przykład wieszając w szkole tekturowe tablice z postawionym pytaniem, które uczniowie będą stopniowo zapisywać swoimi odpowiedziami. Taka akcja powinna trwać

przynajmniej tydzień i być codziennie monitorowana (czy ktoś coś dopisuje, czy nikt nie zerwał tablic z pytaniem).

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Akcję plenerową najlepiej **przeprowadzać w 2 – 3 osoby**: jedna powinna zachęcać mieszkańców do podejścia i wypowiedzenia się, druga tłumaczy, w jaki sposób można włączyć się w akcję, wyjaśnia czego dotyczy, gdzie znaleźć jej wyniki i dowiedzieć się o kolejnych etapach czy działaniach, kolejna powinna dbać, żeby wszystko przebiegało sprawnie i niczego nie brakowało (kartek, długopisów itp.).

ILE OSÓB NALEŻY ZBADAĆ:

- Nie ma określonej liczby osób, od których trzeba zebrać informacje w trakcie akcji, jednak **im więcej mieszkańców włączy się w akcję, tym jej wynik będzie bardziej wartościowy**.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Ważne jest, żeby przeprowadzać **akcję w miejscu, gdzie spotkanie wielu mieszkańców**. Można wykorzystać **odbywające się w gminie wydarzenia** i w ramach ich programu włączać się ze swoimi działaniami.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Do przeprowadzenia akcji można wykorzystać **różne materiały** w zależności od Waszego pomysłu: płyty kartonowe, płyty OSB, ściany budynków, płoty, płachty materiałów, farby, karteczki samoprzylepne, naklejki, pisaki, farbę tablicową i kredę, kredę do malowania po betonie, spraye i inne. Oczywiście, nie możecie pozwolić na sprayowanie chodników czy ulic, gdzie popadnie. Musicie odpowiednio przygotować miejsce, w którym będzie można użyć tych materiałów, nie powodując zniszczeń i pretensji pozostałych mieszkańców. **Przebieg akcji musi być zarządzany i monitorowany**.

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Warto robić co jakiś czas zdjęcia prezentujące nowe odpowiedzi mieszkańców oraz dbać o to, żeby stwarzać miejsce na nowe odpowiedzi (doklejać kartki, zmazywać część odpowiedzi).

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA AKCJI PLENEROWEJ

+ Metoda ta sprawdza się jako narzędzie rozpoczynające proces diagnozy społecznej, pozwala zainteresować podjętym problemem, nawiązać kontakt z mieszkańcami, umożliwia wypowiedzenie się mieszkańcom w niezobowiązujący sposób.

+ Akcje plenerowe są atrakcyjne dla odbiorców: udział w akcji jednej osoby trwa krótko (2-3 minuty), mają ciekawą formę, dzięki temu mieszkańiec nie czuje się „przepytywany”, a „wciągnięty” w działanie.

+ Największą wartością tej metody jest jej widoczność w przestrzeni i skuteczność. Gdy akcja jest dobrze przygotowana nie pozwala mieszkańcom przejść obojętnie, samą swoją formą zachęca do zainteresowania się tym, co się dzieje i wypowiedzenia się.

+ Kolejną mocną stroną akcji plenerowych jest jej łatwość dostosowania do różnych grup odbiorców. Akcję można zaaranżować na przykład specjalnie dla młodzieży, która będzie wypowiadać się o sporcie w gminie poprzez rysowanie kredą na boisku szkolnym.

- Słabością akcji plenerowych jest to, że w żaden sposób nie możecie powiedzieć, że wyniki zebrane przy jej użyciu są reprezentatywne. Posługując się tą techniką

nie uzyskacie też wielu informacji – potraktujcie akcje plenerowe raczej jako okazję, żeby pokazać swoje działania w ramach OMS mieszkańcom i oswoić ich z sytuacją, kiedy ktoś pyta o ich opinie.

Jak prezentować wyniki akcji plenerowych

Żeby zaprezentować dane czasem wystarczy **dobre zdjęcie z przeprowadzonej akcji opatrzone naszym komentarzem.**

Bardzo dobrze sprawdzają się także **chmury tagów (zebranych wyrazów)**, w których największe słowo oznacza najczęściej pojawiające się odpowiedzi osób biorących udział.



Prowadząc proces konsultacji w Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu, wykorzystaliśmy metalowe tablice przywieszone do ścian, które przez kilka tygodni były narzędziem zbierania danych.

Mieszkańcy mazakami zapisywali na tablicach swoje odpowiedzi na zamieszczone pytania.

Akcja w przestrzeni w ramach projektu *Zrób to z nami* w CSW w Toruniu, luty 2013

Spacer badawczy

Metoda umożliwiająca poznanie opinii określonej grupy użytkowników na temat wybranej przestrzeni (jej wyglądu, funkcji, barier).

Rozpoznanie terenu możliwe jest dzięki dokładnej obserwacji, w której uczestniczą mieszkańcy, którzy, korzystając z przygotowanych przez Was wytycznych, opisują swoje wrażenia i odczucia podczas spaceru. Badanie tego typu może dotyczyć, na przykład, bezpieczeństwa lub przystosowania przestrzeni dla osób niepełnosprawnych czy innych grup osób (rodziców z dziećcami wózkami, rowerzystów itd).

W monitoringu sportu możecie je wykorzystać do sprawdzenia, jak mieszkańcy oceniają położenie obiektów sportowych, co w obiektach sportowych uważają za godne poprawy, co im przeszkadza itp.

Jak zorganizować spacer badawczy. Wskazówki

- Przygotowując się do spaceru badawczego, należy opracować **scenariusz wytycznych, według których mieszkańcy będą dokonywać obserwacji oraz dokładnie przemyśleć i wytyczyć trasę oraz czas spaceru.** Przykładowe wytyczne to poczucie bezpieczeństwa, oznaczenia informacyjne, dojazd i dojście do obiektu sportowego, rozmieszczenie urządzeń sportowych na terenie parku, oznaczenie obiektu, dostępność obiektu dla różnych grup

odbiorców (seniorów, rodzin z małymi dziećmi, osób niepełnosprawnych).

- Spacer badawczy można zrealizować na dwa sposoby. Ruszacie z grupą badanych osób wyznaczoną trasą i w trakcie spaceru dopytujecie o poszczególne kwestie. Zapisujecie na bieżąco uwagi mieszkańców. Mieszkańcy mogą też dokonać samodzielnej obserwacji przestrzeni - dostają do ręki mapkę trasy oraz wytyczne, na które muszą zwrócić uwagę i własnoręcznie w trakcie trwania spaceru zapisują swoje spostrzeżenia.

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- W przygotowaniu spaceru badawczego najlepiej skorzystać z pomocy kogoś, kto ma doświadczenie w jego prowadzeniu, Najważniejsze jest ułożenie dobrych wytycznych do obserwacji podczas spaceru. Po próbnym spacerze z ekspertem z wykorzystaniem tej techniki powinien poradzić sobie już każdy.

ILE TO KOSZTUJE:

- Koszt, jaki trzeba ponieść przeprowadzając spacer badawczy, to wydrukowanie map tras zwiedzania i scenariuszy z wytycznymi obserwacji dla zwiedzających.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Spacer badawczy warto przeprowadzać **o różnych porach dnia**, ponieważ wyraźnie różnicują one postrzeganie przestrzeni, np. stopień oświetlenia danego terenu wyraźnie wpływa na poczucie bezpieczeństwa. Możecie poświęcić jeden weekend na takie spacery badawcze, ustalając określone godziny, w których spacery będą się odbywać. Jeżeli badana przestrzeń jest niewielka, nie organizujcie kilku grup mieszkańców spacerujących o tej samej godzinie, ponieważ będą sobie wzajemnie przeszkadzać w trakcie badania.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Dobrze jeżeli w spacerze uczestniczycie we dwójkę na jedną grupę spacerujących mieszkańców. Ułatwia to zdobywanie informacji od ludzi i

zapanowanie nad grupą.

ILE OSÓB NALEŻY ZBADAĆ:

- Nie ma określonej liczby osób, która powinna brać udział w takim spacerze. Ważne jest, aby **dotrzeć do zróżnicowanych grup użytkowników przestrzeni sportowej.**

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Miejsce badania zależy od tego, jaki obszar nas interesuje, czym dokładnie chcemy się zająć. W monitoringu sportu możemy zbadać dostępność boiska czy sali gimnastycznej. Możemy zbadać łatwość dojścia, dostępność dla osób niepełnosprawnych czy starszych, oznakowanie przestrzeni (czy jest widoczne wejście i wyjście, toalety itp.), zapewnienie bezpieczeństwa na obiekcie sportowym.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Mapki (stopień złożoności mapki powinien być dopasowany do Waszego celu – jeśli chcecie, aby mieszkańcy zaznaczyli obiekty sportowe – nie warto ich na mapie wcześniej określać, ale jeśli myślicie o zbadaniu samej okolicy – z pewnością wskazanie stadionu, boiska itp. na mapie ułatwi mieszkańcom orientację. W końcu nie każdy chodzi po własnej miejscowości z mapą☺!)
- Będą Wam potrzebne również długopisy, flamastry (jeśli chcecie, aby np. na czerwono mieszkańcy zaznaczyli miejsca, których nie lubią, a na niebiesko te, które lubią itp.)
- Potrzebne będą także scenariusze, wytyczne obserwacji, na których spacerujący na bieżąco będą zapisywali swoje uwagi dotyczące konkretnej kwestii.

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Zanim zaprosicie mieszkańców na spacer, najpierw zróbcie **pilotaż badania,**

czyli po prostu przejdźcie się wyznaczoną przez Was trasą. Sprawdźcie, czy przygotowane mapy są czytelne, czy pytania do mieszkańców są zrozumiałe.

- Spacer badawczy musi być dobrze przygotowany. Musicie dokładnie wiedzieć, po co zapraszacie badanych na spacer i jakie informacje chcecie od nich uzyskać.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA AKCJI PLENEROWEJ

+ Spacerowanie badawcze są metodą atrakcyjną dla badanych. Pozwalają spojrzeć w inny sposób na przestrzeń, z której mieszkańcy często korzystają na co dzień. Metoda zbierania danych nie jest nużąca, angażuje badanych. Można włączyć się w nią nawet podczas popołudniowego spaceru.

+ Poprzez wykorzystanie doświadczenia badanych tu i teraz macie szansę zdobyć bardzo namacalne informacje na temat badanej przestrzeni.

- Metoda nadaje się tylko do badania przestrzeni. W przypadku skomplikowanych tras spacerów wymaga zdolności organizacyjnych i logistycznych.

Jak prezentować wyniki spaceru badawczego

Zebrane w trakcie spacerów informacje trzeba podsumować. Najczęściej w formie **opisu, w którym odnosić się będziecie do konkretnych określonych przez Was pytań skierowanych do mieszkańców czy wytycznych**. Można to zrobić również **w formie tabeli**.

Przykład

Spacer badawczy wykorzystaliśmy w procesie konsultacji dotyczących parku na Bydgoskim Przedmieściu w Toruniu. Sprawdzaliśmy, czy przestrzeń jest przyjazna dla osób niepełnosprawnych. Spójrzmy na zdjęcie i oceńmy.



Spacer badawczy w ramach projektu zagospodarowania przestrzeni Parku Miejskiego na Bydgoskim Przedmieściu w Toruniu, 20

Warsztatowe metody zbierania opinii mieszkańców

Warsztatowe metody zbierania danych nie są częścią właściwej diagnozy. Są to metody należące w większym stopniu do zasięgania opinii i konsultowania pewnych kwestii niż samego diagnozowania potrzeb i oczekiwań mieszkańców. Stanowią jednak uzupełnienie dla zebranych wyników diagnozy lokalnej.

World Cafe

Jest to sposób prowadzenia dyskusji dotyczącej ważnych spraw związanych z życiem danej społeczności. Celem dyskusji nie jest znalezienie konkretnych rozwiązań, a wymienianie się pomysłami, określenie potrzeb i oczekiwań wszystkich zaangażowanych stron. World Cafe nie ma skutkować podjęciem konkretnych rozwiązań czy decyzji. Celem samym w sobie jest dialog między uczestnikami i uruchomienie kreatywnego myślenia.

W OMS moglibyście zastosować tą metodę, aby porozmawiać z mieszkańcami o ich oczekiwaniach dotyczących sportu w gminie.

Jest to metoda, która pomaga stworzyć zaangażowaną grupę osób wokół sprawy oraz wzbudzić zainteresowanie tematem. Można ją wykorzystać do zbierania pomysłów i propozycji, które poddane zostaną dalszym konsultacjom.

Jak krok po kroku zorganizować World Cafe?

1. World Cafe powinna odbywać się w **kawiarni lub w innym miejscu, gdzie stworzona zostanie „kawiarniana atmosfera”** (dostęp do napojów, krzesła ustawione dookoła stolików, luźna atmosfera dyskusji).
2. Uczestników dzielimy na **kiluosobowe grupy (mniej więcej 6 – 8 osób), które przy stolikach będą dyskutować na określone tematy związane z jednym głównym problemem**. Można to zrobić, rozdając każdej wchodzącej osobie numerek stolika.
3. Każdy stolik ma przydzielony temat dyskusji oraz moderatora stolika, który się nie zmienia.
4. Przy każdym stoliku **moderator pomaga grupie prowadzić dyskusję**: wprowadza w temat dyskusji, notuje to, co mówią uczestnicy itp. Dyskusja przy każdym stoliku trwa ok. 20 – 25 minut. Najlepiej jest jednak, jeżeli dwie pierwsze rundy dyskusji trwają dłużej, kolejne coraz krócej.
5. Po upływie określonego czasu na dyskusję **grupy zmieniają stoliki**. Ważne jest, żeby ustalić kierunek zmiany stolików tak, żeby każda grupa uczestników była przy każdym stole.
6. Moderator stołu streszcza to, co powiedziały poprzednie grupy i zachęca do dalszej dyskusji przybyłych uczestników.
7. Uczestników można zachęcać do **zapisywania bądź rysowania swoich pomysłów** (na papierowych obrusach lub kartkach "przypisanych" do stolika), aby następne grupy mogły się do nich odwoływać. Może to również robić sam moderator stolika.

8. Na zakończenie spotkania każdy moderator stolika prezentuje przed uczestnikami diskutowany temat stolika i to, co wypracowali uczestnicy.

9. Przy prowadzeniu World Cafe pomocny jest **gospodarz, który będzie pilnował czasu oraz kierował zmianą grup przy stolikach**, a także prowadził całe spotkanie.

10. Wypracowane pomysły warto sobie podsumować wraz z moderatorami poszczególnych stolików, spisać w jednym dokumencie i wykorzystywać jako pomysły do działań, które oczywiście należy dokładnie przygotować.

11. Po spotkaniu istotna jest **komunikacja z uczestnikami i mieszkańcami**: publikacja wyników ze spotkania, bieżące informowanie o tym, co dzieje się z wynikami, jak wyniki kawiarenki przekładają się na Wasze działania.

! Pod tym linkiem do pobrania przewodnik, jak zorganizować kawiarenkę krok po kroku:

http://www.decdujmyrazem.pl/publikacje/decdujemy_razem_/kawiarenka_przewodnik.html

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Zanim zabierzecie się do organizacji World Cafe radzimy porozmawiać z doświadczonymi moderatorami, którzy mogliby poprowadzić kilka stolików albo chociażby opowiedzą Wam, jak prowadzić taką dyskusję grupową, aby uzyskać oczekiwany wynik.

ILE TO KOSZTUJE:

- Koszt przeprowadzenia World Cafe to wynajem sali (jeżeli nie uda Wam się znaleźć bezpłatnego pomieszczenia w urzędzie gminy czy domu kultury), koszty związane z poczęstunkiem (kawa, herbata, ciastka) oraz materiały do

pracy w grupach (kartki, flamastry itp.)

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Czas trwania World Cafe zależy od liczby stolików dyskusyjnych - im jest ich więcej, tym czas się wydłuża. Zazwyczaj World Cafe z podsumowaniem wyników trwa ok. 2 godziny.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Do przeprowadzenia World Cafe potrzebni będą moderatorzy – najlepiej jeżeli będą to osoby, które mają doświadczenie w prowadzeniu takich dyskusji czy spotkań z dużą liczbą mieszkańców.
- Potrzebna będzie także osoba prowadząca całość spotkania, która wprowadzi uczestników w temat i będzie koordynowała przebieg spotkania.
- Przydadzą się też wolontariusze, którzy pomogą przygotować salę i poczęstunek oraz posprzątać po spotkaniu.

ILE OSÓB NALEŻY ZBADAĆ:

- Liczba osób uczestniczących w World Cafe zależy od liczby stolików dyskusyjnych. Przy każdym stoliku powinno dyskutować od 6 do 10 (12) osób. Zapraszając osoby na World Cafe, zawsze musimy zaprosić więcej potencjalnych uczestników, zawsze może zdarzyć się tak, że ktoś nie przyjdzie na spotkanie.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Bardzo ważna jest dobra organizacja spotkania. Musimy zapewnić miejsce, które da się odpowiednio zaaranżować (ustawić osobne stoliki dla każdej grupy dyskusyjnej) i stworzyć przyjazną atmosferę. Może to być kawiarnia, którą właściciel zamknie dla nas na czas trwania spotkania lub sala w ośrodku kultury czy urządzie gminy.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Kartki, flamastry, wszelkie materiały, na których można zapisywać odpowiedzi i pomysły uczestników.
- Poczestunek dla uczestników (kawa, herbata, ciastka).

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Pamiętajcie o dobrym zarządzaniu czasem, tak żeby nie przeciągać rozmów przy stoliku, ale też ich sztucznie nie skracać. Musicie panować nad procesem.
- Dobrze, jeżeli uczestnicy wyjdą z przekonaniem, że „przy kawie” i przyjemnej atmosferze można również coś kreatywnego wypracować.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA WORLD CAFE

+ Jest to metoda dyskusji bardzo przyjemna i ciekawa dla uczestników. Łatwo zaangażować ich w podejmowany temat.

+ W stosunkowo krótkim czasie zdobywamy bardzo dużo różnych informacji i pomysłów na dany temat.

- World Cafe wymaga dobrego przygotowania, zarówno organizacyjnego (zapewnienie sali i jej odpowiednia aranżacja, zapewnienie poczęstunku dla uczestników), jak i merytorycznego (potrzeba moderatorów, którzy poprowadzą stoliki dyskusyjne).

- Wynik, który otrzymujemy w dyskusji, jest zbiorem pomysłów i opinii, które

trzeba poddać dalszym pracom koncepcyjnym i konsultacyjnym. Nie wszystko co zostanie wypracowane da się od razu przełożyć na działania. Niektóre propozycje trzeba dalej przedyskutować.

Przykład



World Cafe wykorzystaliśmy w ramach projektu *Zrób to z nami* w toruńskim CSW.

Uczestnicy pracowali nad koncepcją programu działań nowej przestrzeni w Centrum Sztuki Współczesnej.

World Cafe w ramach projektu *Zrób to z nami* w toruńskim CSW, luty 2013

Sąd obywatelski

Technika, która pozwala na wypracowanie opinii społeczności lokalnej w skomplikowanej, a nawet kontrowersyjnej sprawie dla gminy. Działa na zasadach podobnych do prawdziwego sądu. Nad danym problemem pracuje grupa mieszkańców, która nie jest zaangażowana w problem, mająca rozstrzygnąć sprawę na podstawie dostarczonych informacji i rozmów z ekspertami.

Jeśli w drodze zbierania danych w monitoringu uznacie, że dużo kontrowersji wśród mieszkańców Waszej gminy wzbudza np. pomysł wybudowania jakiegoś obiektu sportowego, miejsce jego usytuowania czy podział środków na zadania zlecane w zakresie upowszechniania kultury fizycznej, to możecie zaproponować rozmowę na ten temat w tej właśnie formie.

Przebieg obrad sądu obywatelskiego

- Obrady trwają zazwyczaj 2 - 4 dni
- Obradujący to **grupa jurorów, składająca się z około 12 - 16 osób, która powinna jak najdokładniej odzwierciedlać strukturę danej społeczności**. Powinny się w niej znaleźć osoby w różnym wieku i różnej płci oraz reprezentujące różne grupy i środowiska w Waszej gminie.
- Poza obradującymi potrzebni są **świadkowie**, czyli osoby będące ekspertami

w danej dziedzinie, które przedstawiać będą swoje argumenty w danej kwestii.

- Obrady grupy jurorów mogą zostać poprzedzone debatą z uczestnikami sądu (mieszkańcami obserwującymi wydarzenie), którzy również mogą być wzywani na świadków.
- Do prowadzenia obrad potrzebna **jest specjalna osoba moderatora, która kierować będzie przebiegiem procesu.**
- Decyzja jurorów może stanowić **głos doradczy w procesie decyzyjnym**, gdy władze gminy muszą podjąć jakąś decyzję szczególnie w kontrowersyjnej, a nawet konfliktowej dla społeczności kwestii. Decydenci mogą oprzeć się na zdaniu dobrze poinformowanej części społeczności, która dogłębnie poznała temat.

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Do organizacji sądu obywatelskiego potrzebna jest osoba, która ma doświadczenie w podobnych działaniach i która pomoże w jego zorganizowaniu i będzie moderowała całość procesu. Uczestniczyć w sądzie obywatelskim może z kolei każdy mieszkaniec i mieszkanka odpowiednio dobrany do roli jurora bądź świadka (eksperta w danej sprawie).

ILE TO KOSZTUJE:

- Koszt przeprowadzenia sądu obywatelskiego dotyczy wynajęcia sali pod obrady (choć na pewno uda się Wam skorzystać z jakiejś sali w domu kultury, szkole czy urzędzie gminy). Musicie też pamiętać o kartkach i długopisach do robienia notatek podczas obrad.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Ze względu na wiele czynności organizacyjnych, które musicie zrealizować, przygotujcie się na długi okres organizacji sądu, czasem około 2 miesięcy. Same obrady trwają od 2 do 4 dni, w zależności od złożoności problemu i postępu w obradach.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Potrzeba osób, które będą chciały się zaangażować jako jurorzy. Powinny reprezentować różne środowiska i grupy społeczne naszej społeczności. Nabór na jurorów powinien być otwarty (każdy może się zgłosić), ale powinniśmy mieć nad nim kontrolę i dbać o zachowanie różnorodności grupy. Możemy też sami zaprosić kilka wybranych osób.
- Musicie zapewnić ekspertów w danej sprawie. Czasem może to być urzędnik, przedstawiciel organizacji pozarządowej zajmującej się danym problemem, czasami jednak musimy poszukać osób spoza gminy.
- Potrzeba także doświadczonego moderatora.

ILE OSÓB NALEŻY ZANGAŻOWAĆ:

- W wydarzeniu uczestniczy grupa 12-16 jurorów, którzy podejmują ostateczną decyzję. Zaangażowani są też eksperci oraz osoby chcące obserwować sąd. Liczba ekspertów nie jest ograniczona – im więcej różnych głosów uda nam się pozyskać, tym lepiej dla obrad sądu. Eksperci muszą być dobrani odpowiednio do tematu (muszą się na nim znać, być osobami decyzyjnymi, bądź takimi, których bezpośrednio dotyka problem). Liczba obserwatorów również nie jest określona, im bardziej zainteresujemy mieszkańców tematem, tym więcej uczestników obrad.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Musicie zapewnić lokal do prowadzenia obrad. Może być to sala w domu kultury z przestrzenią odpowiednią zaaranżowaną. Powinniście ustawić stoły na kształt tego, jak wygląda sala obrad sądowych. Osobna loża dla jurorów,

osobne miejsce dla składania zeznań przez świadków – ekspertów i miejsce dla obserwatorów.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Do obrad sądu obywatelskiego nie są potrzebne specjalne materiały. Musicie jednak pamiętać o zapisywaniu obrad: nagrywaniu na dyktafon, wideo bądź robieniu na bieżąco notatek (może być za to odpowiedzialna osobna osoba). Materiały do zapisywania będą także potrzebne uczestnikom obrad, szczególnie jurorom.

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Udział w takich społecznych obradach na pewno będzie czymś nowym i interesującym dla mieszkańców. Warto popracować nad dobrym przygotowaniem i zainteresowaniem obradami mieszkańców i lokalne media.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA SĄDU OBYWATELSKIEGO

+ Jest to metoda ciekawa dla uczestników, sama forma rozmowy może zachęcić mieszkańców do uczestnictwa.

+ Pozwala na wypracowanie konkretnej opinii mieszkańców w skomplikowanych a nawet spornych kwestiach dotyczących funkcjonowania gminy.

- Wymaga dużego wysiłku organizacyjnego i zaangażowania osób z doświadczeniem moderatorskim.

- Wypracowana opinii mieszkańców nie ma mocy decyzyjnej, jest głosem doradczym, wyrażoną opinią mieszkańców.

Przykład

Sąd obywatelski wykorzystano w Poznaniu w 2011 roku, rozstrzygając o przyszłym charakterze fragmentu ul. Umultowskiej, położonej między osiedlem mieszkaniowym, a bogatym przyrodniczo terenem zielonym. Poszczególne warianty zakładały zamknięcie ulicy dla ruchu samochodowego, pozostawienie jej całkowicie otwartej dla samochodów bądź otwartej z ograniczeniami (np. ograniczenia prędkości, spowalniacze).

! Szczegóły pod linkiem

<http://www.poznan.pl/mim/main/sad-obywatelski-w-sprawie-ul-umultowskiej,p,15574,21903.html>

Warsztaty przyszłościowe

Technika pozwalająca na dialog w społeczności lokalnej, mający doprowadzić do stworzenia wspólnej wizji wraz z ogólnym planem działań w określonym obszarze.

Temat warsztatów musi być szeroki, np. rozwój sportu w naszej gminie.

Przebieg warsztatów przyszłościowych

W trakcie warsztatów **uczestnicy pracują w grupach**, każda grupa pracuje według tego samego schematu poszczególnych faz warsztatów.

Warsztaty przyszłościowe składają się z czterech faz (etapów):

1. Faza przygotowawcza

Uczestnicy warsztatów **zapoznają się ze sobą i poznają ogólne reguły spotkania**. Zostaje nakreślony także **temat warsztatów**.

2. Faza krytyki

Uczestnicy poszukują **negatywnych cech podjętego problemu**, słabych stron i problemów, które należy rozwiązać, a także krytykują dotychczas podjęte działania w omawianym temacie. Efekty dyskusji są szczegółowo rozpisywane i zapisywane na kartkach.

3. Faza utopii

Uczestnicy próbują znaleźć **idealne rozwiązanie dla wszystkich problemów postawionych w fazie krytyki**, próbują odpowiedzieć na wszystkie określone potrzeby i zidentyfikowane problemy. Ważne żeby uczestnicy nie nakładali dla swoich rozwiązań żadnych ograniczeń, które uniemożliwiałyby ich realizację.

4. Faza realizacji

Wizje stworzone w poprzedniej fazie warsztatu zostają przełożone przez uczestników na **konkretne i realistyczne plany działania**. Rozwiązania powinny opierać się na dostępnych dla danej społeczności zasobach oraz określać, kto i w jaki sposób powinien dane działanie realizować.

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Warsztaty przyszłościowe są metodą dostępną dla każdego. Dobrze, jeżeli osoba prowadząca warsztaty ma doświadczenie w moderowaniu spotkań.

ILE TO KOSZTUJE:

- Koszty przeprowadzenia warsztatów przyszłościowych związane są z wynajęciem pomieszczenia (jeżeli nie uda się Wam skorzystać bezpłatnie), wydrukiem materiałów potrzebnych do dyskusji oraz materiałów do zapisywania głosów dyskusji (kartki, pisaki, taśma klejąca itp.). Warto także pomyśleć nad zapewnieniem czegoś do picia dla uczestników.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Warsztaty przyszłościowe trwają od kilku godzin do 2 dni w zależności od złożoności problemu, jakim się zajmujemy. Czas warsztatów musicie zaplanować tak, aby spokojnie i wyczerpująco zrealizować wszystkie fazy warsztatów.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Potrzebujecie osób moderujących warsztaty. Powinno być tylu moderatorów, ile grup warsztatowych. W przypadku prowadzenia warsztatów na temat wizji sportu w Waszej gminie mogłyby obradować następujące przykładowe grupy: obiekty sportowe, zajęcia sportowe, szkoły, organizacje pozarządowe. W takiej sytuacji potrzebowalibyście 4 moderatorów.

ILE OSÓB NALEŻY ZANGAŻOWAĆ:

- W warsztatach bierze udział **25 - 30 osób złożonych z mieszkańców (z różnych środowisk i grup społecznych), przedstawicieli lokalnego samorządu, lokalnych przedsiębiorców czy przedstawicieli organizacji pozarządowych.**
- Musicie w przemyślany sposób dokonać doboru uczestników, tak aby reprezentowali oni różne środowiska i grupy mieszkańców, co zapewni szeroką dyskusję opartą na wiedzy i doświadczeniach uczestników.
- W zależności od tematu warsztatów możecie je przeprowadzić z poszczególnymi grupami, których bezpośrednio dotyczy problem albo zadbać o uczestnictwo zróżnicowanej grupy możliwie wszystkich reprezentantów mieszkańców.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Potrzebujecie miejsca, gdzie będą odbywać się warsztaty oraz takiej aranżacji sali, aby uczestnicy mogli pracować w grupach. Takie spotkanie może się odbyć w kawiarni lub sali miejscowego domu kultury.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Pamiętajcie o zapewnieniu materiałów do pracy grup: kartki, mazaki, taśmy klejące itp.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA WARSZATÓW PRZYSZŁOŚCIOWYCH

- + Metoda ta pozwala na szerokie przedyskutowanie ważnego problemu dla danej społeczności i poszukiwanie rozwiązań. Przebieg warsztatów oparty jest o łatwą do zrozumienia i czytelną strukturę.
- Wymaga dobrego postawienia problemu, takiego który rzeczywiście dotyczy danej społeczności i jest na tyle szeroki, że pozwala na długą i żywą dyskusję.

Przykład

Warsztaty przyszłościowe zostały zorganizowane w Radomiu przez Mateusza Wojcieszaka, w ramach projektu „Porozmawiajmy o mieście!”, który uzyskał dofinansowanie w konkursie „WkrętaK” organizowanym przez Fundację Centrum Edukacji Obywatelskiej, portal Działasz.pl oraz Fundację BRE Banku.

Tematem warsztatów był rozwój Radomia: Radom moich marzeń.

Uczestnicy pracowali w następujących grupach tematycznych pod przewodnictwem moderatorów:

1. Politycy: radny Rady Miejskiej w Radomiu.
2. Seniorzy: uczestnik Uniwersytetu Trzeciego Wieku UTH.
3. Nauczyciele/naukowcy: nauczyciel z VI Liceum Ogólnokształcącego.
4. Organizacje społeczne: SCM Arka.
5. Sport: Stowarzyszenie Biegiem Radom!
6. Młodzież: członek Parlamentu Młodzieży Miasta Radomia.

Uczestnicy pracowali w oparciu o przygotowane karty pracy dla fazy utopii i realizacji. Wszystkie materiały zostały udostępnione przez autora warsztatów.



Warsztaty przyszłościowe
09.12.2013r. godz. 12.00, Czytelnia Kawy
Radom moich marzeń!

KARTA UTOPII

Wypiszcie swoje pomysły! Jaki według Was Radom powinien być za 5, 10, 15 lat? Jak dostosować go do potrzeb Waszej grupy? Myślcie szeroko, nie ograniczajcie się tylko do Was samych, pomyślcie o kolegach/koleżankach zajmujących się tym samym działem. **WAŻNE** - wypełniając ten formularz nie myślcie o żadnych ograniczeniach. Wyobraźcie sobie, że na Wasze pomysły są wszystkie potrzebne środki - pieniądze, polityczna wola, zgoda mieszkańców itp. Radom idealny! Do dzieła!

a) Transport/infrastruktura

Nazwa pomysłu/projektu	Termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?
1.			
2.			
3.			



Porozmawiajmy o mieście!

b) Finansowanie/gospodarka

Nazwa pomysłu/projektu	Termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?
1.			
2.			
3.			

c) Inwestycje

Nazwa pomysłu/projektu	Termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?
1.			
2.			
3.			

d) Edukacja

Nazwa pomysłu/projektu	Termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?
1.			
2.			
3.			

e) Inne

Nazwa pomysłu/projektu	Termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?
1.			
2.			
3.			

Karta dla fazy utopii wykorzystana w warsztatach przyszłościowych w Radomiu.



Warsztaty przyszłościowe
09.12.2013r. godz. 12.00, Czytelnia Kawy
Radom moich marzeń!

KARTA REALIZACJI

Przed Wami znajdują się naprawdę świetne pomysły grupy Pracujecie od teraz w zmienionych składach. Waszym zadaniem jest 'na zimno' przeanalizować stworzone pomysły, korzystając z Waszych doświadczeń w różnych dziedzinach życia. **WAŻNE** - ten etap nie polega na podcinaniu skrzydeł czy niszczeniu dobrych pomysłów. Spójrzcie na projekty z wielu różnych perspektyw, może to co teraz nie jest realne do zrobienia, za kilka lat będzie oczywistością - myślcie przyszłościowo! Ocenicie termin realizacji, co według Was jest potrzebne oraz do kogo się zwrócić. Powodzenia!

a) Transport/infrastruktura

Nazwa pomysłu/projektu	Realny termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?	Uwagi/czy projekt jest do realizacji na „teraz”?
1.				
2.				
3.				



Porozmawiajmy o mieście!

b) Finansowanie/gospodarka

Nazwa pomysłu/projektu	Realny termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?	Uwagi/czy projekt jest do realizacji na „teraz”?
1.				
2.				
3.				

c) Inwestycje

Nazwa pomysłu/projektu	Realny termin	Co jest potrzebne?	Kto jest odpowiedzialny?	Uwagi/czy projekt jest do realizacji na „teraz”?
1.				
2.				
3.				

Karta dla fazy realizacji wykorzystana w warsztatach przyszłościowych w Radomiu.

Podsumowanie

Projekty na „teraz”	Projekty na „później”	Projekty odrzucone
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

Otwarta przestrzeń

Jest to technika prowadzenia dyskusji nad szerokim i ogólnym tematem dotyczącym danej społeczności, w której może wziąć udział nawet kilkaset zainteresowanych tematem osób. Jediną kwestią, która ustalana jest przed spotkaniem jest temat dyskusji, pozostałe kwestie ustalają uczestnicy podczas spotkania.

W przypadku monitoringu sportu taki dyskutowany temat mógłby brzmieć „oferta sportowa gminy”. Uczestnicy mogliby stworzyć np. grupy „brakuje oferty dla seniorów”, „powinny być zajęcia ogólnorozwojowe”, „skorzystajmy z basenu” etc.

Jak zorganizować otwartą przestrzeń. Wskazówki

- Punktem wyjściowym do dyskusji jest **wybranie poszczególnych zagadnień, wątków rozmowy dotyczących podjętego problemu, które zgłaszają sami uczestnicy**. Uczestnicy zgłaszający swoje propozycje do dyskusji zbierają wokół siebie osoby, które chcą dyskutować nad tą właśnie kwestią.
- Uczestnicy pracują w powstałych grupach przez około 1 do 1,5 godziny. Wyniki swojej dyskusji spisują w formie podsumowania, które dostępne jest dla osób pracujących w pozostałych grupach. Każda osoba z grupy ma możliwość jej opuszczenia i przejścia do innej grupy dyskusyjnej. Sygnalizuje to tupaniem nogami.

- Uczestnicy w poszczególnych grupach dyskusyjnych **planują konkretne działania dla podjętego przez siebie zagadnienia, które komunikują wszystkim uczestnikom**. Jednocześnie grupa dyskusyjna tworzy nieformalną grupę działania, zobowiązując się do podjęcia realizacji części swoich założeń, przekazania ich decydującym i monitoringu sprawy. Z tego względu **musi być to temat, który jest aktualnie ważny dla mieszkańców i zapewni ich zaangażowanie w sprawę**.

KTO MOŻE ZASTOSOWAĆ TĄ METODĘ:

- Dyskusję w postaci otwartej przestrzeni może zorganizować każdy. Ważne jest, aby zaangażować aktywnych mieszkańców, którzy mają w temacie dyskusji coś do powiedzenia i są w niego zaangażowani. To te osoby najprawdopodobniej będą liderami poszczególnych grup dyskusyjnych.

ILE TO KOSZTUJE:

- Koszty przeprowadzenia otwartej przestrzeni dotyczą wynajęcia pomieszczenia oraz zapewnienia materiałów do pisania dla uczestników. Warto pomyśleć również o zapewnieniu czegoś do picia.

ILE CZASU TO WYMAGA:

- Przeprowadzenie otwartej przestrzeni trwa około dwóch godzin. Wszystko zależy od dynamiki grup dyskusyjnych.

POMOCY ILU I JAKICH OSÓB BĘDĘ POTRZEBOWAĆ:

- Otwarta przestrzeń nie potrzebuje moderatora, ale osoby, która wyjaśni zasady spotkania i pewnie jako pierwsza stworzy swoją grupę dyskusyjną, aby ośmielić pozostałych uczestników. Musi to być osoba, która rozpocznie i zakończy spotkanie.
- Warto zadbać, aby na spotkanie przyszli lokalni liderzy, którzy działają w danej sprawie, albo wiecie, że mają na jej temat określone zdanie - są oni

potencjalnymi osobami, które stworzą swoje grupy dyskusyjne.

ILE OSÓB NALEŻY ZANGAŻOWAĆ:

- Nie ma określonej liczby osób, która powinna uczestniczyć w otwartej przestrzeni. Jest to forma dyskusji, w której może wziąć udział każdy – od kilkunastu osób do kilku tysięcy poinformowanych i w jakikolwiek sposób zainteresowanych tematem. Oczywiście im więcej osób uczestniczy w dyskusji, tym wzrasta trudność organizacji wydarzenia.
- Powinniśmy dobrze poinformować mieszkańców o planowanym wydarzeniu, być może zaprosić osobiście kilku bardziej aktywnych mieszkańców w podjętym temacie dyskusji.

GDZIE NAJLEPIEJ PRZEPROWADZIĆ BADANIE:

- Potrzebujecie odpowiedniej sali, która umożliwi uczestnictwo dużej liczbie osób i pracę w grupach dyskusyjnych.

JAKIE MATERIAŁY SĄ POTRZEBNE:

- Trzeba przygotować możliwie potrzebne materiały do pracy grup: kartki, pisaki, taśmy klejące itp.

O CZYM JESZCZE PAMIĘTAĆ:

- Otwarta przestrzeń wymaga dobrego poinformowania o spotkaniu jak największej liczby mieszkańców.
- Poruszany podczas debaty temat musi angażować uczestników - może to być hipotetyczny albo aktualny konflikt czy palący problem, o którym mówi cała społeczność.

PLUSY I MINUSY ZASTOSOWANIA OTWARTEJ PRZESTRZENI

Metoda ta pozwala na przedyskutowanie ważnego tematu przez dużą liczbę osób i podjęcie konkretnych postanowień, działań w omawianej kwestii.

Co po zakończonej diagnozie

Po zakończeniu badań wśród Waszej społeczności lokalnej powinniście zrealizować dwa ostatnie kroki diagnozy: podsumowanie i zaprezentowanie wyników badań oraz przełożenie ich (wykorzystanie) w przygotowywaniu rekomendacji.

- Zebrane wyniki badania muszą zostać podsumowane w raporcie.
- Warto pomyśleć o zaprezentowaniu albo przekazaniu wyników diagnozy mieszkańcom (szczególnie tym, do których kontakt otrzymaliście w trakcie prowadzenia diagnozy), przedstawicielom lokalnego samorządu oraz lokalnym mediom.
- Przedstawiając czy przekazując wyniki diagnozy, powinniście być otwarci na pytania, a nawet krytyczne uwagi. Dzięki temu możecie zyskać większe zrozumienie i poparcie dla działań, które zamierzacie podjąć w oparciu o wyniki diagnozy.
- Wartościowa diagnoza lokalna to taka, której wyniki nie są chowane do szuflady, a mają szansę przełożenia na konkretne działania np. w postaci rekomendacji działań poprawiających sytuację, rozwiązujących problem. Warto, abyście potrafili przedstawić ich plan mieszkańcom, przedstawicielom lokalnego samorządu i tym, których dotyczyć będą zmiany. Ważne jest danie im możliwość zaangażowania się w te działania. To głos społeczności powinien decydować o kierunkach Waszych działań.

Bibliografia i polecane publikacje

W narzędziowniku wykorzystano informacje pochodzące z następujących publikacji, które serdecznie polecamy:

1. Urbaniak, A. 2011. *Quo vadis? O partycypacyjnej diagnozie lokalnej*, Warszawa: Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego http://www.poedialogu.org.pl/wp-content/uploads/2012/08/AUrbanik_Quo-vadis.-O-partycypacyjnej-diagnozie-lokalnej.pdf
2. *Mów do rzeczy. Jak korzystać z danych w działaniach rzeczniczych?* 2013, Warszawa: Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” http://civicpedia.ngo.pl/files/wiadomosci.ngo.pl/public/civicpedia/mp/publikacja_Mow_do_rzeczy_jak_korzystac_z_danych.pdf
3. Zespół projektu Laboratorium Partycypacji Obywatelskiej, *Jak usłyszeć głos seniora? Praktyczny przewodnik po partycypacji obywatelskiej osób starszych*. 2013, Warszawa: Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” http://partycypacjaobywatelska.pl/wpcontent/uploads/2013/08/jak_uslyszec_glos_seniora.pdf
4. Portal www.partycypacjaobywatelska.pl/techniki
5. Portal [decydujemyrazem.pl/baza dobrych praktyk](http://decydujemyrazem.pl/baza_dobrych_praktyk)
6. Nawrotny, A. 2010. *Zrób to sam jak zostać badaczem społeczności lokalnej? Poradnik dla domów kultury*, Warszawa: Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e” <http://e.org.pl/publikacje/zrobtosam.pdf>