



# Як діяти локально?

Про локальну діагностику  
для громадських організацій



# Як діяти локально?

Про локальну діагностику  
для громадських організацій

**Авторки текстів:** Магдалена Тхужницька, Людмила Роман,  
Юстина Шиманська

**Переклад:** Василь Хім'як

**Редактор:** Юстина Шиманська

**Графічний дизайн і макет:** Клара Келер

**Координаторки проекту:** Юстина Шиманська, Ягода Шмідт

**Видавництво:**

Stowarzyszenie „Pracownia Etnograficzna”

im. Witolda Dynowskiego

ul. Warecka 4/6

00-040 Warszawa

etnograficzna.pl

Контакт: pracownia@etnograficzna.pl

**Видання I**

**Варшава 2019**

**Безкоштовний примірник**

Публікація була створена в рамках проекту “Як діяти локально? Тренінг для активістів громадського сектора”, що реалізувався Асоціацією „Етнографічна Майстерня” імені Вітольда Диновського з Варшави, а також ГО «Вільна Хата», ГО «Платформа ініціатив Теплиця», ГО «Нова Дружківка», ГО Асоціація «Відродження та розвиток».



Проект співфінансується Польсько-Американським Фондом Свободи в рамках програми RITA – «Зміни в регіоні», яку реалізує Фонд «Освіта для демократії».



Даний твір ліцензовано за ліцензією Creative Commons  
Із зазначенням авторства — Некомерційне використання —  
Поширення на тих же умовах 4.0 Міжнародна

**Безкоштовну електронну версію цієї публікації ви можете знайти на  
нашому сайті:**

<https://etnograficzna.pl/publikacje/ksiazki/>

**Учасники проекту:**

Ганна Авдіянець  
Марія Киркач  
Єлизавета Глянцева  
Дар'я Ніколаєнко  
Катерина Гончар  
Олександр Чмирьов  
Нікіта Лисенко  
Влад Мотузко  
Ірина Воронова

Костянтин Головкін  
Лілія Дудник  
Маріна Прохорова  
Екатерина Головкіна  
Олег Морозов

Сергій Пронкін  
Ганна Павленко  
Віктор Сотніков  
Катерина Гашенко  
Антоніна Полухіна  
Євген Єврейський  
Анастасія Прокопенко

Микола Дорохов  
Катерина Качура  
Євген Бойко  
Микита Комраков



# Як діяти локально?

Про локальну діагностику для громадських організацій

## Зміст

- 9** Вступ
- 16** Локальна діагностика – хто питає, той не блукає
- 35** Як це розкусити або діагностичний інструментарій
- 61** Локальний аналіз або дослідження думки мешканців громади
- 82** Діагностика в дії. Досвід учасників проекту «Як діяти локально?»





# ВСТУП

Юстина Шиманська

Публікація, яку ви тримаєте в руках (або читаете на екранах пристроїв), була створена в рамках проекту «Як діяти локально? Тренінг для активістів громадського сектора», що реалізувався Асоціацією «Етнографічна майстерня» ім. Вітольда Диновського, Варшава.

Під час проекту ми провели тренінг з розробки та впровадження локальної діагностики для активісток та активістів чотирьох українських організацій з Донецької області: «Вільної хати» з Краматорська, «Теплиці» зі Слов'янська, Асоціації «Відродження та розвиток» з Бахмута та «Нової Дружківки» з Дружківки.

У даній публікації ми хотіли б поділитися з вами своїм досвідом – як реалізацією самого проекту, так і локальними діагностиками, які ми здійснили. Ми вважаємо, що правильно проведені локальні діагностики можуть не лише дати відповідь на багато питань, систематизувати та збагатити вже наявні знання чи допомогти у написанні заявок на наступні заходи, але, перш за все, суттєво сприяти розвитку організації та людей, які в ній працюють.

Локальні діагностики - це інструмент, який дозволяє нам існувати та діяти у даній спільноті більш свідомо, уважно спостерігаючи не лише за тим, чого ми ще не знаємо, а й за тим, що здається нам близьким і знайомим, і може все ще приховувати значення, які ще чекають на інший, свіжий погляд.

Локальна діагностика - це перш за все мистецтво задавати самому собі питання про те, скільки ми насправді знаємо про нашу околицю та давати на них чесні відповіді. Пам'ятаймо - чим більше ми припускаємо, що не знаємо, тим більше у нас шансів чогось дізнатися під час діагностики та використати це у подальшій діяльності!

Натхненням для видання цієї публікації та впровадження проекту «Як діяти локально?» було бажання поділитися нашим

досвідом проведення локальних діагностик для закладів культури з активістками та активістами, які, діючи в своїх спільнотах, щодня стикаються з викликами, які ставить перед ними робота в громадському секторі. Окрім незаперечних успіхів у вигляді успішних проектів та доказів того, що їхня робота має сенс і допомагає будувати кращий завтрашній день, громадські активісти часто стикаються у своїй роботі з відсутністю активного залучення членів місцевої спільноти, адміністративними та формальними труднощами, великою кількістю обов'язків або відсутності фінансової стабільності. Всі ці проблеми важко вирішити одразу, і саме тому ми вважаємо, що, працюючи з локальними спільнотами, необхідно вміти ставити перед собою цілі та визначати сфери, на яких ми хочемо зосередитись - такі, в яких робота не лише приносить задоволення, але й відповідає реальним суспільним потребам. Ми віримо, що такі цілеспрямовані та продумані дії принесуть найбільшу користь усім - як отримувачам, так і виконавцям проекту.

Будучи активною особою, яка займається життям спільноти, природнім виглядає також той факт, що нам у голову одразу приходять безліч чудових ідей для проектів, що покращують якість життя в околиці чи реалізують наше прагнення до змін. Як пише у своєму тексті Магдалена Тхужніцька: «Думаючи про необхідність змін у місцевому дворі, очима уяви ми бачимо лавочки, тренажерний зал у подвір'ї, зустрічі мешканців. Дивлячись на активістів, які люблять відразу включатися у робочий процес, така модель поведінки здається зрозумілою. А що, коли, однак, мешканці замість відкритого тренажерного залу хотіли б ігровий майданчик? Хороша діагностика не починається і не закінчується у голові ініціатора і не полягає лише в реалізації».

Локальна діагностика – це саме той інструмент, який дозволяє з'ясувати, що ж насправді важливо для даної спільноти і над чим слід працювати перед тим, як ми активно долучимось до тих проектів, про які мріяли, але які, однак, наразі неможливо здійснити через інші незадоволені потреби даної громади.

Усі пропозиції методів та інструментів, що містяться в даній публікації, ґрунтуються на багаторічному досвіді, пов'язаному

з Асоціацією дослідниць та дослідників, які знання та навички, отримані в результаті етнологічних студій, переводять у діяльність в культурному секторі. Однак наш досвід не обмежується лише дослідженнями – в Асоціації діє активна група освітян, які працюють у школах та місцевих громадах, використовуючи у своїй роботі методологію етнології та культурної антропології. Починаючи з 2009 року, нас багато разів запрошували спільно працювати з викладачами та студентами над питаннями місцевої спадщини, звичаями чи пам'яттю, одночасно здійснюючи заходи, які були першими етапами локальної діагностики. Що фактично є в нашому селі, місті чи районі? Які у нас ресурси? Які ми маємо цікаві місця, будівлі, людей, історію? Що нас цікавить? Про що ми хотіли б більше дізнатися? На чому ми можемо базувати свою діяльність?

Ми відвідували школи по всій Польщі, розповідаючи про методи роботи етнографа, традиції окремих регіонів та місцеві історії. З кожної з цих зустрічей ми виносили нові знання та рефлексії. Цей досвід для нас є дуже важливим не лише у сфері самої освіти, але й у розробці нашої методики дослідження, яка часто базується на інструментах неформальної освіти чи культурної анімації (див. розділ Як це розкусити або діагностичний інструментарій).

11

## Про що і для кого пишемо в даній публікації?

Публікація «Як діяти локально? Тренінг для активістів громадського сектора» - це завдання, в рамках якого ми хочемо поділитися своїм досвідом, натхненням та знаннями, пов'язаними з вивченням культурних потреб в локальному контексті.

Всі заходи в рамках нашої Асоціації базуються на методології науки, яка називається етнологією.

Етнологія, яку ще називають антропологією культури або етнографією, виділяється серед інших суспільних наук, зокрема, методом проведення досліджень. Вона базується на пізнанні людини в контексті, в якому людина функціонує. Антропологи вирушають на так звані польові дослідження, щоб перебувати з людьми

і слухати те, що про що вони хочуть розказати. По відношенню до минулого, це означає дослідження пам'яті, а не лише історичних процесів. Концентруючись на невеликих історіях, ми помічаємо їхню поліфонію. Це може бути важким процесом, оскільки він вимагає визнати існування різних способів сприйняття одних і тих же подій, які часто суперечать один одному. Однак нам видається він необхідним для побудови свідомого, побудованого на взаємоповазі суспільства. Ми вважаємо, що такий підхід і досі відсутній у багатьох видах діяльності, в тому числі і тих, які ґрунтуються на локальності – звідси і нинішня спроба частково заповнити цю прогалину. Ми припускаємо, що розроблені нами матеріали виявляться корисними для всіх активісток і активістів, діячок та діячів незалежно від місця роботи чи типу населеного пункту, в якому вони проживають і працюють. Локальна діагностика – це універсальний інструмент, саме тому ми заохочуємо всіх людей, що працюють з місцевою спільнотою, скористатися нею та по-новому відкрити те, що здається вже відомим.

## Що містить публікація та чому варто нею скористатися?

Публікація складається з чотирьох основних частин. Її відкривають дві частини, написані тренером та соціологом Магдаленою Тхужніцькою. Перша – це вступ до того, що ж це таке локальна діагностика, з чого вона складається, як до неї підготуватися і як її провести. Друга частина – це практичний інструментарій, тобто перелік методів, які ми можемо використати для здійснення нашої діагностики. Частина третя – це текст Людмили Роман з львівського Товариства Лева, в якому вона описала контекст проведення локальних діагностик в Україні та власний досвід проведення тренінгів щодо проведення таких діагностик для українських активісток та активістів. Четверта частина – це презентація діагностики з практичної сторони: приклади досліджень, проведених учасниками наших тренінгів восени 2019 року у Краматорську, Слов'янську, Бахмуті та Дружківці.

Ми сподіваємось, що підготовлені нами матеріали будуть корисними у плануванні власних діагностик, а також, що вони будуть натхненням для ширших додаткових заходів у місцевій спільноті.

## Як використовувати матеріали, що містяться у публікації?

Опубліковані інструменти та тексти є певною пропозицією, що демонструє наш спосіб мислення та діяльність. Ми сподіваємось, що вона вас надихне до того, щоб використовувати антропологічний погляд і під час інших проектів, не обов'язково дослідницьких.

## Що для нас важливе? Замість резюме

### 1. Широке розуміння понять

Рефлексивний погляд на слова, які ми вживаємо щодня, підриває їхню очевидність і витягує нас із буденності, завдяки чому ми можемо бачити більше. Ми не обмежуємо культуру високою культурою або спадщину тим, що знаходимо в офіційних списках об'єктів чи звичаїв, які перебувають під охороною. Хоча ми посилаємось на знання, зібрані дослідниками, для нас в першу чергу важливо те, що члени окремих спільнот вважають важливими для себе та своєї групи. Таким чином, визначення стають максимально широкими та відкритими для розуміння на локальному рівні.

### 2. Врахування перспективи знизу догори

Культуру створюють люди, і саме тому для нас важливою є перспектива особистостей. Проводячи дослідження, ми завжди зустрічаємо конкретних людей, чий погляд на світ ми намагаємось зрозуміти. З одного боку, це означає врахування точки зору «звичайних людей» в діагностиках, які ми готуємо, а з іншого боку, ми уважно слухаємо те, що хочуть нам сказати учасники нашого дослідження, та визнаємо їхню думку настільки ж важливою, як і раніше опрацьовані нами, напр. існуючі дані.

### **3. Належне оцінювання буденності**

Важливі місця, відомі постаті чи популярні пам'ятки для нас стають важливими настільки, наскільки вони стають ключовими орієнтирами для ідентичності груп та окремих людей. Ми хочемо звернути увагу на теми, які часто не помічаються в суспільних дослідженнях, а саме на діяльність окремих людей та їхні способи проживання повсякденного життя в конкретному соціокультурному контексті.

### **4. Чутливість до різноманітності та маргіналізованих груп**

Спільноти, в яких ми проживаємо, ніколи не є однорідними, і історію, переважно, пише більшість. У своїй роботі ми намагаємося чути різні голоси і звертаємо увагу на різноманітність досвіду різних груп: це може стосуватися як етнічних, так і релігійних питань, соціальних груп чи класів і, нарешті, статі.

### **5. Врахування неочевидності**

Антропологія як наука про культурне різноманіття світу вчить нас, що жодне з культурних рішень не є очевидним. Поведінка, цінності чи способи функціонування у світі, характерні для нашої культури, здаються нам природними, тоді як чужі, сторонні можуть викликати цікавість, але часто також сміх, страх чи огиду. Коли ми спробуємо подивитися на власну культуру, виходячи за рамки вивченої «очевидності», ми можемо задавати абсолютно нові запитання і розуміти її по-новому.

### **6. Рефлексивність**

Неодмінною умовою проведення відповідального етнографічного дослідження вважається рефлексивне ставлення дослідника. Усвідомлюючи власні культурні передумови, антрополог постійно задає собі питання, серед іншого, про вплив власних переконань на дослідження, взаємовідносини зі своїми співрозмовниками, планові та ненавмисні наслідки вжитих дій, способи розуміння використовуваних понять та представлення результатів досліджень.



# ДІАГНОСТИКА ЛОКАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА – ХТО ПИТАЄ, ТОЙ НЕ БЛУКАЄ

Магдалена Тхужніцька

16

- 17 1. Що таке локальна діагностика?**
- 19 2. Локальна діагностика та інші інструменти за участі мешканців**
- 20 3. Як провести локальну діагностику**
  - 20 I. Команда проекту**
  - 22 II. Етапи діагностики**
    - a. Мета, проблема дослідження
    - b. Дослідницькі питання
    - c. Вибірка та місце дослідження
    - d. Пілотаж
    - e. Проведення дослідження
    - f. Опрацювання результатів та звіт
- 29 4. Організаційні аспекти локальної діагностики – про що слід пам'ятати**
- 31 5. Плани і припущення та реальність**
- 32 6. Контрольний список до і після локальної діагностики**



## 1. Що таке локальна діагностика?

Локальна діагностика - це дослідження, яке має на меті отримання дуже конкретної інформації про місцеве середовище, напр., про мешканців, стосунки, простір, потреби. Діагностика повинна бути проведена завжди на початку всієї нашої діяльності як в наших організаціях, так і в роботі з мешканцями. Вона є тим дослідженням, яке дає можливість побачити та реалізувати проекти, які реально відповідатимуть потребам та бажанням мешканців чи членів команди, а не будуть лише реалізацією наших бачень, ідей та уявлень. Наша перспектива є важливою, але саме завдяки локальній діагностиці ми маємо можливість зібрати, доповнити, поглибити та перевірити свої ідеї та переконання. Філософія діагностики - це припущення того, що люди володіють знаннями і вам потрібно вміти поставити хороші запитання, щоб отримати відповіді та мати основу для відповідних рішень та проектів. Локальна діагностика є основою для всіх процесів, в яких беруть участь мешканці, тзв. партисипативних процесів.

У рамках діагностики за допомогою опитувань, проведення індивідуальних та групових інтерв'ю (фокус-інтерв'ю) та використання інших методів, таких як малюнки, дослідницькі прогулянки чи конкурси, ми здобуємо потрібну нам інформацію.

Діагностика - це закритий процес. Його ефектом повинен стати звіт, рекомендації, ідеї для діяльності. Діагностування не може і не повинно бути пов'язане з обіцянкою, що дані ідеї будуть реалізовані негайно. Слід пам'ятати, що локальна діагностика - це консультація!

Діагностика включає, розширює перспективу, показує важливість проблем.

Під час опрацювання діагностики було б добре задати собі два питання:

### Що?

Питання «що?» ми задаємо тоді, коли намагаємося визначити предмет нашого аналізу, тобто те, що ми хочемо дослідити. Тоді ми вирішуємо, чи діагностика стосується спільноти чи скоріше суспільного питання. На цьому початковому етапі ми самі себе запитуємо, що ми хочемо описати. Добре було б також проаналізувати нашу особисту

мотивацію, якщо ми хочемо зайнятися саме цією конкретною темою, присвячуючи їй свій час та енергію.

## Навіщо?

Тут ми можемо запитати себе, чи наша діагностика є просто «знанням заради знань», коли ми хочемо з'ясувати і зрозуміти, як виглядає описуване «що»; таке пізнання носить суто описовий характер, бо ми хочемо щось пізнати, зрозуміти, описати – чи, можливо, нашою діагностикою може хтось скористатися або для чогось використати?

## Характеристики хорошої діагностики:

- **об'єктивна** – найважливішою особливістю розробки діагностики є надання їй максимально об'єктивного характеру шляхом вибору відповідних прийомів та інструментів таким чином, щоб описаний матеріал набув характеру фактів, існуючих описів та висновків, з яких після подальшого аналізу ми зможемо зробити рекомендації суттєвого та загального характеру. Єдина точна діагностика - це діагностика, позбавлена власних переконань, упереджень та стереотипів. Об'єктивна діагностика - це двосторонній документ, оскільки він також свідчить про нас, про наш професіоналізм та формує думку про нас самих.
- **цілеспрямована** – найкращі діагностики служать певній меті та вирішенню чи покращенню існуючої ситуації.
- **конкретна** – базується на основі часових рамок, місця та простору. Суспільна діагностика буде конкретно і стосуватиметься ситуації в даний момент часу напр. в країні, місті, мікрорайоні.
- **вимірювальна, заснована на методології та інструментах діагностики** – ключовою характеристикою нашого дослідницького матеріалу є його відповідна методологія, завдяки якій матеріал стане достовірним, щоб довести і зробити висновок, що наші твердження є фактами.
- **яка служить загальному благу, а не певним інтересам** – діагностику слід використовувати для вирішення загальних проблем, а не індивідуальних інтересів.

## 2. Локальна діагностика та інші інструменти за участі мешканців

Існує багато партисипативних інструментів, які передбачають залучення мешканців до процесів, в яких місто чи установа повинні прийняти рішення чи почати діяти. Щоб зрозуміти, що таке локальна діагностика, варто переглянути інші інструменти, які можуть здатися схожими, але виконують дещо інші завдання.

**Громадські слухання** - це розмова міста/адміністрації/установи з мешканцями, спрямована на інформування їх про різні питання та отримання зворотної інформації про те, чи добре заплановані дані рішення чи проект, чи відповідають вони реальним потребам громади чи потрібні. Громадські слухання можуть стосуватися практично будь-чого - як нових інвестиційних планів, так і програми в будинку культури або стратегічних документів міста чи держави. Слід пам'ятати, що громадські слухання є дорадчим голосом для влади. Остаточні голоси та точки зору можуть, але не повинні бути взяті до уваги. Місто чи дана установа повинні діяти відповідно до закону і не завжди всі ідеї можуть бути реалізовані. Громадські слухання можуть проводитися різними способами: на зборах мешканців, а також на семінарах або дослідницьких прогулянках. Варто, щоб слухання відбувалися в місцях, яких стосується дане дослідження.

Слухання можуть бути величезною підтримкою для влади в питаннях управління містом. Врахування думки мешканців та здійснення заходів, на які мешканці подивилися з усіх боків, дає шанс, що це будуть інвестиції та заходи, які фактично покращують комфорт та якість його набувачів.

*Локальна діагностика та громадські слухання*

*Діагностика - це повний процес дослідження, що перевіряє причини та наслідки. Слухання - це діалог з мешканцями, який перевіряє точки зору на обрані теми.*

**Партисипативний бюджет** - це механізм, який допускає мешканців до спільного прийняття рішень щодо цього, на що будуть використані виділені кошти з міського, комунального чи районного бюджету.

Мешканці подають проекти, які відповідають їхнім потребам, допомагають проводити промоцію та інформувати про бюджет, беруть участь у голосуванні та обирають найкращі ідеї. Таким чином вони спільно вирішують про те, що буде створено чи відбудеться в їхній околиці. У рамках партисипативного бюджету завданням осіб, які приймають рішення, є визначення правил і графіку бюджету та коштів, які будуть спрямовані на цю мету.

**Локальна ініціатива** - це сукупність коштів, якими володіє місто та волонтерська діяльність мешканців. Локальна ініціатива має на меті залучити мешканців до заходів на благо місцевої громади. У співпраці з містом мешканці можуть мати реальний вплив на зміни у своїй околиці. Щоб отримати співфінансування від міста на свою ініціативу, вам потрібна група мешканців, ідея та подана заявка із зазначенням мети завдання, графіку виконання та бюджету. Розглянувши заявку, місто перераховує фінансові кошти на заходи.

### 3. Як провести локальну діагностику

Запорукою успіху добре проведеної діагностики є два елементи. По-перше, це команда проекту, по-друге – чіткий план діяльності.

#### I. Команда проекту

Локальна діагностика - це дослідження, і тому її не можна провести за один день та самостійно. Як ми писали раніше, локальна діагностика полягає в тому, щоб почути голос інших осіб, окрім нас самих, щоб вони розповіли нам про те, що для них важливо, що викликає задоволення, а що спротив. Завдяки іншим людям ми розширюємо свій імідж чи імідж установи, для якої робимо дослідження.

Якщо завдання діагностики полягає у розширенні перспективи, тоді це слід робити з самого початку! Найкраще подбати про це, створивши **команду проекту** для діагностики, яку хочемо провести.

Діагностування - це мистецтво задавати питання, які спрямовують нас у правильному напрямку та за допомогою яких ми розкриваємо

важливе. Саме завдяки команді дослідницькі питання, які ми вигадаємо, запитання для опитувань чи інтерв'ю краще стосуватимуться проблеми, будуть більш точними. Успіх ваших досліджень залежить від команди.

Проектна група також є необхідною для самого проведення дослідження. Якщо ви плануєте здійснити 100 опитувань та провести 10 інтерв'ю а також короткі зустрічі з дітьми, то одній людині це займе як мінімум місяць. Виконуючи ці завдання вчотирьох, вже через 2 тижні матимете результати. Також повинні бути враховані компетентності. Можливо, ви дуже добре спілкуєтесь з дорослими, але чи так само легко ви будете співпрацювати з дітьми? Подбайте про свою команду та її різноманітність.

Наприкінці дослідження здійснене в команді підведення підсумків та створення рекомендацій дає шанс на кращі результати.

Якщо ми говоримо про команду, також варто згадати про **побудову партнерств** та запрошення до співпраці різних людей та установ, які можуть допомогти нам у проведенні діагностики. На самому початку в команді, яка проводить дослідження, варто подумати, хто міг би бути партнером.

- Можливо, у вас є вуз чи школа, яка має контакт з дітьми та молоддю, і в яких під час уроків можна було б роздати анкети?
- А будинок культури? Це ідеальне місце для організації зустрічі мешканців!
- Церква? Це важливе місце, особливо у невеликих населених пунктах. Може після молебня священник міг би повідомити про те, що відбувається дослідження?
- Міська адміністрація? Можливо, найближчим часом відбудеться пікнік для мешканців, і ви зможете поставити там свій стенд, щоб отримати більше відповідей?

Варто озирнутися і знайти союзників. Розкажіть їм про своє дослідження та залучіть їх до нього. Пам'ятайте, що слід шукати людей та установи, які є для вас ключовими та можуть дійсно допомогти. Краще мати 50 анкет від людей, яких ви дійсно хочете дослідити, ніж 100 від невизначених респондентів.

Не бійтеся командної роботи. Чим раніше ви залучите до своєї діяльності різних людей, тим швидше спільно підготуєте кращий продукт і відразу відчуєте підтримку.

## II. Етапи діагностики

Реалізуючи різні проекти, цілком природно, що приступаючи до процесу планування, відразу на думку нам приходять різні ідеї заходів. Думаючи про необхідність змін у місцевому дворі, очима уяви ми бачимо лавочки, тренажерний зал у підвір'ї, зустрічі мешканців. Дивлячись на активістів, які люблять відразу включатися у робочий процес, така модель поведінки здається зрозумілою. А що, коли, однак, мешканці замість відкритого тренажерного залу хотіли б ігровий майданчик? Хороша діагностика не починається і не закінчується у голові ініціатора і не полягає лише в реалізації. Хороша діагностика полягає у діяльності на підставі визначених закономірностей і збереженні логіки при переході до конкретніших етапів.

Кожна локальна діагностика повинна складатися з наступних визначених елементів:

- a. мета, проблема дослідження
- b. дослідницькі питання
- c. вибірка та місце дослідження
- d. пілотаж
- e. проведення дослідження
- f. опрацювання результатів
- g. звіт

У наступному розділі ми пройдемо через усі етапи діагностики, щоб краще пізнати спосіб, за допомогою якого можна «розкусити» ці окремі елементи.

### a. Мета, проблема дослідження

Незалежно від того, чи ми готуємо проект, публічний виступ чи зустріч з друзями, ми повинні знати, навіщо ми це робимо, якою має бути мета нашої діяльності.

Так само і з локальною діагностикою. На першому етапі ми визначаємо загальну МЕТУ дослідження, тобто те, що ми хочемо з'ясувати. Мовою суспільної діагностики чи інших соціологічних досліджень говорять, що мета це тзв. проблема дослідження. З мовної точки зору мета та проблема дослідження можуть використовуватись як взаємозамінні. Важливішою, ніж присвоєння назви, є реальна відповідь собі на питання - навіщо ми це робимо, що нас цікавить?

Проблеми дослідження можуть стосуватися трьох різних напрямків:

**а) розвідки** – тобто попереднього ознайомлення з якоюсь тематикою, проливання на неї світла; (напр. як молоді мешканці А проводять свій вільний час? Чи даний громадський простір безпечний? Хто проводить час у міському парку?)

**б) опису реальності** – тобто представлення явища (що, де, як); (напр., як працює будинок культури у Б.? Як люди старше 60 років користуються комп'ютерами? Де зосереджено суспільне життя громади?)

**с) пояснення** – пошук відповіді на запитання «чому?» сталося дане явище; (напр., чому явка на місцевих виборах неухильно падає серед молоді міста?)

Добре було б включити до проблематики дослідження тему (функціонування будинку культури, комп'ютери та люди похилого віку тощо), а також місце/групу людей, на які поширюється дослідження.

## б. Дослідницькі питання

Коли ми вже знаємо мету нашого дослідження, варто розглянути, на які конкретні питання ми хотіли б отримати відповідь. З цією метою ми визначаємо дослідницькі питання. Ці питання повинні деталізувати досліджуване питання та в той же час бути постійно в зоні нашої мети/проблеми дослідження.

Ми завжди формулюємо дослідницькі питання відповідно до проблеми.

Вони повинні бути сформульовані точно та зрозумілою мовою, стосуватися конкретної інформації, яку ми хочемо отримати під час дослідження.

## с. Вибірка

Плануючи суспільну діагностику, нам потрібно витратити деякий час на роздуми про те, з ким ми повинні взяти інтерв'ю, кого запросити для заповнення анкет, на семінар або дослідницьку прогулянку. Вибір т.зв вибірки респондентів може бути двояким - цільовим або випадковим. Що це означає?

**Цільовий вибір** – застосовується тоді, коли ми раніше замислювалися про те, з ким хочемо поговорити, напр., на які категорії ми поділимо наших потенційних респондентів. Проводячи опитування серед об'єднань співмешканців, ми можемо виокремити щонайменше дві групи: адміністрація об'єднань та мешканці. У дослідженні, що стосується простору між будинками, ми можемо виокремити, напр., молодь, мешканців з дітьми, працюючих людей, людей похилого віку. Ми визначаємо, які групи мешканців представлятимуть наших респондентів. У цільовому відборі ми спочатку маємо категорії, а вже потім шукаємо респондентів.

24

**Випадковий вибір** – ми не думаємо про категорії, ми просто запускаємо нашу анкету чи інший інструмент дослідження у світ.

З власного досвіду радимо вибрати цільову вибірку. Це дозволить реально побачити різні точки зору і навіть на основі невеликої вибірки наблизитись до створення репрезентативної групи.

Шукаючи респондентів для дослідження, не бійтеся користуватись допомогою своїх знайомих та використовувати існуючі контакти. Запитайте різних людей, чи не знають вони цікавих осіб для вашого дослідження. Ще один спосіб пошуку респондентів - попросити респондентів, які вже погодилися поговорити з нами, запропонувати осіб, які мають іншу точку зору.

Пам'ятайте про те, щоб формуючи вибірку шукати різноманітних людей у категоріях. Молодіжну категорію можуть представляти: студент, студент, який проживає з батьками, студент, який проживає окремо, соціально активний студент або суспільно пасивний студент. Кожен з перелічених може мати дуже різні думки на ту ж саму тему, і це завжди буде впливати з їхнього попереднього досвіду, знань та навичок.



Коли у вас вже запланована вибірка і ви починаєте домовлятися про інтерв'ю - зробіть це заздалегідь. Набір респондентів часто є тривалим процесом. Респонденти не хочуть відразу погоджуватися, мають сумніви чи їм бракує часу. Якщо ви плануєте взяти інтерв'ю з експертами чи лідерами якоїсь громади чи установи, вам потрібно заздалегідь домовитись про зустріч. Якщо вам відмовили в інтерв'ю, то не слід опускати рук - просто шукайте чергових осіб, які представляють наші категорії.

#### d. Пілотаж

Перш ніж ми розпочнемо розмови з мешканцями, варто перевірити, чи все працює - чи запитання в анкеті зрозумілі, чи зазначені всі відповіді, чи під час інтерв'ю ми питаємо про проблеми, які дають нам відповіді на наші дослідницькі питання, чи дослідження добре заплановано в часі. Пілотаж не завжди полягатиме в тому, щоб справді спробувати всі інструменти - очевидно, що ви не зможете провести повне дослідження, але варто попросити незаангажовану особу та запитати її, що вона думає про програму, чи зрозумілі їй інструкції до завдань. Тільки перевіривши інструменти, ми можемо перейти до відповідних досліджень.

З власного досвіду настирливо заохочуємо вас до проведення пілотажу. Найгірше, що може статися, - це запустити анкету, в якій всередині опитування виявляється, що є помилка або неможливо зазначити якусь очевидну відповідь. Час на проведення пілотажу ніколи не витрачається даремно, незважаючи на це, що він видовжує весь процес дослідження.

#### e. Проведення дослідження

Мета є. Питання є. Адресати та місце вказані. Пілотаж проведено.

Нам залишається провести дослідження, тобто реалізувати наші плани відповідно до припущень та графіку. У рамках проведення діагностики добре було б використати більше, ніж один інструмент збору інформації. Якщо, напр., ви вирішили взяти інтерв'ю у мешканців даного подвір'я про те, як спланувати його функціональність, тоді варто за кілька днів до цього організувати

стенд, до якого мешканці могли б підійти та позначити на картах що і де вони б розмістили, а діти могли б намалювати омріяний дитячий майданчик. Чим більшою кількістю способів ви дослідите тему, тим цікавішою та різноманітнішою буде отримана інформація.

Є ще одне важливе питання під час проведення опитування. Наші знання з даної тематики. Правда полягає в тому, що іноді ми маємо знання, а іноді зовсім не орієнтуємось в темі. Те, що варто зробити на першому кроці проведення дослідження - це пошукати так звані наявні дані.

Як впливає з самої назви, цей процес передбачає збір та дослідження матеріалів, які вже існували раніше. Роль дослідника полягає в тому, щоб знайти важливу та цікаву інформацію та проаналізувати її. У великих опитуваннях метод роботи з наявними даними часто зводиться до аналізу статистичних даних, але не обмежується ними. Є багато інших документів, якими ми можемо скористатися, зокрема:

- стратегічні документи, розроблені державними установами та/або організаціями;
- статистичні дані;
- правові акти;
- інформація у ЗМІ (преса, телебачення, радіо, інтернет);
- дослідження і звіти, в тому числі результати опитувань громадської думки;
- наукові публікації (статті, книжки);
- записи дискусій (напр., на інтернет-форумах чи сайтах соціальних мереж);
- фотографії;
- фільми.

Однозначно варто пам'ятати, що знання існують не тільки в Інтернеті та пошукових системах. У рамках дослідження варто заглянути до міської чи університетської бібліотеки, зайти до державних установ за інформацією, поспілкуватися з експертами з даної тематики.

## f. Опрацювання результатів та звіт

Аналіз та підготовка звіту, безперечно, є одним з найважливіших елементів усієї діагностики. Цікава інформація, яку ми зібрали, не принесе користі, якщо ми не зможемо її інтерпретувати, а потім розповісти про це іншим.

Перш за все, вам потрібно подбати про те, щоб після вашого дослідження з'явився звіт у письмовому вигляді - це може бути текст або це може бути презентація, напр., у power point.

Письмовий звіт не повинен бути енциклопедією - достатньо лише кілька сторінок. Це повинен бути корисний документ, а не книга, яка лише прикрасить якийсь кабінет. Важливо, щоб після дослідження залишився слід, який можна показати місцевій громаді чи особам, які приймають рішення. Слід, до якого ви можете повернутися, коли потрібно визначитися з типом чергового проекту чи внести важливі для громади зміни.

Якщо на початку даного заходу ми сформулювали дослідницькі питання, то нам слід упорядкувати матеріали в першу чергу з точки зору цих питань. Припустимо, що ми хотіли з'ясувати, наскільки мешканці соціально задіяні. Кожне інтерв'ю ми аналізуємо з цієї точки зору. Коли ми зберемо всі фрагменти, тоді можемо почати думати над остаточною відповіддю.

### **Як опрацювати результати?**

Організуйте зустріч людей, які беруть участь у проведенні діагностики - це може бути вся команда, але ви також можете запросити всіх дослідників. Спільно поговоріть про те, що сталося під час дослідження. Впорядкуйте відповіді респондентів і зробіть висновки.

Спочатку обговоріть між собою все, що відбулося по черзі. Поверніться до питань, які сформували сценарій для ваших інтерв'ю та семінарів. Проаналізуйте результати опитування. Перегляньте фотографії, відео, малюнки з дослідження. Вивчивши все, дайте відповіді на наступні запитання:

- «Що ми дізналися?»

- «Що стало результатом даного інтерв'ю, опитування чи спостереження?».

Корисними можуть бути і наступні питання:

- “Коли респонденти відповідали на ваші питання однаково? У чому полягає ця схожість?”
- Коли респонденти відповідали по-іншому? Від чого це може залежати? Які люди відповідали по-іншому? Чи є щось характерне для цих людей? Чому, на вашу думку, ці відповіді були різними?
- Чи результати, які ви отримали за допомогою різних інструментів (опитування, інтерв'ю, прогулянка тощо) схожі? Напр., чи фільм підтверджує співзвучність з інтерв'ю? Чи висновки з опитування перегукуються з результатами дослідницької прогулянки? Коли результати відрізняються? Яким чином? Про що це говорить?
- Чи отримана вами інформація складається в якесь логічне ціле? Порядок? Як ви думаєте, що з цього може виникати?

28

Аналізуючи матеріал, здобутий під час дослідження, можемо шукати:

- схожості
- відмінності
- зв'язків
- порядку

Наприкінці аналізу варто спокуситись запропонувати конкретні висновки та рекомендації, які можуть сприяти вирішенню проблеми або питання, яким ви займалися. Рекомендації не є обов'язковими, проте багато людей, які замовляють діагностику, дуже очікують на них. Рекомендації повинні бути чітко сформульовані та враховувати всі точки зору.

Готуючись до цієї частини звіту, подумайте, які у вас є:

- висновки – що виникає із зібраних вами матеріалів
- асоціації – які думки, спостереження приходять вам на думку після аналізу зібраного матеріалу

- питання – чи після отримання відповідей від учасників дослідження у вас з'явилися якісь сумніви, нові запитання чи проблеми?
- рекомендації – які ваші висновки, які конкретні рішення ви могли б запропонувати?

## 4. Організаційні аспекти локальної діагностики – про що слід пам'ятати

Плануючи діагностику, окрім питань по суті, варто мати продумані та заплановані організаційні питання, такі як тривалість дослідження, набір і промоція та демонстрація ефектів. Не дбаючи про ці аспекти, наше дослідження по-перше, може бути нескінченним, по-друге, ніхто про нього не дізнається.

**Час** – приступаючи до дослідження нам потрібно знати, скільки часу нам потрібно для його виконання. Оцінюючи це, ми враховуємо: кінцевий термін, встановлений замовником, кількість людей у колективі, складність теми, величину вибірки, тобто кількість осіб, з якими хочемо поговорити, та специфіку вибірки.

Плануючи дослідження слід скласти графік роботи. Він не повинен бути розлогим, але повинен показувати, коли настає час аналізувати наявні дані, інтерв'ю, опитування та писати звіт. Графік повинен бути придатним для вас, він повинен показувати, який член команди бере участь у дослідженні.

Пастка, в яку легко потрапити під час проведення суспільної діагностики, - це постійна неможливість “докопатися” до відповіді, яка нас задовольнить. Ми проводимо 1, 5, 10 інтерв'ю і нам все ще замало. Ми весь час відчуваємо, що, можливо, 11, а потім 12 та 13 інтерв'ю щось принесуть. З одного боку, добре, що наше серце дослідника таке допитливе. З іншого боку, ми повинні пам'ятати, що діагностика має бути закритим процесом, який відбувається у визначеному часі. Можливо, якщо ви відчуваєте себе незадоволеними, один із висновків слід написати про те, що на деякі запитання досі не вдалось отримати відповіді та чому так склалось.

**Місце** - ми знаємо коли, а варто знати – де. Питання про місце – це, головним чином, питання про те, де ви будете проводити індивідуальні та групові інтерв'ю. Інтерв'ю добре проводити в місцях, які сприяють розмові - вони приємні, спокійні, і ви можете бути впевнені, що вас ніхто не перебиватиме. Це не означає, що інтерв'ю завжди повинні проходити в окремому приміщенні. Інтерв'ю в кафе мають свої переваги – напр., ніякого збентеження в момент мовчання. Важливо, щоб і вам, і співрозмовнику добре велось розмову в даному місці.

Простір для фокус-інтерв'ю (групові інтерв'ю) вже має бути добре спланованим. Це повинна бути окрема кімната, де від 5 до 10 осіб можуть сидіти за столом або лише на стільцях і вільно розмовляти один з одним.

**Промоція** - навіть найкраще підготовлене дослідження без публічності та без контакту з відповідними респондентами не принесе очікуваних результатів. Плануючи діагностику, слід подумати над тим, як ми повідомимо про неї респондентів. А інформувати доведеться широко, використовуючи всі, навіть найшаленіші ідеї, які ховаються в нашій голові. Не зводьте промоції лише до очевидних речей, тобто плакатів на інформаційних стендах та порталах типу Facebook. Використовуйте їх, але збагачайте свою промоцію іншими ідеями, такими як інформація на місцевих ринках, сходових клітках, можливо, напр., відвідуючи класи у школі чи університеті, із залученням «місцевих зірок» - священика, вчителів, міської ради.

Проводячи промоцію, не забудьте робити це заздалегідь. Якщо ви хочете провести опитування серед мешканців подвір'я, напр., спільно прогулюючись по дворі, то опублікуйте інформацію про неї принаймні на тиждень раніше. Мешканці повинні мати можливість: почути, що такий захід буде організований, освоїтись з темою, дізнатись, чи інші сусіди також долучаться, записати призначену дату у своїх календарях.

**Демонстрація ефектів** - наприкінці дослідження важливо подбати про те, щоб написаний вами звіт опинився не лише на полиці, але й був матеріалом, результати якого побачать денне світло і ви зможете їх використовувати. Після написання звіту подумайте, яка інформація

є ключовою та цікавою, і спробуйте подати її в іншій формі, ніж текст. Щоб охопити ширшу аудиторію, слід підготувати короткі, барвисті матеріали, бажано представлені у вигляді малюнків або графіків. Напевно, найпоширенішою формою на даний момент є інфографіка – дані, представлені у графічній формі.

Після того, як матеріал буде опрацьовано, ви повинні “надати” його зацікавленим особам. Дотримуючись прикладу подвір’я – варто повісити плакати з результатами розмов з мешканцями. Якщо в рамках дослідження діти робили якісь малюнки, влаштуйте виставку з коментарем. Окрім респондентів, варто показати результати та рекомендації особам, які приймають рішення – іноді це можна зробити, домовляючись про зустріч, а інколи - надсилаючи матеріали поштою.

## 5. Плани і припущення та реальність

Наприкінці цього розділу ми розглянемо тему планування та реальності.

Безумовно, планування є важливим під час роздумів про діагностику та проведення дослідження. Ми аналізуємо процес – навіть ми це робимо, на які питання хочемо знати відповідь, хто може нам дати ці відповіді. Немає шансів провести хорошу діагностику без належної підготовки.

Однак, з іншого боку, ми, як дослідники, повинні бути відкритими до змін, які можуть чекати на нас під час аналізу. Локальна діагностика – це дослідження, процес, в якому людський фактор та реальність, яка нас оточує, відіграють величезну роль. Неодноразово може траплятися так, що нам доведеться змінити інструмент або зіткнутися з відповідями, які нам не підходять.

Чи це погано, коли ми хочемо вивчити потреби освітньої пропозиції для студентів і плануємо провести опитування, використовуючи 100 друкованих анкет у 2 гуртожитках міста, і врешті-решт виявиться, що у нас є 100 електронних анкет, отриманих за допомогою «циганської пошти»? Це цілком нормально. У цій ситуації важливо помітити зміни та подумати над причинами такого явища. Можливо, у вашому

місті важко застати студентів у гуртожитках, адже протягом тижня після занять вони відразу йдуть на роботу, а у вихідні виїжджають до батьківського дому.

А що, коли ми проведемо інтерв'ю та дослідницькі прогулянки на подвір'ї місцевої громади, сподіваючись, що ми почуємо конкретні відповіді про те, що потрібно мешканцям, а виявиться, що деякі приходять і кажуть, що все так як є їм підходить і нічого не потрібно змінювати? У нас не було таких планів. Замість звичайної трави з горщиками мав бути спортзал та дитячий майданчик. Це небажання змінюватись серед мешканців також є нормальною ситуацією. Напевно, варто подумати і запитати, чому вони не хочуть тренажерний зал. Можливо, вони бояться хуліганів, які влаштовуватимуть голосні посиденьки поруч з будинком?

Плануймо нашу діагностику. Створімо графік, план роботи і продумуймо всі її етапи. Однак, водночас, будьмо відкриті до змін, інших відповідей, ніж тих, які ми очікували. Вміймо змінити інструмент, якщо бачимо, коли те, що ми робимо, не приносить ефектів. Діти не хочуть вішати листочки з відповідями на шнурку? Давайте проведемо конкурс малюнків із призами. Не будьмо скованими, шукаймо рішень!

32

## 6. Контрольний список до і після локальної діагностики

Перевір, чи знаєш/володієш/маєш

### ПЕРЕД ДІАГНОСТИКОЮ

- У тебе є команда проекту?
- Чи члени команди проекту володіють усіма необхідними вміннями та знаннями, щоб провести дослідження?
- Чи хочеш залучити якихось партнерів до дослідження?
- Хто повинен бути партнером і чому?
- Чи у тебе достатньо знань з цієї тематики?



- Чи знаєш, де шукати інформацію на вибрану тему?
- Чи є якісь наявні дані у даній тематиці?
- Яка мета дослідження (проблема дослідження)?
- Які дослідницькі питання поглиблюють твою мету?
  
- Скільки в тебе часу на проведення дослідження?
- Чи є у тебе якісь кошти на проведення дослідження?
- Чи ти спланував графік дослідження?
  
- Від кого ти хочеш отримати відповіді?
- На якій вибірці ти хочеш провести дослідження?
- Яким чином залучиш респондентів до дослідження?
- Чи вибірка повинна бути випадковою чи цільовою?
- Як подякуєш респондентам за участь у дослідженні?
  
- Якими методами проведеш дослідження?
- Скільки проведеш інтерв'ю?
- Скільки буде заповнено анкет?
- Який ще метод використаєш?
- Чи маєш всі необхідні матеріали для проведення дослідження?
  
- Де проведеш інтерв'ю?
- Де проведеш групове інтерв'ю?
- Чи в тебе є приміщення для проведення дослідження, напр. інтерв'ю чи тобі потрібно їх орендувати?
- Де залишиш анкети для заповнення респондентами?
- Електронні чи друковані анкети?
- Як будеш вести промоцію вашого дослідження? Як респонденти дізнаються про нього?

## ПІСЛЯ ДІАГНОСТИКИ

- Чи висновки та рекомендації у звіті відповідають меті/проблемі та дослідницьким питанням?
- У якому вигляді підготуєш звіт?
- Чи маєш якісь вимоги згори стосовно звіту?
- Кому надішлеш звіт?
- Як розповсюдиш інформацію про звіт?
- Як подякуєш команді за її роботу?

# ЯК ЦЕ РОЗКУСИТИ АБО ДІАГНОСТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Магдалена Тхужніцька

- 37 1. Якісні методи**
- 38 I. Індивідуальне інтерв'ю
- 41 II. Групове інтерв'ю
- 43 2. Кількісні методи**
- 45 I. Анкетування
- 49 3. Інші методи**
- 49 I. Наявні дані
- 51 II. Дослідницька прогулянка
  - а. Прогулянка з фотоапаратом
  - б. Прогулянка з дослідником
  - с. Прогулянка на основі сценарію
- 55 III. Інформація на шнурку
- 55 IV. Громадське кафе
- 56 V. Картування
- 57 VI. Малюнки
- 58 VII. Заходи на свіжому повітрі
- 58 VIII. Креативні заняття

## ДІАГНОСТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Передвами – черговий розділ, а саме діагностичний інструментарій. Він розповідає про те, як провести локальну діагностику. Цей розділ схожий на набір інструментів “Зроби сам”: він містить в собі різні методи та інструменти, які допоможуть нам провести діагностику.

Кожен інструмент має своє призначення. Для будівництва годівнички для птахів нам потрібен як молоток, так і пила, цвяхи або затискач. Не існує лише одного хорошого інструменту для досягнення бажаного результату. Добрий будівельник знає, що хороший результат роботи є поєднанням багатьох інструментів, прийомів та матеріалів.

Те саме діється й у нас. Якщо ми замінимо будівництво годівнички на створення точної локальної діагностики, ми помітимо, що у нас є багато інструментів, які виконуватимуть різні ролі.

Проводячи діагностику ми можемо використати:

### **якісні методи**

- індивідуальне інтерв'ю
- групове інтерв'ю

### **кількісні методи**

- анкетування

### **інші методи**

- наявні дані
- дослідницька прогулянка (у тому числі прогулянка з дослідником і прогулянка з апаратом)
- інформація на шнурку
- громадське кафе
- картування
- малюнки
- заходи на свіжому повітрі
- креативні заняття

Ці інструменти допоможуть нам вибудувати точну та об'єктивну діагностику. З даного моменту ми спробуємо розібратися, в якому випадку який інструмент використовувати з метою підготовки найточнішої діагностики.

## 1. Якісні методи

Якісні методи, це спосіб дослідження, в якому можемо поставити індивідуальні питання:

- що?
- як?
- де?
- коли?

Важливим є те, що ми не можемо ці описи порівнювати з іншими дослідженнями, щоб після підрахунку відповідей можна було собі відповісти на питання:

- наскільки менше?
- наскільки більше?

Коли ви запитаєте – навіщо нам потрібні якісні запитання? Пам'ятайте, що ви використовуєте цей метод, щоб отримати якомога більшу кількість ідей, інформації, досвіду, нових способів мислення та діяльності.

Якісні дослідження, тобто, напр., розмова (записане інтерв'ю) дає можливість побачити, що кожен з нас інший і дозволяє нам зауважити, що кожен може мати іншу думку, навіть щодо найочевиднішої для нас тематики.

Якісні дослідження дозволять вам «вийти з себе», поза рамки того, що нам відомо, поза рамки того, що сформовано та описано, щоб ми могли лише дізнатися щось про світ, спільноту, явище. По-простому можна сказати, що якісні методи показують, що: «у мене так», «у тебе так», «у кожного з нас по-різному».

Якісні дослідження - це питання «Що ти знаєш»?

Питання – Що ти знаєш? ставиться у часто інтуїтивній формі, коли ми задаємо відкриті запитання. Чим відкритішим буде питання,

тим більшою буде ймовірність того, що відповідь буде найближчою до цього, що насправді хоче донести інша людина.

*Відкриті запитання на кшталт (Що тобі подобається у своїй роботі?) суперечать закритим, альтернативним питанням (Чи тобі подобається твоя робота?). У випадку останніх питань відповідь може бути лише: ТАК чи НІ.*

*Ми повинні пам'ятати, що на самому початку підготовки матеріалів для діагностики ми повинні якомога ширше окреслити наше питання. У даному випадку доречніше було б запитати - Що ти думаєш про свою роботу?*

Варто широко окреслити питання, адже після кількох інтерв'ю може виявитися, що на питання «Що ти думаєш про свою роботу?» половина респондентів відповість, що вони не люблять свою роботу. Тоді це хороший матеріал для вивчення того, чому так склалось.

## **I. Індивідуальне інтерв'ю**

Іноді найкращий спосіб дізнатися про щось - просто запитати.

Індивідуальне інтерв'ю – це такий тип інтерв'ю, в якому в доброзичливій атмосфері ми можемо зібрати від співрозмовника корисну інформацію, яка розширить наші знання з метою представлення відповідної діагностики.

Під час інтерв'ю, респонденти нам розкажуть лише стільки, скільки захочуть розказати. Їхнє бажання поділитися інформацією буде залежати від довіри до нас як до дослідників. Ось чому так важливо створити відповідну атмосферу, щоб особа, з якою ми проводимо інтерв'ю, почувала себе максимально вільно. До таких місць можемо зарахувати:

- кав'ярні
- помешкання особи, з якою проводимо інтерв'ю
- ізольовані місця з відповідною акустикою
- зустрічі в місцях, які вже відомі респондентові.

Вибір відповідного місця також важливий для самого запису

та технічної якості матеріалу. Іноді добре зробити репетицію, бо немає нічого гіршого, ніж провести 2-годинне інтерв'ю тільки для того, щоб після його закінчення зрозуміти, що якість запису не дає можливості чітко прослухати матеріал.

Про інтерв'ю варто домовлятися заздалегідь, щоб респондент також міг до нього підготуватися. Психологія вказує на те, що люди, як правило, люблять бути готовими, тому організація зустрічі заздалегідь дасть обом сторонам можливість подумати над темою розмови та відповідно підготуватися. Заздалегідь підготовлена зустріч може призвести до того, що ми отримаємо набагато цінніший вихідний матеріал, який не зможе нам забезпечити інтерв'ю у вигляді вуличного опитування, записаного імпровізовано при першій же можливості.

На етапі реалізації домовленості про зустріч важливо також бути максимально достовірним, щоб провести успішне індивідуальне інтерв'ю: представитись, показати свою візитну картку, описати, про що буде розмова, яка її мета, якими є наші мотиви. Основний принцип полягає в тому, що «ніхто не хоче, щоб його слово було використано проти нього», тому на цьому етапі ваша надійність, впевненість, гарантія нерозголошення чи інформування про мету розмови допоможуть зменшити напругу через ймовірну непоінформованість людини, з якою проводимо інтерв'ю.

Розпочинаючи запис варто:

- вказати день, своє ім'я та прізвище, мету запису
- отримати принаймні ім'я людини, з якою ви спілкуєтесь, щоб правильно архівувати матеріал. Іноді респондент може попросити вас не вказувати його ім'я та прізвище, що ми також повинні поважати. І хоча наші зусилля повинні усунути заперечення нашого респондента, ми повинні пам'ятати, що він має право на це.
- повідомити, що розмова записується і записати згоду респондента. Така інформація захистить нас у випадку можливих непорозумінь, якщо б після записаного інтерв'ю респондент заявив, що не знав про використання відео- чи аудіозаписуючих пристроїв під час розмови.

*Пам'ятайте! Відповідне місце, влаштування зустрічі, представлення себе, пояснення причин зустрічі, отримання інформованої згоди стане хорошим початком для отримання цінного матеріалу.*

А з якими викликами ми стикаємось, коли вже розпочинаємо інтерв'ю? Однією з проблем інтерв'ю є можливість отримання відповідей від респондентів на декларативному рівні. Що це означає? Не завжди те, що ми отримуємо в індивідуальному інтерв'ю, є правдою. Це відбувається тому, що люди, з якими ми розмовляємо, напр., відчувають сором, чогось не знають, навмисно вводять нас в оману, використовують спотворюючі психологічні механізми, такі як перенесення, відмова, заперечення.

Наше завдання (що ставатиме простішим разом зі зростаючим досвідом) - підготуватися до інтерв'ю таким чином, щоб через відповідні запитання якнайшвидше перейти від декларованих цінностей у бік прихованих та інтерналізованих цінностей, щоб з'ясувати, що насправді стоїть за відповідями співрозмовника.

Деякі люди народжуються зі здатністю «швидко читати людей». Це особливість хороших психологів, репортерів, журналістів, які вже через деякий час знають, яку струну зачіпити, щоб відкрити правду, яка їх цікавить. На щастя, ви можете цього навчитися. Дослідники можуть здобути цю навичку разом із досвідом. Чим більше інтерв'ю ви проведете, тим швидше ви помітите, що варто на якомусь питанні довше зупинитися або варто запитати про щось інше.

З кожним наступним інтерв'ю ми будемо в цьому питанні все кращі і кращі, але слід пам'ятати, що найкращі виступи - це ті, які виглядають спонтанними, хоча і ретельно підготовлені. Тому в інтерв'ю, як і в промові, перш за все вам потрібен ПЛАН, ПЛАН і ще раз ПЛАН.

### **Як це зробити? Тобто ІІІ – РОЗМОВА З ПЛАНОМ**

Залежно від потреб та досвіду роботи команди, ви можете створити більш-менш детальний сценарій індивідуального інтерв'ю.



Сценарій може містити основні положення, на які ми хочемо отримати відповідь, або мати точний перелік питань. Ми рекомендуємо підготувати питання, оскільки сам процес їхнього впорядкування дозволить вам перевірити, чи на всі дослідницькі питання, які ви поставили собі на початку дослідження, ви отримаєте завдяки ним відповіді,

Інтерв'ю проходить через кілька етапів:

1. **Вступ** – представлення себе, представлення мети дослідження, способу використання результатів, тривалості розмови, ознайомлення з правилами (конфіденційність, анонімність, потреба у чесності, відсутність добрих і поганих відповідей), зі способом реєстрації розмови.
2. **Розминка** – це момент для налагодження контакту зі співрозмовником, для задавання кількох простих питань, які, бажано, мали б стосуватись респондента, наприклад, чим він займається, як довго проживає в даному місті, чим любить займатися після роботи. Під час розминки ми виявляємо зацікавлення нашим співрозмовником.
3. **Інтерв'ю** – тобто ми задаємо питання, на які хочемо отримати відповідь. Важливо, щоб спробувати посортувати питання у блоки, напр., спочатку чому нам подобається наше місто, а потім - які зміни ми б хотіли в ньому запровадити. Спочатку питаймо про досвід та потреби, а потім задаваймо питання стосовно порад та пропозицій щодо змін. Сценарій повинен бути логічним, один блок повинен бути результатом попереднього. Перестрибуючи від запитання до запитання, респонденту буде важко наздогнати нас, а нам згодом складно буде посортувати та опрацювати такі відповіді...
4. **Завершення** – наприкінці ми завжди дякуємо за присвячений час та інформуємо, що після завершення дослідження ми будемо раді поділитися результатами.

## II. Групове інтерв'ю

Для дослідника групове інтерв'ю, тобто фокус-група, це популярний метод дослідження, який використовується в якісних дослідженнях, насамперед у психології, дослідженнях суспільної думки, соціології

та маркетингових дослідженнях. Слід зазначити, що, як і інші методи якісних досліджень, групові інтерв'ю неможливо порівняти, тобто вони не мають характеру досліджень, призначених для репрезентативних груп.

У дослідженнях як і в житті - часто індивідуальні рішення приймаються відносно інших членів спільноти, виходячи з того, що інші думають, цінують, вважають. Тому, хоча трапляється так, коли ми думаємо, що ми приймаємо рішення самі, насправді це результат різних тенденцій, думок, норм та цінностей, які глибоко вкорінені в групі. Групове інтерв'ю покликане перевірити, як обговорюваний предмет дослідження виглядає у відносинах кількох людей, це свого роду спроба оцінити явище в суспільстві.

Крім того, групове інтерв'ю дає можливість стимулювати учасників відповідями інших респондентів. Ми маємо ефект синергії, тому, що завдяки цьому інструменту можна придумати більше, ніж одне рішення. Основна перевага цього інструменту - динаміка та взаємодія між учасниками. Обмінюючись думками або переймаючи погляди один одного, народжується творча енергія. Фокус також може дати відчуття безпеки, оскільки це не розмова один на один, а контакт у більшій групі.

Вибираючи людей для фокус-інтерв'ю, пам'ятайте, що респонденти повинні бути певним чином схожими між собою за віком, проживати на одному подвір'ї і тд. Буде важко навіть говорити про потреби певної громади, запрошуючи людей з різних міст.

Групове інтерв'ю, як і індивідуальне інтерв'ю, має свої рамки у вигляді сценарію. Дискусія має вестись за попередньо підготовленим сценарієм, який описує цілі кожного етапу дослідження.

- Розпочинаємо зі вступу до дискусій, ознайомлення з правилами
- Просимо учасників представитись
- Задаємо питання на розминку
- Переходимо до конкретних питань. Як і в індивідуальному інтерв'ю, запитання формуємо в блоки, щоб вони були логічно пов'язані між собою. Пам'ятайте, що коли ви придумуєте питання, слід обмежити себе тими, на які можуть відповісти всі учасники дослідження.

Вся дискусія повинна бути записана. Якщо респонденти не виражають на це згоди, потрібно обов'язково робити нотатки. За учасниками, які беруть участь в дискусії у спеціально для цього адаптованій кімнаті, через дзеркало Гезелла також можуть спостерігати дослідник та інші особи .

## 2. Кількісні методи

Це правда, що апетит приходить під час їжі. Чим більшу кількість ресторанів ми відвідаємо, тим прискіпливішими ми стаємо і з більшою впевненістю можемо сказати, що нам до смаку, а що не подобається. Куштування багатьох страв, спецій і нових смаків дає нам можливість порівняти інформацію про те, що і де їсти, що нам подобається і які місця слід обходити десятою дорогою. Багаторазовість і різноманітність подій впливає на наше судження. Після відвідин двох ресторанів ми можемо висловити наступні думки:

- Мені подобається бар А більше, ніж бар Б,
- Мені подобається бар А.
- Мені не подобається бар Б.

Саме порівняння лежить в основі кількісних методів.

Кількісні методи, на відміну від якісних методів, спрямовані на вимірювання, збір та агрегацію даних та їхню перевірку. Найпростіше оперувати множинами, інтервалами, числами, саме тому кількісні методи збирають інформацію про окремі одиниці та намагаються знайти закономірності на основі зведеного аналізу даних. Кількісні методи є конкретними.

Наші багатогодинні дослідження, засновані на попередніх якісних методах, такі як пошук натхнення в існуючих даних, інтерв'ю, фокус-групи, картування повинні бути увінчані конкретними математичними дослідженнями на основі кількості.

Трохи випереджуючи факти: найпростішим методом кількісних методів буде опитування як спосіб отримання чимало кількісної інформації. Натомість математика, статистика, математичні ряди, професійні комп'ютерні програми для досліджень або сам Excel

будуть інструментами, які допоможуть нам у швидких розрахунках, пошуку середніх даних та прогнозуванні.

Нашими союзниками у кількісних дослідженнях будуть графічні зображення, що діють на уяву - таблиці, числа, математичні функції в Excel, відсотки.

Кількісні методи:

- описують реальність математично – з точки зору кількості, тривалості та інтенсивності явища.
- надають дослідженню науковості, переходячи від суб'єктивної думки до об'єктивації, що підтримується дослідженням, на репрезентативній вибірці.
- служать для побудови теорій на основі фактів.
- ділять респондентів на групи (вік, стать, статус, місце проживання, освіта тощо).

Ми також повинні пам'ятати, що наші методи повинні бути цілеспрямованими (конкретизувати та вирішувати проблему) та надійними (відповідно до методики). Щоб це сталося, важливо наступне:

- вибір конкретної цілі дослідження
- визначення вибірки репрезентативних осіб (респондентів)
- спосіб укладення анкети та її чіткість
- підхід дослідника до збору даних, неупередженість та професіоналізм
- математичні дослідження
- метод презентації даних за допомогою відповідних діаграм.

Кількісні методи зазвичай проводяться фахівцями, включаючи соціологів та математиків, оскільки недосвідчений дослідник піддається помилкам на багатьох етапах. Неправильно підготовлений інструмент – у даному випадку анкета - неможливо буде виправити, коли розпочнеться дослідження, оскільки дані повинні бути порівнювальними між собою.

Кількісні методи, як і всі методи, не вільні від маніпуляцій та «малювання фактів». Маніпуляція на будь-якому етапі:

чи це створення інструменту, чи проведення та представлення інформації, може істотно спотворити результати, створюючи велику загрозу для адресатів.

## **I. Анкетування**

Найпоширеніший спосіб отримання даних від респондентів в суспільних та локальних діагностиках - це відповіді на основі раніше підготовленої анкети.

Респондентам пропонується ознайомитись із завданням – інформацією про те, як заповнити анкету та уніфіковано дати відповіді згідно з прийнятим нами методом.

Рамки дослідження є жорсткими, тому що після завершення опитування ви більше не можете змінювати питання, ані їхнього порядку, використаної лексики, включаючи спеціалізовані терміни, ані відповідей на вибір.

Ми можемо провести опитування з інтерв'юером або самостійно.

### **Опитування за активної участі інтерв'юера**

Досліджувана особа відповідає на запитання за участю інтерв'юера. Інтерв'юер читає/задає питання та відзначає відповіді респондента.

Цей тип опитування дозволяє точно з питаннями пройти анкетування. Інтерв'юер дбає про те, щоб всі відповіді були правильно зазначені. Він отримує метричні відповіді, тобто основні дані про людину, яка відповідає на питання, наприклад, вік, місце проживання, освіта, дохід. Завдяки присутності інтерв'юера ми впевнені, що отримаємо відповіді на всі запитання.

Питання щодо основних даних про особу, яка заповнює,

Підхід інтерв'юера є дуже важливим - його неупередженість, нейтралітет, запевнення того, що жодна з відповідей не є поганою. Забороняється оцінювати респондента та будь-яка інша поведінка, яка могла його образити.

Коли у нас є респонденти «на місцях», маємо час та людей, добре було б провести опитування за участю професійного інтерв'юера.

### **Анкета без участі інтерв'юера**

Інший тип методу опитування - це самостійна відповідь на питання в анкеті особою, якій адресовані запитання. Такий спосіб збору інформації через більшу анонімність може дати реальніші відповіді, оскільки досліджувана особа не буде соромитись і боятися передати в ході опитування те, про що насправді думає. Цей тип методу також часто використовується задля економії часу та місця. Компанії, які обслуговують клієнтів, можуть залишати анкети в одному місці, попросивши відповісти на питання про задоволення наданими послугами. Завдяки цьому методу нам не потрібно бути на місці з метою отримання інформації. Однак ми повинні врахувати, що не на всі питання можуть бути дані відповіді. У випадку розгорнутих анкет, над якими потрібно більше зосередитись, респонденти повинні взяти анкету додому, щоб відповісти на всі питання. Це створює ризик того, що анкета може ніколи не повернутися до нас.

Ще одна ідея провести опитування без інтерв'юера - надіслати їх електронною поштою або розмістити їх в електронній формі безпосередньо на веб-сайтах. Цей метод може бути більш орієнтований на ту групу адресатів, яка нас цікавить: її отримають лише працівники адміністрації, лікарі, представники організації чи професії, які нас цікавлять тощо.

### **Хто є адресатом анкети-опитування?**

В ідеальному дослідженні ми завжди шукаємо репрезентативну групу, тобто таку групу, яка у мікро масштабі дасть нам схожі відповіді як у макро масштабі.

Принцип анкетування такий самий, як у теорії великих чисел: якщо ви кинете кубик один чи тисячу разів, ймовірність викинути парну кількість очок повинна бути 50%, так само як отримати непарне число. У дослідженнях прийнято вважати, що ймовірність репрезентативної кількості повинна бути близькою до ймовірності відповіді всієї сукупної кількості.

Для цілей нашого дослідження це, як правило, неможливо - зрештою, ми не будемо використовувати загальний перепис населення, але ми повинні намагатися вибрати таку репрезентативну групу, щоб

її профіль був максимально наближений до всієї сукупної кількості. З іншого боку, навіть якщо ми не маємо шансів зібрати репрезентативну групу, спробуймо охопити людей та скористатися нашими анкетами. Адже ж ми завжди можемо зібрати цінні результати для нашої організації.

## **Принципи конструювання хорошої анкети-опитування:**

### **Питання**

- Питання в анкеті повинні бути:
- конкретні,
- максимально прості – намагайтеся уникати складнопідрядних речень,
- однозначні – слід питати про одну річ,
- які не пропонують відповідей,
- легко зрозумілими - питання повинні бути сформовані так, щоб пересічна людина могла зрозуміти зміст питання і дати правильну відповідь,
- творити єдине ціле - питання повинні розповідати про задану тему таким чином, щоб спочатку відповідати на більш загальні запитання, а потім питати про деталі,
- оцінювання за рівнем складності - це має мотиваційне значення для подальших досліджень, тому що якщо респондент на початку зневіриться і не зрозуміє питання, то не спрацює ефект залучення для завершення відповідей,
- суспільно прийнятні - якщо дослідження цього не вимагає, не слід ставити контроверсійні питання або питання, які можуть викликати агресію.

### **Відповіді**

Для хороших результатів та математичної порівнювальності ми повинні намагатися зробити більшість питань закритими. Це допоможе нам кількісно, а не якісно описати проблему. Важко уявити собі анкетне опитування на 1000 людей, де ми залишаємо можливість вільного висловлювання у більшості питань. Надаючи таку можливість, ми замінимо кількісне дослідження на якісне дослідження, помножене на тисячу разів.

Відповіді можуть бути:

- відкриті, що дають можливість висловлення думки (остерігаймося їх!)
- закриті одноразового вибору – вибір з-поміж кількох варіантів
- закриті багаторазового вибору – кілька можливих відповідей на вибір
- альтернативні – Х чи Y

Проаналізуймо кілька відповідей на закриті питання:

### **Одна відповідь з переліку**

Як часто Ви п'єте каву протягом дня?

- (1) один раз на день
- (2) кілька разів на день
- (3) не п'ю кави взагалі

### **Багаторазовий вибір**

Звідки Ви дізналися про проект? (зазначте, будь ласка, максимально 3 відповіді)

- (1) газета
- (2) телебачення
- (3) інтернет
- (4) знайомі
- (5) інші (які?): .....

### **Оцінка якогось явища в уявному масштабі**

Оцініть, будь ласка, наскільки Ви погоджуєтесь з наступним твердженням: «Я підтримую такий проект, щоб 6-річні діти обов'язково розпочинали навчання у початковій школі»

- (1) Повністю погоджуюсь
- (2) Скоріш за все погоджуюсь
- (3) Ані так, ані ні
- (4) Скоріш не погоджуюсь
- (5) Категорично не погоджуюсь



## Рейтинг

Ви також можете попросити учасників зазначити відповідь від 1 до 10 з точки зору того, що для респондента є найважливішим.

“Будь ласка, класифікуйте наступні відповіді відповідно до важливості, яку ви їм надаєте.”

## Дані респондента

Для цілей нашого дослідження слід пам'ятати про дані респондента - тобто кілька запитань, завдяки яким ми зможемо створити досліджувані категорії з точки зору характеристики респондентів. Якщо наприкінці дослідження запитаємо про:

- вік,
- стать,
- освіту,
- місце проживання,
- цивільний стан

ми не тільки зможемо з'ясувати, що думають респонденти, але й дізнаємось, як відрізняються відповіді різних вікових груп або як відрізняються відповіді жінок та чоловіків.

49

## 3. Інші методи

### I. Наявні дані

Перш ніж почати проводити суспільну діагностику, варто пошукати інформацію щодо цікавої для нас теми у доступних нам ресурсах. Ресурси, доступні «на місці», називаються наявними даними.

До доступних даних ми зараховуємо:

- статистичні дані з управлінь статистики,
- законодавчі акти разом із проектами законів,
- міжнародні акти,
- стратегії, програми та плани дій, розроблені урядами та організаціями,

- медіа-матеріали - радіо, преса, Інтернет, телебачення,
- книги та журнали, газети, наукові публікації,
- соціальні медіа,
- культурні цінності та записи; мистецтво, архітектура, фотографії, фільми, живопис,
- в деяких країнах «доступ до публічної інформації», тобто запит безпосередньо до адміністрації щодо інформації, яка нас цікавить.

Наявні дані дозволяють нам:

- розширити мережу понять,
- оновити знання з цікавої для нас теми,
- є натхненням для подальших дій та ідей,

Характерною рисою наявних даних є:

- простий доступ до даних – напр. Інтернет, бібліотека
- відтворення - тобто дані показують нам, що вже було діагностовано та описано
- є початком дослідження - дослідження на цікаву нам тему

Наявні дані - це швидке та перевірене джерело інформації. Вони, безперечно, можуть заощадити нам час на пред'явлення гіпотез, які вже були спростовані. Не менш неприємною може бути розробка видання, схожа версія якого давно вже була написана та опублікована в Інтернеті чи науковому журналі. Пам'ятайте, що «великі уми думають однаково», тому дуже можливо, що те, що ви придумали, вже було відкрито до вас. В епоху Інтернету обмін інформацією відбувається глобально, національні бібліотеки зобов'язані зберігати принаймні один примірник кожної книги, виданої рідною мовою, а обмін відкриттями та думками відбувається не лише в регіоні чи країні, а й на континенті. Вся наша робота з наявними даними зводиться до того, щоб найкраще підготуватися до теми, яку ми хочемо глибше вивчити, і зупинити нас перед спробою виламати двері, які вже давно відкриті.

<b>НАЯВНІ ДАНІ</b>	
<b>ПЕРЕВАГИ</b>	<b>НЕДОЛІКИ</b>
Можливість опанувати специфічні для даної тематики поняття	Перевантаження інформацією – щось можна оминати
Швидкість доступу до інформації завдяки пошуковим системам інтернету	Складність розрізнити фальшиву новину від правдивої
Можливість опиратися на матеріали наукових установ	Ускладнений доступ до цінних даних (платний доступ до деяких матеріалів, напр., наукових журналів)
Глобальне джерело походження даних	Можливість обтяження помилками
Джерело натхнення та критичного мислення	Проблема з оцінкою достовірності джерела
Хороший вступ до аналізу	

## II. Дослідницька прогулянка

Дослідницька прогулянка - це техніка спостереження за простором з метою постановки діагностики. Дослідницька прогулянка дозволяє у дружній атмосфері залучити учасників та надати їм змогу співпрацювати та взаємодіяти для загального блага.

Дослідницька прогулянка як якісне дослідження, передбачає:

- антропологічне спостереження за містом, районом, вулицями, будівлями, пішоходами, благами громадського вжитку та доступом до них, меморіалами, розташуванням міських елементів та взаємозв'язками між ними
- розміщення людини в центрі та аналіз її потреб, якості життя, способів проведення вільного часу, доступу до послуг та культурних благ, способів заробітку.

Завдяки цьому інструменту після візуального огляду ми швидко отримуємо відповідь про те, чи, наприклад, вулиця та будівлі

в належному стані, чи пошкоджені фасади і як мешканці проводять вільний час. Стан міської інфраструктури та її недоліки дадуть відповідь на наші запитання про заможність досліджуваної території та про людей, які у ній проживають.

Дослідницькі прогулянки можуть бути організовані різними способами. З одного боку, вони можуть бути інтуїтивними та надихаючими - ми просто кажемо учасникам: «підіть і зробіть фотографії на задану тему». З іншого боку, їх можна проводити за сценарієм, щоб надати їм рис науковості та об'єктивувати.

Сценарії окремих дослідницьких прогулянок можуть відрізнятися за тематикою:

- одні можуть займатися смогом
- інші – вуличним рухом
- доступом до безкоштовних локацій відпочинку
- проведенням вільного часу
- культурними можливостями для молоді.

Однак ці сценарії завжди повинні ставити людину в центр уваги а також робити акцент на впливі навколишнього середовища та умов місцевості на людину, щоб максимально ефективно просувати дієві рішення.

### а. Прогулянка з фотоапаратом

Дослідницька прогулянка з фотоапаратом - це не що інше, як свідомий рух з фотоапаратом та свідоме і пильне спостереження. Прогулянка з фотоапаратом завжди стосується якоїсь теми, напр., ми просимо респондентів, щоб зробити фотографії заходів, які проводили самі мешканці без допомоги та тиску влади, або ми робимо фотографії, що показують, як жителі даного населеного пункту проводять свій вільний час. Фотоапарат та прогулянка - це інструменти, за допомогою яких ми детальніше дізнаємось про предмет дослідження

Прогулянка з фотоапаратом дозволяє нам створити документацію та запам'ятовувати зображення місць та людей, за якими ми спостерігаємо. У якісних методах фотоапарат зберігає зображення - факти, які є документацією самі в собі, але також вони можуть надихати до інших видів діяльності. Прогулюючись з фотоапаратом варто

робити багато знімків, адже фотоапарат, на відміну від нашого ока, записує все зображення. Людське око потребує свідомої зосередженості на одному елементі, що може викликати недогляд інших важливих чи цікавих та надихаючих речей. Переглядаючи фотографії, ми можемо побачити те, чого собі не усвідомлювали, знаходячись у даному місці. Сама фотографія також замінює нашу фотографічну пам'ять - нам не потрібно пам'ятати побачене, ми просто дивимось на фотографію і спогади повернуться до нас. Варто також пам'ятати, що фотографії повинні бути належним чином задокументовані та описані.

## **b. Прогулянка з дослідником**

Прогулянка з дослідником має ту ж специфіку, що і прогулянка з фотоапаратом. Її метою є спостереження за реальністю, перевірка різних питань та рішень. Різниця полягає в тому, що цього разу у нас немає фотоапарату в руках, а під час прогулянки нас супроводжує дослідник або самі учасники виконують цю функцію.

- прогулянка з дослідником-гідом - дослідник володіє даною темою, орієнтується на території, знає, що варто показати, куди повести респондентів. Його завдання полягає в тому, щоб вести прогулянку таким чином, щоб під час неї респонденти побачили вибране місце/я та поділилися своїми думками. Дослідник повинен вміти ставити хороші запитання, модерувати групою та занотовувати відповіді. Прикладом може слугувати прогулянка подвір'ями, які дослідник показує учасникам і в той же час просить їх поділитися думкою про те, як ці простори слід змінити, щоб вони стали привітнішими для місцевої громади.
- прогулянка з дослідниками-учасниками - так само, як із дослідником, учасники йдуть на прогулянку. Однак цього разу вони це роблять самі, ніхто не нав'язує їм маршрут, місця, які вони побачать. Саме група учасників приймає всі рішення. Важливо, щоб перед виходом групи дати чіткі вказівки, що вони повинні робити, як записати та передати свої висновки.

## **c. Прогулянка на основі сценарію**

Як уже згадувалося раніше, дослідницька прогулянка зі сценарієм призначена для надання рис науковості та об'єктивації проблем,

зауважених під час постановки дослідницьких питань. Прогулянка зі сценарієм ставить учасників у роль експертів, надаючи їм можливість висловлювати думки, що також сприяє промоції та розвитку спільноти і відчуття впливу.

У рамках завдання, напр., команди з трьох осіб різного віку та статі, шукають відповіді на задані їм питання протягом запланованого маршруту. Важливим є те, що учасники не повинні ділитися своїми позиціями. Після прогулянки команда може прийти з двома-трьома проблемами, з якими всі погоджуються, а також зі списком з різних питань, оскільки всі помітили щось інше.

Прогулянка зі сценарієм повинна:

- мати закладену мету
- проводитись за сценарієм, разом з продуманим маршрутом та вибором елементів простору, які можуть бути досліджені
- дати нам можливість картування<sup>1</sup> цих місць та елементів, які потребують нашої роботи та втручання
- зосереджуватись на вивченні почуттів та потреб людей
- базуватися на різних елементах простору
- складатися щонайменше з 3 осіб для забезпечення об'єктивності
- тривати щонайбільше 1,5 години, щоб забезпечити ефект свіжості
- дати можливість діагностувати функцію простору та зібрати ідеї щодо його вдосконалення безпосередньо від учасників та на основі прямого досвіду простору
- бути різноманітними як щодо осіб, так і часу - наприклад, одна група повинна складатися з людей старшого віку, інша - молодших, завдання також слід проводити в різну пору дня, щоб помічати різні повторювані закономірності.

---

<sup>1</sup> Інструмент Картування роз'яснений на ст. ..

### III. Інформація на шнурку

Метод полягає у зборі точок зору від наших респондентів, шляхом запису їхніх ідей, думок чи коментарів на листочку паперу та розвішання його на шнурку, який ми повісили раніше.

Це метод збору інформації, який можна використовувати в громадському просторі, а також під час практичних занять чи інших зустрічей з респондентами. Це цікавий спосіб зібрати точки зору під час міських івентів чи інших заходів на свіжому повітрі.

### IV. Громадське кафе

По-іншому його можна назвати дискусійною панеллю. Це вид якісного дослідження, в якому відбувається обмін думками та є можливість почути думки інших осіб, які беруть участь в опитуванні.

У заході бере участь модератор та кілька запрошених гостей, які висловлюватимуться на задану тему дебатів.

Зустріч може складатися з чотирьох частин:

- У першій частині кожен гість матиме можливість представити свої погляди вперше. Модератор дає право голосу.
- У другій частині кожен гість матиме можливість прокоментувати вибрані погляди іншого учасника панельної дискусії. Модератор вибирає, кому надати голос.
- У третій частині кожен член дискусії зможе спонтанно висловлюватись, щоб думки могли вільно формуватися. Модератор більше не вибирає, кому надавати слово.
- В останній частині кожен учасник підводить підсумки. Модератор почергово запрошує осіб для оголошення підсумків.

Громадське кафе добре працює серед експертної групи, коли ми з перших уст хочемо дізнатися якомога більше про цікаві для нас питання. Розмова не повинна бути спрямована лише на одну точку зору, але вона може містити різницю в поглядах і непримиренні елементи. Для самого дослідника така розмова має стати джерелом натхнення, можливістю оновити інформацію та дізнатися про останні тенденції.

Також може статися так, що під час бесіди учасники панельної дискусії розроблять новаторське рішення справ, які вони обговорюють. Розмова може охоплювати будь-яку соціальну, політичну, економічну, наукову чи паранаукову тему, адже завдання громадського кафе полягає у наданні синергії – доданої вартості через дискусію різних учасників полеміки.

Сам модератор має важливе завдання - він повинен вміти контролювати окремих співрозмовників, одночасно надаючи динаміку зустрічі, додатково контролюючи, щоб дискутанти не виходили поза тему панельної дискусії.

Інші запрошені гості можуть прислухатися до зустрічі, надаючи їй тим самим освітньої вартості. Громадські кафе варто записувати через можливі ідеї, натхнення, що мотивуватимуть до подальшого пошуку. Експерту, запрошеному до громадського кафе, наприклад, у бібліотеці, можна запропонувати індивідуальне інтерв'ю в якісному дослідженні на цікаву для нас тему.

### **Інтернет форуми**

Вище ми вже описали громадське кафе. В епоху Інтернету ми можемо спробувати перенести кафе на онлайн-дискусійний форум.

Форум може стати джерелом цікавих спостережень, ідей та нововведень.

### **V. Картування**

Під час збору ідей та інформації ми можемо зауважити, що отримуємо все більше питань, які ускладнюють нам прийняття рішень про те, що важливо, а що не так суттєво. Картування в якісних дослідженнях є досить простим способом систематизації цих питань.

Картуючи спільноту, ми думаємо про те, що важливе з точки зору нашого дослідження можна знайти в середовищі, яке нас цікавить. Це можуть бути цікаві місця, групи людей, проблемні території, важливі установи - все, що створить нам образ даної спільноти. Результати можуть бути представлені у вигляді списку, тоді як використання карт - дуже захоплюючий метод. Вони можуть бути попередньо надруковані (фотокопійовані та збільшені) або ескізні,



створені на місці учасниками. Усі намальовані від руки карти та використання вже існуючих карт є гарною відправною точкою для дискусії про місце.

Використовуючи цей інструмент для створення, наприклад, «карт місць для молоді», ми просимо респондентів про наступне:

- На попередньо підготовлених картах зазначити місця, де молоді люди проводять вільний час
- Написати, що у даних місцях робить молодь у вільний час
- Зазначити на картах те, чого не вистачає в цих місцях, щоб вони відповідали потребам молоді

## VI. Малюнки

Оскільки ми все ще перебуваємо у тематиці якісних досліджень, давайте розглянемо малюнок як продукт культури та цінності досліджень, які несе його аналіз.

Варто застосовувати різні методи розмови з респондентами. Окрім проведення типових бесід, ви можете запросити респондентів висловити свої ідеї, емоції, проблеми за допомогою малюнка. Прохання намалювати свою ідею може бути привабливішим для учасників місцевого фестивалю, ніж давати інтерв'ю. Як дослідники, ми повинні шукати цікаві та адекватні до ситуації методи, а також уникати того, що нудне і не дуже привабливе.

Крім того, малюнки є ефективними у випадку:

- осіб з утрудненим вербальним спілкуванням - у тому числі з порушеннями інтелекту
- роботи з особами, які не розмовляють мовою дослідника
- роботи з дітьми
- осіб, які не вміють впоратися з темою, безпосередньо розказати
- пошуку прихованих додаткових значень, крім вже заявлених
- як одна з інтеграційних ігор
- як натхнення для візуального дослідження та постановки діагностики

## VII. Заходи на свіжому повітрі

Виступаючи в ролі дослідника ми часто шукаємо інформацію у багатьох людей, з різних джерел. Гарною ідеєю для отримання цінних джерел інформації може бути участь у різних заходах на свіжому повітрі. Це можуть бути фестивалі, концерти, змагання, гуляння чи інтеграційні заняття, які, з одного боку, оживляють місцеве середовище, а з іншого дозволяють нам зустріти в одному місці і в один час та значну кількість зацікавлених осіб, експертів, спостерігачів, сімей та дітей, яких ми можемо дуже легко переконати взяти участь у інших наших дослідженнях.

Заходи на свіжому повітрі забезпечують:

- підвищення інтересу до нашого проекту, піар та пізнаваність,
- основу для залучення людей до різних видів діяльності, включаючи якісні та кількісні дослідження,
- зосереджують в одному місці широку групу людей, з якими ми могли б не контактуватися за інших обставин. Заходи на свіжому повітрі можуть бути хорошим способом для швидкого збору в одному місці анкет (кількісні дослідження).

Ідеї для занять на свіжому повітрі необмежені, тому ми повинні використовувати поєднання заходів та ігор, які дозволять зібрати для нас найцінніший матеріал. Зустріч також може містити елементи фандрайзингу – збору коштів, які можуть забезпечити джерело фінансування інших кількісних чи якісних досліджень.

До заходів на свіжому повітрі варто включити громадські кафе, дискусійні панелі та зустрічі з експертами. У заходах на свіжому повітрі ми використовуємо форму креативних занять.

## VIII. Креативні заняття

Це поєднання освіти з можливістю збору інформації та можливість тривалий час працювати з респондентами. Мета творчих занять – залучити респондентів до якоїсь діяльності, проекту, в результаті чого ми отримуємо матеріал для дослідження. Найчастіше використовується така форма творчих занять як запрошення

учасників організувати виставку або зняти фільм. Вони хочуть побачити, як молоді люди проводять вільний час – ми просимо їх підготувати фільм на цю тему. Учасники самостійно пишуть сценарій, вибирають заходи тощо. Креативні заняття зазвичай вимагають залучення експертів. Підготовка до них також забирає багато часу.

*Локальна діагностика, місцевий аналіз, культурна діагностика, аналіз потенціалів, що формують культуру... За різними назвами криється одна і та ж ідея - дослідити потенціал громади, її потреби, очікування, сильні та слабкі сторони, а потім шукати відповіді на те, що можна зробити, щоб наявну ситуацію покращити.*

*Щоб зробити ідею локальної діагностики або місцевого аналізу ще ближчою та більш співзвучною з повсякденним досвідом роботи зі спільнотами, до написання тексту ми запросили Людмилу Роман із Львівської лабораторії громадянської освіти «Пошук» Товариства Лева.*

*Запрошуємо ознайомитись з непересічною інформацією про дослідження громад в контексті української децентралізації!*

# ЛОКАЛЬНИЙ АНАЛІЗ АБО ДОСЛІДЖЕННЯ ДУМКИ МЕШКАНЦІВ ГРОМАДИ

Людмила Роман

Децентралізація в Україні, яка розпочалась у 2014 році поступово охоплює дедалі більше громад. І з розширеними можливостями, отриманням значних повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування виникає потреба у нових знаннях і вміннях на місцях. Зокрема, вміння ефективного використання ресурсів, далеко не лише фінансових, до розвитку та змін локальних громад. А будь-які зміни на місцях розпочинаються з діагностування реального стану справ, і саме цьому може слугувати локальний аналіз.

Коли люди вперше чують про локальний аналіз, то у більшості випадків у них це асоціюється з громіздким соціологічним дослідженням, довготривалим, з залученням значних коштів та відповідних спеціалістів, зі звітами великих об'ємів та малозрозумілим аналітичним наповненням. Тож першочергово приходиться ознайомлювати активістів з поняттям локального аналізу як методу дослідження на місцевому рівні силами мешканців громади, які самостійно планують та реалізують таку діагностику. Представники органів місцевого самоврядування, громадських організацій та просто активісти знайомляться з різноманітними методами проведення локального аналізу, обговорюють етапи планування, проведення та підведення підсумків. І перше сприйняття часто демонструє нерозуміння

потреби у такій діагностиці. Часто представники громад вважають, що вони і самі добре знають реальний стан справ і нічого нового під час проведення локального аналізу не дізнаються. Важко заперечити, що справді певні знання, розуміння стану справ є у кожного. Але це лише наше бачення або бачення певної групи громадян, часто наших однодумців. А яким чином дізнаємось, чи є альтернативна думка, інше трактування у когось, інша потреба чи інше бачення ситуації? І якщо нас цікавить не лише наша думка, то вартує запитати й інших. Важливо запитувати тих, з ким мало або цілком не спілкуємось на щодень, бувати у тих місцях у громаді, де ми ніколи не були. Завдяки саме такому дослідженню більше та точніше можна дізнатись про місце, у якому представники громад живуть та працюють, а також про людей, які живуть та працюють на місцях. І лише тоді аналіз дає гарний шанс на зміни. Крім того, локальний аналіз можна застосовувати для вдосконалення та змін на краще в певних установах, організаціях чи закладах.

62

Тож коли ми хочемо чи мусимо щось змінити, коли плануємо використати кошти з подальшим чи попереднім обґрунтуванням витрат, коли плануємо зміни та розвиток на місцевому рівні, то вартує провести локальний аналіз. Треба вийти до людей і запитати їхню думку, дізнатись їхнє бачення ситуації. І тут на практиці часто стикаємось з наступною засторогою. Перше, що приходить на думку, це розробити анкету та провести анкетування мешканців громади. Ніхто не заперечує такого інструменту, як анкетування, та це далеко не єдиний і не найкращий метод дізнатись думку інших. Ми пропонуємо «вихід в люди», живе спілкування, спільні прогулянки та обговорення. І тут часто активістам треба вийти з зони комфорту: до нас такого ніхто не проводив, люди не сприйматимуть нас серйозно, отримані відповіді на поставлені запитання будуть поверхневими, ніхто взагалі з нами не розмовлятиме тощо. І часом справді буває так. Справді, нас мало запитували, що ми думаємо з того чи іншого питання, яке наше бачення ситуації, які вирішення проблеми чи зміни ситуації на краще ми можемо запропонувати. І тому часом ми стикаємось зі здивуванням мешканців громади, з неготовністю відповідати, серйозно обмірковувати пропозиції та й просто бажанням висловити свою думку. Нам усім треба цього навчатись: і тим, хто запитує, і тим,

хто відповідає. Та, як показує досвід, попри застереження активістів, перше «ламання криги» проходить досить швидко, швидко знаходяться мешканці громад, які охоче поговорять і цим втягнуть інших у процес опитування.

Тож локальний аналіз стає для нас джерелом інформації для подальшої діяльності. Та не лише. Локальний аналіз може допомогти нам оцінити діяльність певних установ чи організацій. Наприклад, проводилось дослідження зайнятості школярів у післяурочний час. Діти висловлювались про те, що їм нічим зайнятись після уроків, батьки говорили про брак коштів, зокрема, для залучення своїх дітей до додаткових занять. Та при подальшому дослідженні щодо участі школярів у гурткових заняттях, з'ясувалось, що багато хто просто не знає про можливість відвідування безоплатних гуртків. Тож можна продовжити аналіз та опитати керівників шкільних гуртків чи працівників центрів позашкільної освіти, чи не має у них проблеми недобору чи малокомплектних груп. Можливо, такої проблеми немає, навпаки, охочих багато, усіх залучити неможливо. І тоді потрібно діяти по-різному. У першому випадку розробляти заходи щодо інформування батьків та дітей про можливість безкоштовної зайнятості у гуртках (часто активним інформуванням займаються працівники установ, що проводять різноманітні платні позаурочні заняття, і, можливо, тому мало хто шукає інші можливості для зайнятості дітей). У другому випадку, можливо, треба ініціювати створення додаткових гуртків, відкриття нових цікавих форм роботи з дітьми та з'ясувати можливості фінансування такої діяльності з місцевого бюджету. Лише ґрунтовний та комплексний підхід, врахування потреб та інтересів різних груп приведе до якісних змін на краще.

Дуже схожа ситуація зараз з розумінням громадянами принципів роботи Центрив надання адміністративних послуг (ЦНАПів). Через низьку інформаційну компанію на місцях часто мешканці громад не знають переліку послуг, що надаються\не надаються ЦНАПами, про безкоштовність надання довідок, термінів виконання послуг тощо. Самі ж працівники ЦНАПів зазначають проблеми, з якими вони стикаються у своїй роботі: браком персоналу, недостатнім рівнем знань та навиків у деяких працівників, недооснащенням або

малим розміром приміщень, відсутністю бланків документів для надання нових послуг та іншими. І якщо вдосконалення роботи ЦНАПів та надання ними якісних послуг мешканців – це тема, яка нас цікавить і з якою нам хочеться попрацювати, то слід планувати подальше дослідження, здійснити пошук рішень, чим сприяти змінам на краще.

Часто в рамках проведення локального аналізу ініціативні групи знаходять однодумців та партнерів для подальшої діяльності. Так при опитуванні мешканців Вінниці про ситуацію з безхатченками та іншими соціально вразливими групами населення ініціативній групі вдалось виявити кілька осіб, які самостійно регулярно надають допомогу потребуючим особам. Тож було б дивним не посилити їхню участь, вартує об'єднати зусилля, залучити цей людський ресурс при формуванні більш комплексної роботи з потребуючими групами населення.

І ще про один аспект локального аналізу варто зазначити. Таку місцеву діагностику вартує проводити при плануванні роботи на майбутнє. Це може стосуватись як діяльності громадських організацій, так і органів місцевого самоврядування. З остатнього досвіду, яким поділилась учасниця онлайн курсу про локальний аналіз, проведено дослідження в кількох ОТГ членами виборчого штабу та волонтерами з метою подальшого написання передвиборчої програми одного з кандидатів. Мешканців громад запитували про їх бачення розвитку конкретного села, яким вони його бачать у найближчому майбутньому і що вони готові для цього робити. Залишається лише побажати, щоб у разі перемоги даного кандидата у виборах проведене дослідження справді стало одним з важливих аспектів його діяльності, щоб довіру та готовність долучитися до змін було підтримано.

Як уже було зазначено, локальний аналіз можуть застосовувати і громадські установи, і органи місцевого самоврядування (а найкраще, їм об'єднувати зусилля, підтримувати один одного в дослідженні, плануванні та реалізації змін) і різноманітні установи, у тому числі бюджетні. І робити це з метою отримання інформації, планування подальшої діяльності, пошуку партнерів до співпраці, впровадженні змін на краще у громадах і активізації мешканців громади.



І як підтвердження, думка однієї з учасниць онлайн курсу про локальний аналіз Алли Скрипник (Руськополянська ОТГ, Черкаси): «Я працюю в ГО “Молода Черкащина”, яка вже не перший рік знайомить громади різних міст і сіл з партисипативними практиками - методами дослідження та розвитку суспільного капіталу, які складають суть локального аналізу. Коли моє село увійшло до складу ОТГ, ми відразу вхопилися за шанс запропонувати ці методи випробувати в громаді. З тих методик, які розглядалися в курсі, ми використали 2 - аналог “розмови в групі” та аналог “аналізу слідів”. Під час першого за чаєм та кавою з тістечками було організовано спілкування між керівництвом ОТГ та старшокласниками з питань розвитку молодіжної політики в ОТГ. Влада почула молодь, молодь побачила, що може вільно висловлюватися і її думка щось важить. Методику мапування (картування) ми застосували під час дослідження за методом “світового кафе”. Це дуже цікавий і класний метод. Він інтерактивний і яскравий, він розвиває просторове мислення і здатність аналізувати - обрати лише ті місця, які важливі, а не просто відмітити на карті абищо. На мою думку, потрібно випробувати всі методи, і не один раз, щоб у мешканців громади виник “смак” на участь в житті ОТГ, щоб було бажання не лише скаржитися, а пропонувати шляхи вирішення, окрім “нехай влада щось зробить”. Я думаю, що локальний аналіз цінний навіть не тими результатами, які ми можемо оформити в звіт, а самим процесом залучення окремих громадян до спільного життя в громаді.»

## **Роль запитань у локальному аналізі**

Важко заперечити, що запитання є основою локального аналізу. Щоб виявити те, що стане нам у нагоді, що справді здивує нас та наших (потенційних) партнерів, і найголовніше – відповідатиме потребам тих, кого опитуємо, потрібно ставити багато запитань, тобто бути допитливим. Цього нам також потрібно вчитись, ми часто поспішаємо, швидко опитуємо, швидко проводимо підсумки, а пізніше дивуємось, що пророблена нами робота не дає бажаного результату або виявляється взагалі нікому не потрібна. Допитуватись - це наполегливо і постійно шукати причини виявлених явищ чи актуального стану

речей, виявляти часом прихований сенс у почутому чи побаченому – «копаємо до глибини проблеми». Принцип допитливості також полягає у тому, щоб не робити поспішних висновків і, навіть навпаки, робити висновки якомога пізніше (так пізно, наскільки це можливо).

Для реалізації принципу допитливості нам потрібно ставити «добрі» запитання та обдуманно опрацьовувати відповіді. Одна з найбільш поширених помилок при проведенні опитування – питаємо, щоб отримати підтвердження нашій сформованій думці про ситуацію/проблему. Намагаємось уникати цього. Також, ставлячи запитання, ми повинні усвідомлювати певні небезпеки\застереження, адже «добрі» запитання можуть підривати авторитет, можуть порушити існуючий порядок, змушують працювати мозок, щоб підтвердити чи спростувати «посяні» сумніви, можуть спричинити пошук відповідей і на інші запитання поза межами нашого аналізу

Здійснюючи локальний аналіз, зазвичай використовують кілька інструментів дослідження громадської думки, у кожному з яких - свої запитання, та весь комплекс запитань повинен бути таким, щоб допомагати спростувати певні «ілюзії», сприяти погляду на ситуацію з іншого боку, аналіз має бути багатовекторним, розкривати контекст, досліджувати потреби та творити цілісну картину.

66

**Спростування ілюзій.** При дослідженні доступності пересування у громадських місцях для осіб з інвалідністю можна зустрітись з наявністю пандусів, і часто чиновники з гордістю звітують про кількість встановленого обладнання. Особи, які не переміщаються на візках, навряд чи можуть говорити про доступність. Якщо нас цікавить покращення доступу, то потрібно відкидати ілюзії позитивних звітів, і навіть не цілком довіряти побаченому. Корисніше провести опитування осіб, для яких ці пандуси, кнопки ліфта чи дзвінка, пороги, віконця реєстратури, низькопідлогові тролейбуси чи трамваї тощо призначені. Така проста річ, як дзеркало у громадському туалеті, може виявитись недоступною розкішшю для осіб, що пересуваються на візках.

**Погляд на ситуацію з іншого боку.** Часто зрозуміти суть ситуації чи проблеми допомагає погляд на ситуацію з іншого боку, часом неочікуваного. Наприклад, ініціативна група Балтської ОТГ, однієї

з перших створених ОТГ в Україні, мала намір впорядкувати велику територію занедбаного старого польського кладовища з подальшим відновленням надгробків. Та впоратись малочисельній польській спільноті з великим обсягом робіт початкового очищення величезної території без залучення місцевих мешканців та місцевої локальної влади було неможливо. Тож вони проявили наполегливість і продовжили пошуки можливостей. І от при подальшому опитуванні виявилось, що на території старого кладовища, що прилягає до житла мешканців Балти, розвелась велика кількість диких тварин, зокрема лисиць. Тварини ставали дедалі нахабнішими і почали становити небезпеку як переносники хворіб, лякали домашніх тварин та дітей. Тож мешканці прилеглих вулиць і місцева влада охоче долучились до початкового очищення кількагектарної території. А роботу над надгробками польська громада продовжує вже кілька років.

**Багатовекторність опитування.** Багатовекторність дослідження ситуації чи проблеми можна розуміти як опитування якомога ширшого кола зацікавлених осіб. Але також у процесі проведення аналізу важливо «розгортати» наступні запитання, наступні напрямки. Відповіді на одні запитання повинні бути для нас підказкою наступних запитань і пошуку наступних відповідей. У Чемерівцях, що на Хмельниччині, ініціативною групою при опитуванні про покращення дозвілля мешканців попередньо планували оновити міський парковий фонтан, та мешканці виявились більш зацікавленими у розширенні дитячого відпочинкового простору, а саме у створенні місць відпочинку зі столами та лавками. Тож прийшлося продовжити опитування: спочатку про те, як має виглядати простір, а пізніше, які саме заходи були б цікаві дітям?, А їхнім батькам? А іншим мешканцям громади (можливо, шаховий клуб, для тих, кому за ... ). Зараз цей комплекс з кількох столів і лавок, розташований у місцевому парку поблизу різних адміністративних установ, активно використовується мешканцями громади. Тут проводять уроки на відкритому просторі учителі з учнями школи, також проходять заняття для дітей з художньої школи, проводяться різноманітні зустрічі і тренінги з різними категоріями осіб (батьківські збори, заняття з тимчасово безробітними, засідання молодіжної ради селища тощо).

**Розкриття контексту.** Інколи, проводячи дослідження, можна отримати відповіді, що викликатимуть в нас нерозуміння і не нестимуть для нас ніякого конструктиву. Це лише має слугувати нам підказкою до подальшого дослідження, що питання потрібно «поглиблювати», щоб розкрити весь контекст ситуації чи проблеми. Можливо, причина такої ситуації криється в місцевих особливостях, або наприклад традиціях чи стереотипах.

**Виявлення потреб.** Зміни на краще – це зміни, за яких практично кожен повинен відчутися покращення. А для цього потрібно виявити потреби різних груп осіб. Нехай це буде нова висока огорожа спортивного майданчика - покращення безпеки для кількох груп осіб: діти менше вибігатимуть на проїжджу частину дороги, пішоходи менш ймовірно отримають несподіваний удар м'ячем, водії матимуть менше несподіваних пішоходів перед авто (хоч від обмеження швидкості це їх не звільнить). Та, без сумніву, будуть ті, кому такі зміни не подобатимуться – прийдеться, наприклад, обходити спортивний майданчик по дорозі з магазину до дому. Важливо, щоб задоволення потреб однієї групи осіб не обмежувало прав чи потреб іншої групи осіб.

**Творення цілісної картини.** Під час пошуку можливостей розвитку в одній громаді вирішили розвивати місцевий туризм. Найбільше зацікавлення викликала розробка велосипедних туристичних маршрутів. Та коли мешканців запитували про ризики та перспективи розвитку туризму, то виявились мешканці, які були зацікавлені у розвитку відпочинкових еко-садиб та розвитку місцевих, дещо призабутих народних промислів, почали пригадувати стародавні рецепти випікання хліба, потім мелодії стародавніх пісень тощо. У кінцевому результаті добре сплановане, по мірі потреби вчасно скориговане дослідження та опитування має дати нам чітку і повну картину не лише причин даної ситуації чи проблеми, а й вимальовувати найбільш відповідні на даний момент напрямки для змін на краще. Знаючи причини, у тому числі приховані чи навіть стереотипи та враховуючи потреби, розуміючи ризики, можна планувати подальші заходи для досягнення позитивних змін.

Ірина Лаврова, Маріуполь: «Цей ваш ЛОКАЛЬНИЙ АНАЛІЗ – це щось неймовірне! Інший ракурс, інший вимір, інший світ. Дякую за детальні пояснення щодо принципів формулювання запитань. Ще на етапі створення питань стало помітно, що курс вчить не лише ставити питання, але й бути толерантними.

Ми з колегами запланували кілька проектів в сфері освіти. І я вже ходила і носила в голові певні питання, які можна поставити студентам для обґрунтування проблеми і мети цих проектів. Однак ваш курс повністю змінив філософію опитування. З традиційної орієнтації на голу статистику – на спробу почути кожного та «докопатися до суті».

Змінився сам фокус опитування, бо спочатку хотіли спитати студентів про знання пам'яток мистецтва (оскільки це нам потрібно для Проекту), а вийшло – про весь курс історії та культури України, про сприйняття студентами способів викладання, їх очікування, мотивацію, чого їм бракує, що їх дратує. Такий собі досить поглиблений аналіз.

Нас дуже здивували відповіді студентів. Десь ми дуже сміялися, десь сумували, але загалом це були нові відкриття. Ми провели лише перший етап локального аналізу. Тепер будемо «допитуватися». Далі буде!..»

## **Локальний аналіз і шкільна спільнота**

Також методами локального аналізу можуть користуватись освітяни. У 2017 році в рамках програми RITA – Переміни в регіоні було проведено онлайн навчання для освітян на тему «Від ідеї до змін – написання та реалізація молодіжного шкільного проекту». І одним з компонентів навчання було ознайомлення з цікавими формами опитування думки членів освітнього процесу. Після ознайомлення з теоретичним матеріалом було передбачено одне з перших практичних завдань – проведення одним із методів локального аналізу невеликого дослідження, щоб виявити потреби суб'єктів навчального процесу і, виходячи з цих потреб, спланувати і реалізувати шкільний проект.

Більшість таких опитувань було проведено з учнями різного віку, від учнів початкової школи до старшокласників. Разом з тим, були ініціативи, коли опитували лише вчителів конкретного закладу

або батьків одного окремо взятого класу, а також ініціативи, які розпочинались з комплексного опитування учнів, вчителів та батьків. Щодо методів, які освітяни використали, не було нічого надзвичайного – найчастіше це були «Відкриті питання» і «Дослідницька прогулянка», а також метод «Подобається – не подобається» з фотофіксацією стану справ і подальшим обговоренням.

Тематика проведених освітянами опитувань була дуже різноманітною. Велика частина досліджень стосувалась більше внутрішньошкільного життя: комфортне перебування під час перерв учнів та учителів, шкільне харчування, робота шкільної бібліотеки, шкільна форма, можливості занять фізкультурою та спортом, ефективність діяльності органів учнівського самоврядування у школі, спілкування з дітьми з особливими освітніми потребами, ефективність позакласної та позаурочної роботи з учнями, безпечна дорога до шкільного закладу, можливості участі у безкоштовних гурткових заняттях, залучення батьківської громади до життя школи, адаптація п'ятикласників тощо. Інші ж ініціативи зачіпали сфери активної громадської позиції не лише школярів, а й усіх мешканців громади: сортування твердих побутових відходів, культурний відпочинок дітей та молоді конкретного селища, безпечні місця неформального спілкування молоді конкретного міста, безпечне користування інтернетом та інше.

Слід відзначити, що проведення локальних аналізів серед учасників освітнього процесу рідко проводилось самими освітянами. Найчастіше дорослі відразу залучали охочих активних школярів до проведення опитувань, дослідницьких прогулянок, фотофіксацій різних об'єктів. І ці ж діти з великим зацікавленням разом з дорослими проводили аналіз отриманих результатів опитувань, узагальнювали, робили висновки, розробляли плани покращення ситуації, продумували методи інформування та ознайомлювали учнів та вчителів освітніх закладів з результатами дослідження та висновками, заохочували до участі в проектах змін.

А через півтора місяця у школах відбулись певні зміни. В одній зі шкіл Черкас у коридорах другого поверху було створено фотозону до свята Halloween (декорації виготовлялись учнями, вчителями та батьками)

та проведено ряд фотосесій для школярів. А також створено місце для обміну книжками – учні обрали місце, книжкові стелажі виготовили і безоплатно передали школі працівники локального меблевого підприємства, книжковий фонд для обміну сформовано зусиллями старшокласників та педагогів.

У Кіровоградському обласному центрі дитячої та юнацької творчості відбулось відкриття приміщення Youth Hub – безпечного відкритого простору для молоді, де відразу ж було проведено перші заходи - тематичні тренінги з подолання дискримінації та створення ненасильницького спілкування, з питань волонтерства для/у громаді та постановки життєвих цілей.

В одній зі шкіл м. Біла Церква проведено тренінг на тему: «Цивілізоване поводження з твердими побутовими відходами – запорука розвиненого суспільства», закуплено контейнер для роздільного збору макулатури, пластику та змішаних відходів, поведено майстер-клас на тему «Сортуй сміття – врятуй планету», відбулась виставка виробів з вторинної сировини, учнями розроблено інформаційні буклети на тему сортування сміття.

А ще з'явилась волонтерська група, розпочало свою роботу шкільне телебачення, пройшли перевибори голови шкільного парламенту та відбувся день учнівського самоврядування, закуплено стилізовані костюми та акустичне обладнання для хореографічного колективу, розроблено план відвідування семи визначних місць Черкащини та створення навчального путівника Черкащиною за фотографіями учнів (дві перші мандрівки відбулись протягом цього терміну), проведено цикл заходів щодо безпечної поведінки дітей на дорозі, зокрема квест «Дорожні знаки нашого мікрорайону» та футбольний матч між учнями школи і співробітниками сектору ювенальної превенції поліції, проведено тренінг з толерантності серед дев'ятикласників та організовано спільне шкільне свято разом з дітьми з особливими освітніми потребами та багато-багато іншого.

Зміни ці важливі, та ще більш цінним є досвід, який отримали освітяни та шкільна молодь. Саме їхніми зусиллями, а не вказівкою зверху, за наказом чи даниною моді – зараз тема проектів популярна і в освітньому середовищі було проведено визначення сфери для

покращення, сплановано та реалізовано зміни. Це і згуртування колективу, і формування навиків брати відповідальність на себе, пошук однодумців та залучення ресурсів.

І наостанок. В Україні школи широко залучаються до програми «Демократична школа», місія якої - змінити українську школу, щоб вона виховувала активних і відповідальних громадян, які поважають права людини. Участь школи у зазначеній програмі передбачає планування та реалізацію різнопланових змін у навчальному процесі. Знання методів локального аналізу для діагностування існуючих потреб тут стають у нагоді, допомагають визначитись з першочерговими змінами і вказують напрямок необхідних змін. Тож удачі українським освітянам!

*Фотографії локального аналізу в школах надані учасниками онлайн-курсу «Від ідеї до змін – написання і реалізація молодіжного шкільного проекту»*



метод «дослідницька  
прогулянка»  
реалізований  
школярами





Проведення  
локального аналізу  
(метод «дослідницька  
прогулянка»)  
у Понінківській ОТГ,  
Хмельниччина,  
липень 2019



Проведення  
локального аналізу  
(метод «дослідницька  
прогулянка»)  
у Понінківській ОТГ,  
Хмельниччина,  
липень 2019

Проведення  
локального аналізу  
(метод «дослідницька  
прогулянка»)  
у Пулинській ОТГ,  
Житомирщина,  
липень 2019



Проведення  
локального аналізу  
(метод «дослідницька  
прогулянка»)  
у Пулинській ОТГ,  
Житомирщина,  
липень 2019





Проведення локального аналізу  
(метод «дослідницька прогулянка»)  
у Летичівській ОТГ, Хмельниччина,  
липень 2019

МЕТОД  
«ВІСЯЧІ ПИТАННЯ»  
В ШКОЛІ





метод «висячі питання»  
в школі





Проведення локального аналізу (метод «висячі питання») у Чемеровецькій ОТГ, Хмельниччина, червень 2018



Проведення локального аналізу (метод «висячі питання») у Староушицькій ОТГ, Хмельниччина, липень 2019



Проведення локального  
аналізу (метод  
«висячі питання»)  
у Нижньодуванській  
ОТГ, Луганщина,  
липень 2019



Проведення локального  
аналізу (метод  
«висячі питання»)  
у Понінківській ОТГ,  
Хмельниччина,  
липень 2019



# ДІАГНОСТИКА В ДІЇ

## Досвід учасників проекту «Як діяти локально?»

З попередніх розділів ми вже багато знаємо про те, як локальна діагностика повинна виглядати теоретично. А як це відбувається на практиці?

Іноді простіше, іноді складніше - все залежить від обраної нами проблеми, нашої поінформованості у даній темі, цільової групи та багатьох інших факторів, які важко передбачити заздалегідь. Часом на початку може піти як по маслу, а потім ми зіткнемося з труднощами, часом навпаки - на початку буде важко, але з часом дослідження та контакт зі співрозмовниками буде легшим. Однак точно не варто відмовлятися від задуманого, адже результати нашої роботи, безумовно, стануть чудовою допомогою в нашій майбутній діяльності!

82

Чотири організації, які брали участь у проекті «Як діяти локально?», взяли собі за мету різні теми: від дослідження потенціалу активного залучення молоді до місцевих справ, через діагностику функціонування міських подвір'їв та ідей щодо їх облаштування аж до знань та готовності до змін жителів та об'єднань співмешканців у сфері енергоефективності.

Як працювали учасники тренінгу?

Що, безумовно, стане корисним на початку нашого шляху до діагностики - це аналіз власної організації, її ресурсів, сильних і слабких сторін та бажаних для нас напрямків її розвитку. Після такого ретельного самоаналізу ми можемо підготуватися до аналізу нашого найближчого оточення.

Як може виглядати аналіз власних ресурсів та напрямків розвитку? Ось приклад такого аналізу, створеного однією з організацій, які брали участь у нашому тренінгу:

## Досліджуємо свою діяльність та визначаємо напрямки роботи



## Визначаємо основну мету, метод та ключові питання діагностики



## Розбираємо питання для проведення діагностики

Що ми знаємо?

Що ми не знаємо?

Як на це можна подивитись з іншої перспективи?

<p><b>Чим захоплюється молодь?</b></p> <p>Спорт, танці, музика, наркотики, соц. мережі, комп. ігри.</p> <p>Кількості показники інші захоплення молоді .</p> <p>Чи Теплиця задовольняє запит на захоплення молоді.</p>	<p>Як вони поділяються за віковими групами, місцем проживання, місцем навчання ?</p> <p>Молодь поділяється: шкільну, студентську, робочу.</p> <p>Концентрацію шкільної та робочої молоді.</p> <p>Офіційну статистику. Динаміку мобільності (виїжджає/ приїжджає )</p>
<p><b>Скільки молодих людей?</b></p> <p>Молоді в місті багато. Молодь приїжджає у Слов'янськ отримувати освіту</p> <p>кількісні молоді. Ми не знаємо як їх поррахувати</p> <p>Актуальність цієї інформації. Зацікавлені сторони</p>	<p><b>Чи будь яка з груп піддається дискримінації?</b></p> <p>Кожна із груп піддається певній дискримінації.</p> <p>Не знаємо на скільки глобальною є дискримінація і які наслідки.</p> <p>Погляд фахівців на ці питання.</p>
<p><b>Які групи можна виділити серед них?</b></p> <p>Можемо приблизно визначити перелік цих груп.</p> <p>Чи знають ці групи про діяльність Теплиці, що саме ми можемо їм запропонувати.</p> <p>На скільки видимий, цей розподіл для суспільства</p>	<p><b>Скільки вільного часу має молодь? Який він?</b></p> <p>Знаємо деякі осередки збору молоді.</p> <p>Скільки вільного часу мають, який він.</p> <p>Суспільна думка.</p>

## **Визначаємо партнерів, які можуть посприяти у діагностиці**

**Представники різних груп молоді  
молоді активісти**

**ОМС (відділ освіти, молоді, культури,  
соціального захисту, статистики)**

**ГО**

**Бізнес**

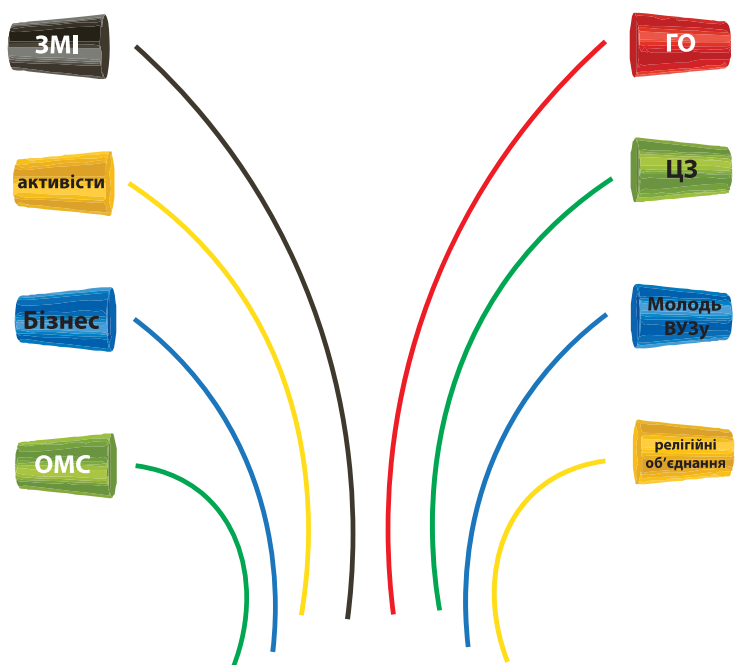
**Молодь ВУЗу(студенти, викладачі)**

**ЦЗ**

**ЗМІ**

**Аргументи:  
актуальна інформація,  
широке унікальне дослідження,  
дасть розуміння перспективи.**

## Візуалізація взаємодії партнерів з нами (№1)



Після командного аналізу вашої власної організації настав час підготувати необхідні для цього інструменти. Одним із них може бути анкетне опитування - дуже корисний дослідницький інструмент, який дозволяє нам отримати багато даних за короткий час.

Ось приклад того, як може виглядати анкетне опитування:



**АНКЕТА  
ЧОМУ ОСББ МІСТА БАХМУТ НЕ ВПРОВАДЖУЮТЬ ЗАХОДИ З  
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ?**

1. Ваш вік \_\_\_\_\_
2. Яку посаду в ОСББ ви займаєте?  
голова правління \_\_\_ член правління \_\_\_ мешканець \_\_\_
3. В якому році було створено ваше ОСББ? \_\_\_\_\_
4. Скільки поверхів у вашого будинку \_\_\_\_\_
5. Які зміни відбулися у вашому домі за період існування ОСББ?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Чи входить ваше ОСББ в Асоціацію ОСББ міста Бахмут?  
так \_\_\_ ні \_\_\_
7. Як ви вважаєте: які нагальні потреби є в вашому ОСББ на даний момент?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
8. Чи чули ви про енергоефективність?  
так \_\_\_ ні \_\_\_
9. Якщо на попереднє питання ви відповіли ТАК, тоді напишіть, будь ласка, звідки ви чули про енергоефективність?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



10. Які заходи, енергозбереження на Вашу думку, більш важливі або дають більшу економію тепла? (від 1 до 10)

- а) модернізація і заміна елементів освітлення \_\_\_\_\_
- б) заміна вікон та дверей \_\_\_\_\_
- в) встановлення індивідуального теплового пункту \_\_\_\_\_
- г) теплоізоляція (утеплення) стін будинку) \_\_\_\_\_
- д) утеплення трубопроводів \_\_\_\_\_
- е) теплоізоляція (утеплення) даху, підлоги або підвалу будинку) \_\_\_\_\_

11. Які заходи з енергоефективності ви впровадили, які ще плануєте?(+)

- |   | зробили/плани |
|---|---------------|
| а) модернізація і заміна елементів освітлення                   | ____ / ____   |
| б) заміна вікон та дверей                                       | ____ / ____   |
| в) встановлення індивідуального теплового пункту                | ____ / ____   |
| г) теплоізоляція (утеплення) стін будинку)                      | ____ / ____   |
| д) утеплення трубопроводів                                      | ____ / ____   |
| е) теплоізоляція (утеплення) даху, підлоги або підвалу будинку) | ____ / ____   |

12. Чи хотіли би ви відвідувати заходи або отримувати інформацію про енергоефективність?

так \_\_\_\_ ні \_\_\_\_

13. Чи надають підтримку органи місцевого самоврядування ОСББ ?

так \_\_\_\_ ні \_\_\_\_

14. Що ви знаєте про місцеві програми підтримки та розвитку ОСББ?

---

---

---

15. Можливо є якісь питання, яких немає в анкеті, але ви маєте на них відповіді? Або ваш власний коментар по темі енергозбереження?

---

---

---

**ДЯКУЄМО ЗА ВІДПОВІДІ!**

Після підготовки настає час на реалізацію. Полюві дослідження – це захоплюючий момент, коли ми перевіряємо всі наші попередні припущення та дізнаємось речі, які можуть змінити нашу точку зору. Власне це є найціннішим в діагностиці - зустрічі з іншими людьми та перевірка наших припущень, які до цього моменту сприймались нами як належне.





Які враження учасників нашого проекту після проведення власної локальної міні-діагностики?

“ Дослідження пройшло доволі легко. Респонденти охоче йшли на контакт, відповідаючи на питання в інтерактивній формі. Діти мали змогу намалювати своє уявлення подвір'я мрії. Дослідження проходило під час Міського пікніку '19 – це додавало респондентам щирості, адже вони відчували себе у комфортних умовах. Також це дало змогу опитати людей різного віку та соціального статусу. Нас приємно вразило, що дружківчани змогли проявити фантазію та пропонували нетипові формати для подвір'я мрії.

“ Частіше люди відповідали однаково, коли це були респонденти однієї вікової категорії або однієї соціальної групи.

92

“ Відповіді на початку опитування відрізнялися від тих, які ми отримали наприкінці, коли пропонували респондентам трішечки більше фантазувати. Це пов'язано скоріш за все з тим, що люди обмежувались вирішенням явно виражених проблем.

“ Вдалось промоніторити потреби молоді, яка мешкає/ навчається в районі, де розташований наш молодіжний центр щодо власного дозвілля і саморозвитку.

Однак під час дослідження не завжди все йде за планом - саме тому вміння вести хороший дослідницький процес є також вмінням імпровізувати. Вам не потрібно боятися змінювати свої початкові припущення і пам'ятати про те, що використовувані методи повинні служити нашим цілям, а не навпаки. Іноді потрібно змінити інструменти дослідження, перевірити свої початкові припущення, від чогось відмовитись або щось додати - а іноді просто потрібно більше часу та пов'язаного з цим досвіду.

“ Не вдалось провести інтерв'ю, оскільки треба більше часу і спілкування з молоддю, аби налагодити довіру. Це допоможе отримати відверті, а отже достовірні відповіді.

“ Не вдалося зробити своєрідне макетування із дітьми через брак часу та неможливість відокремити цю локацію у сквері, де проходив пікнік.

“ Недостатньо матеріалу для групування та виявлення більшого числа закономірностей. Хоча відповідь на основне питання отримали. Малий досвід в проведенні діагностики та розробки анкет для опитування. Зручності подальшої обробки результатів.

Однак є речі, які справді допомагають у здійсненні діагностики і їх варто дотримуватися - одна з них, безсумнівно, це робота в групі. Локальна діагностика, безумовно, не є завданням для самотніх – чим більше голів, тим більше ідей, думок, рішень та різних поглядів на одні і ті ж питання. Наші учасники також переконалися в цьому:

“ Допомогло дуже складання плану роботи, переліку можливих питань під час тренінгу. Більшість з цього ми використовували, дещо наштотувало на нові напрямки взаємодії з молоддю. Добре, що працювали командою. Заважало те, що весь час хотілось охопити все місто (мати розуміння про потреби молоді в різних його районах). Наша команда стримувала себе і час від часу нагадувала про кінцеву мету діагностики.

“ Командна робота допомогла скласти більш змістові питання для анкетування, методи візуалізації більш детально дослідити портрет ЦА

“ Допомогла робота в команді та ціль, яку ми ставили перед собою.

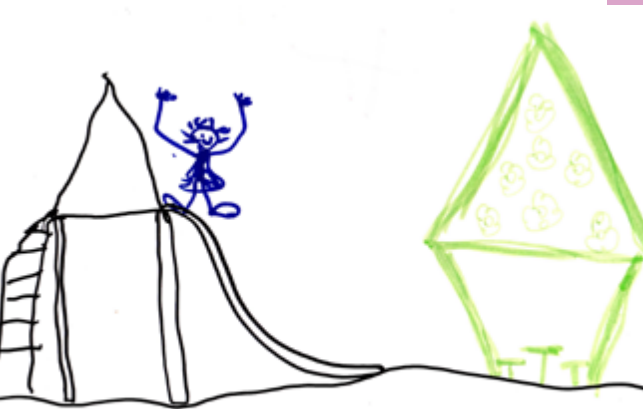
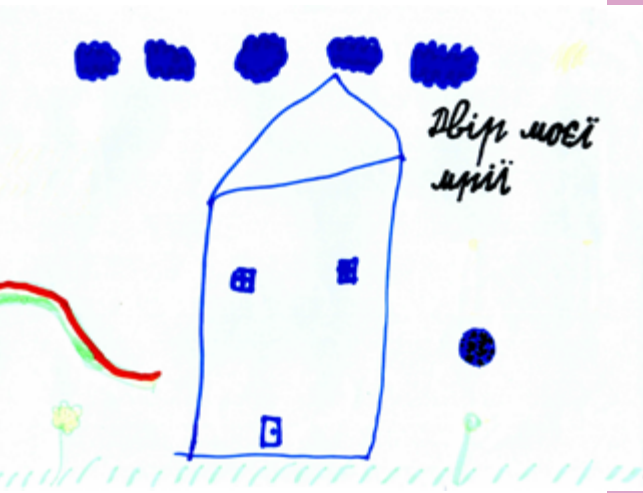
“ Найбільш цінним під час діагностики став наш соціальний капітал, а саме партнерські організації по всьому регіону та роки плідної співпраці з активістами та адміністрацією, це допомогло в короткий час отримати цінну інформацію.

“ Допомогало те, що ми проводили великий міський пікнік, на якому була велика кількість людей різного віку та соціального статусу. Це дало більш розгорнуту палітру відповідей.

“ Люди легко йшли на контакт особливо голови ОСББ та управителі, бо їм знайома наша організація.

Наприкінці хочемо вам нагадати, що результати нашої групової роботи з діагностики можуть слугувати не лише нам, але й можуть бути методом активізації мешканців, розвиваючих занять для дітей, і, врешті решт, чудовою візиткою нашої організації та її діяльності!









*Дитячі малюнки,  
створені упродовж  
заходів на свіжому  
повітрі під час  
міського пікніка*

## Наші адреси

Stowarzyszenie „Pracownia Etnograficzna”  
im. Witolda Dynowskiego  
ul. Warecka 4/6  
00-040 Warszawa  
Polska  
pracownia@etnograficzna.pl  
etnograficzna.pl

[facebook.com/StowarzyszeniePracowniaEtnograficzna](https://facebook.com/StowarzyszeniePracowniaEtnograficzna)



Вільна Хага  
вул. Двірцева 28  
м. Краматорськ  
Донецька обл., Україна  
[facebook.com/vilha.ua](https://facebook.com/vilha.ua)



Платформа ініціатив Теплиця  
вул. Торська 4  
м. Слов'янськ  
Донецька обл., Україна  
[facebook.com/teplitsia](https://facebook.com/teplitsia)



Громадська організація “Нова Дружківка”  
вул. Матросова, 14/8  
м. Дружківка  
Донецька обл., Україна  
[newdruzhkivka.com.ua](http://newdruzhkivka.com.ua)  
[facebook.com/newdruzhkivka](https://facebook.com/newdruzhkivka)



Асоціація «Відродження та розвиток»  
вул. Леваневського, 95  
м. Бахмут  
Донецька обл., Україна  
[www.facebook.com/avtrorg](http://www.facebook.com/avtrorg)  
[facebook.com/HUBFreeDOM](https://facebook.com/HUBFreeDOM)  
[avtr.com.ua](http://avtr.com.ua)





### **Юстина Шиманська**

Антропологиня, випускниця Інституту етнології та культурної антропології Варшавського університету. Наукові зацікавлення: політична антропологія, антропологія держави, громадянська активність та соціальні рухи. Проводить дослідження в Польщі та Україні, діагностувала також культуротворчий потенціал місцевих громад. З 2013 року співпрацює з Асоціацією «Етнографічна майстерня» як педагогиня, дослідниця, тренерка, координаторка та менеджерка освітніх та навчальних проєктів. Членкиня освітньої команди Асоціації та співавторка публікацій у сфері використання етнографічних методів у навчальній та ігровій практиці.



### **Магдалена Тхужніцька**

Випускниця Інституту суспільних наук. Понад 15 років співпрацює з багатьма громадськими організаціями. Упродовж 2010-2018 років - керівник політичної команди Фонду «Школа лідерів» та член правління Фонду. Протягом 2012-2017 років - голова однієї зі скаутських організацій Польщі - Асоціації скаутів. З 2013 року бере активну участь у громадських заходах у Варшаві, зокрема виконувала функції голови комітету партисипативного бюджету в районі Середмістя, ознайомлювала команди району з процесом формування партисипативного бюджету, модерувала консультаційні зустрічі з мешканцями. Модераторка, тренерка з м'яких навичок - лідерства, комунікації, публічних виступів, лідерства на основі цінностей.



### **Людмила Роман**

Тренер, координатор освітніх проєктів в Лабораторії громадянської освіти «Пошук» Товариства Лева. З представниками громад працює з 2014 року в проєктах «Успішні локальні громади...» та «Децентралізація на практиці...», що у різні роки спільно реалізуються громадськими організаціями «Наше поділля» (Вінниця), «Точка доступу» (Краматорськ), Товариство Лева (Львів) та Фондом Освіта для Демократії (Варшава). Є співавтором онлайн-курсу «Як дізнатись потреби громади через локальний аналіз».



### **Ягода Шмідт**

Випускниця Інституту етнології та культурної антропології Варшавського університету. Наукові зацікавлення: дослідження регіону Кавказу, економічна антропологія та гендерні дослідження. Проводила етнографічні дослідження в Польщі та за кордоном, а також локальні діагностики для громадських організацій та культурних установ. Любить подорожувати, зустрічатися з новими людьми та обмінюватися з ними вміннями та навичками. У вільний час бере участь у мультикультурних заходах та громадських ініціативах у Варшаві.

