

Методи, інструменти та технології партисипації: консультації із громадськістю

Доповідачка: Свеженцева Юлія Олександрівна,
канд. соціол. наук, доцентка

07 березня 2024 року

Закріплення пройденого матеріалу

Обговорення та практичні вправи (розв'язання ситуаційних завдань)

Проаналізуйте практику публічних консультацій у вашій громаді.

- Які методи застосовані? Які з них найбільш успішні?
- Що треба поліпшити?

Перелік питань для вивчення теми

- Публічні консультації у «спектрі громадської участі».
- Типологія публічних консультацій за Геном Роу та Лінн Фрюер.
- Вивчення громадської думки як інструмент публічних консультацій.
- Сучасні онлайн-інструменти опитування громадської думки.
- Формалізовані й неформалізовані методи публічного обговорення

«Спектр громадської участі» Міжнародної асоціації громадської участі

	Інформування	Консультації	Залучення
Мета участі громади	Забезпечення громадян якісною, збалансованою та об'єктивною інформацією. Вона допоможе їм у розумінні проблем та пошуку альтернатив, можливостей і рішень	Отримати відгук від громади стосовно аналізу, альтернатив та/або рішень	Працювати із громадою протягом усього процесу, аби пересвідчитися, що громадська думка була коректно зрозуміла і врахована
Обіцянка влади	Ми будемо тримати вас в курсі	Ми будемо тримати вас в курсі, будемо прислухатися, розуміти ваші занепокоєння і сподівання та пояснювати, як громада впливає на прийняття остаточних рішень	Ми будемо працювати з вами, аби впевнитися в тому, що висловлені вами пропозиції та зауваження прямо відображаються в розроблених альтернативах, і пояснювати, як ваші коментарі впливають на прийняття остаточних рішень
Приклади інструментів	Вебсторінки, відкриті офіси, відкриті звіти (публічне звітування)	Фокус-групи, опитування, публічні зустрічі, публічне обговорення	Майстерні (воркшопи), дорадче опитування (deliberative polling)

Типологія інструментів участі за Генном Роу та Лінн Фрюер

Три рівні залучення:

- Комунікація, яка розділяється на 4 типи;
- Консультація (6 типів);
- Участь (4 типи).

Консультація. Тип 1

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Інструменти цього типу є висококонтрольованим способом отримання відповіді владою від громадян на конкретне питання і з великої вибірки.<input type="checkbox"/> Кількість даних тут важливіша за якість.<input type="checkbox"/> Відповіді закриті або обмежені, немає особистісного контакту. | <ul style="list-style-type: none">✓ Опитування громадської думки;✓ референдум;✓ дорадче опитування (консультативний референдум);✓ анкетні дослідження;✓ телеголосування (голосування під час телешоу) |
|--|---|

Типологія інструментів участі за Геном Роу та Лінн Фрюер

Консультації

Тип 2	<ul style="list-style-type: none">✓ Цей тип передбачає отримання відкритої відповіді на важливе запитання.✓ Документ розсилається низці потенційно заінтересованих осіб (зазвичай, представникам активних громадських груп чи інших організацій), при цьому вони повинні встигнути надати свої коментарі до попередньо встановленої кінцевої дати.✓ Передбачається, що широка громадськість делегує своє право приймати рішення цим представникам, проте це може бути проблематично, оскільки громадяни не були попередньо проінформовані.✓ Більш широку громадськість здатні залучити форми третього типу.	Адресні консультації
Тип 3	Подібний до II типу, але без контрольованого відбору.	Електронні консультації

Типологія інструментів участі за Геном Роу та Лінн Фрюер

Консультації

Тип 4	<p>Цей тип консультації надає перевагу якості інформації над кількістю. Для того, щоб отримати інформацію, необхідно докласти зусиль і провести особисту зустріч.</p> <p>Найпоширеніший інструмент — фокус-група: близько десяти осіб, які дискутують на обрану тему.</p> <p>Влада не надає інформації у відповідь, тому фокус-група є саме консультаційною, а не учасницькою формою.</p>	Фокус-група, групові обговорення в колі персонально запрошених осіб
Тип 5	<p>Цей тип нагадує IV, але з відмінністю в тому, що немає контрольованого відбору учасників.</p> <p><i>У Швеції та США поширена форма навчальних кіл: 5-20 учасників збираються, щоб обговорити попередньо вивчену проблему; зустрічі проходять мінімум у три сесії, зібрання модерує (на волонтерських засадах) лідер дискусії. Вказівки встановлюються в ході дискусії.</i></p> <p>«Відкритий простір» залучає велику кількість спільнот учасників, які самі обирають проблемні питання й обговорюють їх в малих дискусійних групах (воркшопах), а потім презентують результати на фінальній пленарній сесії.</p>	Обговорення в колах; робочі майстерні (воркшопи), «відкритий простір»

Типологія інструментів участі за Геном Роу та Лінн Фрюер

Консультації

Тип 6

- Основним прикладом є громадянська/громадська панель.
- На відміну від двох попередніх типів, групи учасників збираються кілька разів на рік, щоб обговорити різні питання, при цьому періодично склад учасників змінюються повністю.
- Після закінчення кожної зустрічі учасники висловлюють свої думки шляхом таємного голосування.
- Іноді консультації проводяться електронною поштою (в цьому випадку це трохи інший тип інструменту, без особистого контакту) або онлайн.

Громадська/
громадянська
панель

Вивчення громадської думки (згідно з Постановою КМУ №996)

Організовує і проводить орган виконавчої влади із залученням громадської ради.

Визначає:

- ✓ потребу у вивченні громадської думки з окремого питання;
- ✓ питання, з яких проводиться вивчення громадської думки, альтернативних пропозицій щодо їхнього вирішення;
- ✓ строк, форми й методи вивчення громадської думки;
- ✓ на конкурсній основі дослідницькі організації, фахівців, експертів, громадські організації, які проводитимуть вивчення громадської думки;
- ✓ ступінь репрезентативності соціальних груп населення та заінтересованих сторін, які досліджуються.

Отримує підсумкову інформацію про результати вивчення громадської думки.

Узагальнює громадську думку щодо запропонованого вирішення питань, що потребували вивчення громадської думки.

Забезпечує врахування громадської думки під час прийняття органом виконавчої влади остаточного рішення з питань, що потребували вивчення громадської думки.

Оприлюднює в обов'язковому порядку на офіційному вебсайті органу виконавчої влади та в інший прийнятний спосіб результати вивчення громадської думки.

Вивчення громадської думки як інструмент публічних консультацій (згідно з Постановою КМУ №996)

Здійснюється шляхом:

- проведення соціологічних досліджень та спостережень (опитування, анкетування, контент-аналіз інформаційних матеріалів, фокус-групи тощо);
- створення телефонних «гарячих ліній»;
- проведення моніторингу коментарів, відгуків, інтерв'ю, інших матеріалів у друкованих та онлайн-медіа для визначення позиції різних соціальних груп населення та заінтересованих сторін;
- опрацювання та узагальнення висловлених у зверненнях громадян пропозицій та зауважень з питання, що потребує вивчення громадської думки.

Вивчення громадської думки як соціологічне дослідження

Цілі соціологічних досліджень: опис (кількісний та якісний), пояснення та «розвідка» соціальних явищ і процесів.

Кількісні методи: опитування

- Анкета – самозаповнення респондентом (електронне, поштове опитування тощо).
- Формалізоване/структуроване інтерв'ю
- Телефонне опитування

Якісні методи:

- Вільне/неструктуроване інтерв'ю/нарратив
- Фокус-групове інтерв'ю
- Спостереження
- Аналіз текстів (документів, дописів, коментарів тощо), артефактів (результатів людської діяльності) та подій.

Під час опитування вивчається тільки частина людей (вибірка), а висновки розповсюджуються на всю генеральну сукупність.

Саме тому:

- ✓ Вибірка повинна бути мінімоделлю генеральної сукупності.
- ✓ Кожна людина з генеральної сукупності повинна мати однаковий шанс потрапити до вибірки.

Коли застосовується метод опитування/анкетування?

- Для отримання даних про генеральну сукупність людей, яку не можна спостерігати безпосередньо
- Для вимірювання думок, установок та орієнтацій людей у великій сукупності
- Для виявлення взаємозв'язків між показниками

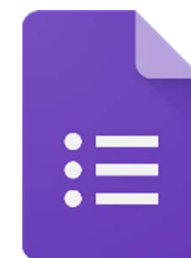
Метод опитування застосовується тільки тоді, коли дослідник:

- добре знає та розуміє проблему, яку він вивчає;
- може передбачити повний діапазон відповідей людей;
- хоче отримати кількісні дані про проблему дослідження

Порівняльний аналіз методів опитування: анкета для самозаповнення

Найчастіше використовується онлайн-анкети.

Методи опитування призначені не тільки для соціологів-дослідників: збір відгуків, пропозицій, "статистики", голосування.



Google Forms

Переваги

- Більш дешевий та швидкий метод
- Вартість загальнонаціонального опитування не відрізняється від опитування в межах одного міста
- Підходять для опитування з найбільш чутливих тем, тому що забезпечують анонімність

Недоліки

- ✓ Низький рівень заповнення/повернення анкет
- ✓ Велика кількість питань без відповідей (у поштових опитуваннях) або з відповіддю «Важко сказати»
- ✓ Не можливо використовувати для вивчення складних для розуміння питань
- ✓ Перекося вибірки

Інтерв'ю як метод опитування

Інтерв'ю – цілеспрямована (сфокусована) бесіда респондента та інтерв'юера, під час якої респондент надає відповіді на пропоновані йому запитання.

Інтерв'ю бувають трьох видів:

- Структуровані інтерв'ю передбачають підготовку та використання однакових запитань, що ставляться респондентам в однаковому порядку.
- Напівструктуровані інтерв'ю дозволяють при дотриманні в цілому загального порядку та формулювань запитань додавати запитання у відповідь на слова респондентів, передбачають більше гнучкості.
- Неструктуровані інтерв'ю – вільне обговорення заздалегідь визначеної теми, питання можуть бути сформульованими по-різному і ставитися в різній послідовності.

Порівняльний аналіз методів опитування: інтерв'ю

Переваги

- Менше відмов від участі в опитуванні
- Менше пропущених запитань
- Можна уточнювати деталі
- Менше відповідей «Важко відповісти»
- Може використовуватися під час вивчення складних тем
- Найбільш репрезентативна вибірка
- Респондента можна не тільки чути, але й спостерігати

Недоліки

- ✓ Велика вартість дослідження
- ✓ Майстерність, зовнішність та особистість інтерв'юера впливають на відповіді респондентів
- ✓ Респонденти не схильні тет-а-тет висловлювати думки або факти, які соціально не схвалюються
- ✓ Необхідність ретельного контролю роботи інтерв'юерів

Порівняльний аналіз методів опитування: телефонне опитування

Переваги

- Економить гроші та час
- Простота формування вибірки
- Зовнішність інтерв'юера не впливає на відповіді респондентів
- Порівняно з інтерв'ю респонденту простіше розмовляти на “чутливі” теми
- Простота контролю роботи інтерв'юерів
- Менше відмов через те, що респондент боїться незнайомця-інтерв'юера

Недоліки

- ✓ Порівняно з методом інтерв'ю велика кількість відмов та перерваних опитувань
- ✓ Перекуси вибірки
- ✓ Не може бути досить тривалим

Якісні методи: спостереження

Спостереження – це метод, за допомогою якого відбувається пряма реєстрація подій свідками.

Соціологічне спостереження як метод збору наукової інформації – це завжди спрямоване, систематичне, безпосереднє простеження значущих соціальних явищ, процесів, подій. Воно слугує певним пізнавальним цілям.

Спостереження:

- дозволяє широко, багатомірно охопити події,
- здійснюється одночасно з розвитком досліджуваних подій, явищ та процесів,
- відкриває можливість безпосередньо сприймати поведінку людей в конкретних умовах і в реальному часі.

Головним об'єктом спостереження в соціології є поведінка окремих людей та соціальних груп, а також умови їхньої діяльності.

Метод спостереження цінний саме тим, що дає змогу безпосередньо фіксувати реальні поведінкові акти.

Спостереження рідко використовується як основне джерело соціологічної інформації.

Якісні методи: аналіз текстів, артефактів та подій

Контент-аналіз — якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і суворістю процедури.

Полягає в кількісній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів.

Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, котрі висловлюються чи навпаки приховуються в документах, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження.

Популярність контент-аналізу ґрунтується на тому, що цей метод дозволяє виміряти людську поведінку, адже вербальна поведінка є її формою. На відміну від опитувань, контент-аналіз вимірює не те, що люди говорять, що зробили чи зоблять, а те, що вони справді зробили.

Аналіз артефактів – результатів людської діяльності – книг, фотографій, витворів мистецтва тощо (навіть вмісту сміттєвих баків!)

Аналіз подій як соціальних патернів (зразків) – ритуалів, обрядів, свят, типових колективних дій тощо.

Якісні методи: глибинне особисте інтерв'ю/ наратив

Глибинне інтерв'ю – це неструктуроване особисте інтерв'ю, в результаті якого необхідно отримати розгорнуті відповіді і почути роздуми на запитання, які цікавлять дослідника.

- Тривалість – від 30 хвилин до 3 годин.
- У глибинних інтерв'ю немає чіткої структури.
- Особисті інтерв'ю створюють можливості для глибинного обміну інформацією.
- Вони є найбільш цінним методом, коли опитують експертів або впливових осіб/лідерів думок.
- Корисно застосовувати також для вивчення та поглибленого розуміння поведінки та потреб представників вразливих та ізольованих груп.

Наратів, або оповідь (англ. і фр. narrative — «оповідь») — сукупність пов'язаних між собою реальних чи вигаданих подій, фактів або вражень, які становлять оповідний текст.

Наративне інтерв'ю – це розповідь чи історія, що розказана однією людиною. Зазвичай вона не спотворює послідовність реальних подій, проте на ту ж саму справжню історію може бути кілька наративів.

Якісні методи: фокус-групове інтерв'ю

- Фокус-групи – це вид якісного дослідження (збір якісних даних, вербальної та невербальної інформації).
- Мають формат модерованої групової дискусії — обговорення певної теми з невеличкою однорідною групою представників цільової аудиторії під керівництвом модератора.
- Тривалість – до 2 годин.
- Кількість учасників – 6-9 осіб (рідше – до 12 осіб).
- Глибинна фокус-група проводиться з меншою кількістю учасників.
- Як правило, проводиться мінімум 2 фокус-групи із представниками однієї цільової групи.
- Фокус-група дозволяє:
 - ✓ оперативно отримати глибинну інформацію;
 - ✓ виявити відмінності в розумінні або сприйнятті певної проблеми, події чи явища, мотивації.
- Фокус-групи найчастіше використовуються для генерування ідей, перевірки гіпотез, уточнення даних, інтерпретації результатів; вивчення особливостей певної ситуації.

Фокус-групове інтерв'ю: роль модератора

Ведучий-модератор веде сфокусоване обговорення в однорідній групі, заохочує учасників до дискусії, висловлення своїх думок, враховує групову динаміку.

- Під час фокус-групи кожен її учасник висловлюється щодо поставлених модератором запитань. Це дозволяє почути різні погляди.
- Обов'язком модератора є забезпечувати процес обговорення, створювати можливість та заохочувати висловлюватися кожного учасника.

Важливим є залучення фахового/досвідченого модератора, здатного:

- ✓ не тиснути, але водночас «розговорити» учасників;
- ✓ не допускати домінування “базікал” або сильного впливу дуже самовпевнених учасників на інших.

Правила проведення фокус-групи

Слід дотримуватися таких правил:

- ✓ Під час формування груп важливо враховувати, чи почуватимуться учасники комфортно, чи будуть висловлюватися вільно. На це впливають приміщення, модератор, інші учасники, запитання тощо.
- ✓ Спеціальне/зручне приміщення
- ✓ Відсутність зайвих/непотрібних предметів/матеріалів, які не є фокусом обговорення.
- ✓ Чітке дотримання регламенту/правил проведення груп: слід повідомити їх учасникам та слідкувати за дотриманням.
- ✓ Результати обговорення на фокус-групі є анонімними, використовуються лише в узагальненому вигляді.
- ✓ Мобільні телефони мають бути вимкнені.

- ❑ Основні правила – взаємоповага, толерантність, уважність, відкритість, щирість, активність.
- ❑ Приклад показує модератор і заохочує до цього учасників.
- ❑ Усі погляди мають бути вислухані та повинні бути розглянуті в подальшій роботі.
- ❑ Кожен має мати можливість висловити свій погляд.
- ❑ Необхідно висловлюватися по черзі, не перебиваючи один одного.
- ❑ Учасники не критикують позиції інших, натомість висловлюють своє бачення.

Фокус-група як публічна консультація

Переваги:

1. Дозволяє організатору формувати попередній список запрошених з урахуванням балансу представлення різних стейкхолдерів.
2. Передбачає деталізоване та аргументоване обговорення проблемного питання.
3. Сприяє з'ясуванню більш глибокого емоційного ставлення представників заінтересованих сторін до проблемного питання.
4. Дозволяє почути думку усіх учасників.
5. Обговорення має неформальний характер, без домінуючої позиції організатора, що сприятиме формуванню довіри.

Недоліки:

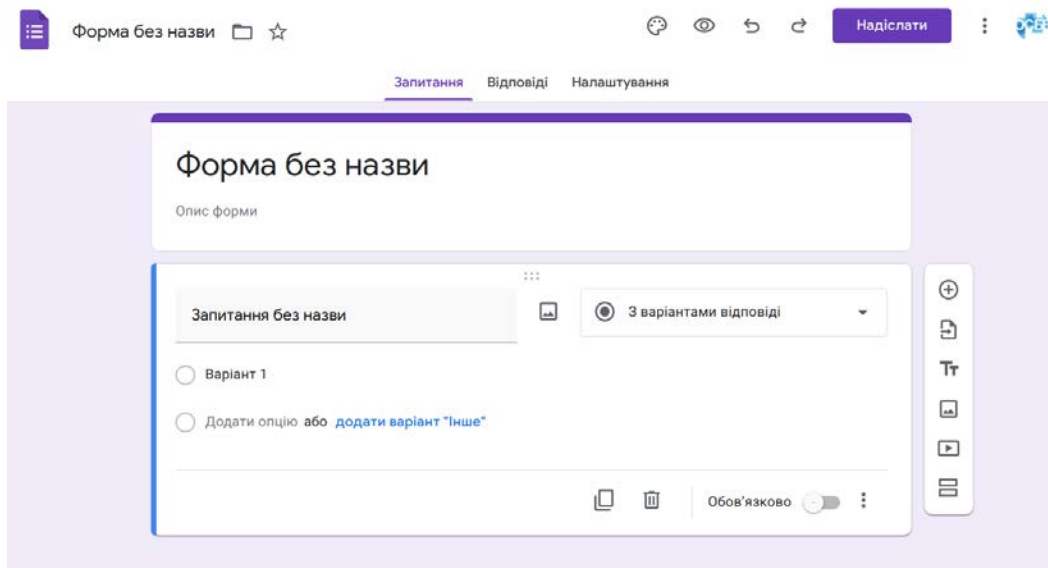
1. Дозволяє дізнатися думку лише дуже обмеженого кола представників заінтересованих осіб.
2. Потребує залучення додаткових ресурсів для модерації заходу (бажано залучити соціологічну компанію, здатну кваліфіковано організувати фокус-групи).

Сучасні онлайн-інструменти опитування громадської думки

Форми Google: <https://docs.google.com/forms>

Сервіс для опитувань SurveyMonkey <https://www.surveymonkey.com/>

- створення опитувальників з відкритими й закритими запитаннями
- респонденти можуть приєднувати файли
- результати узагальнюються в електронну таблицю



Форма без назви

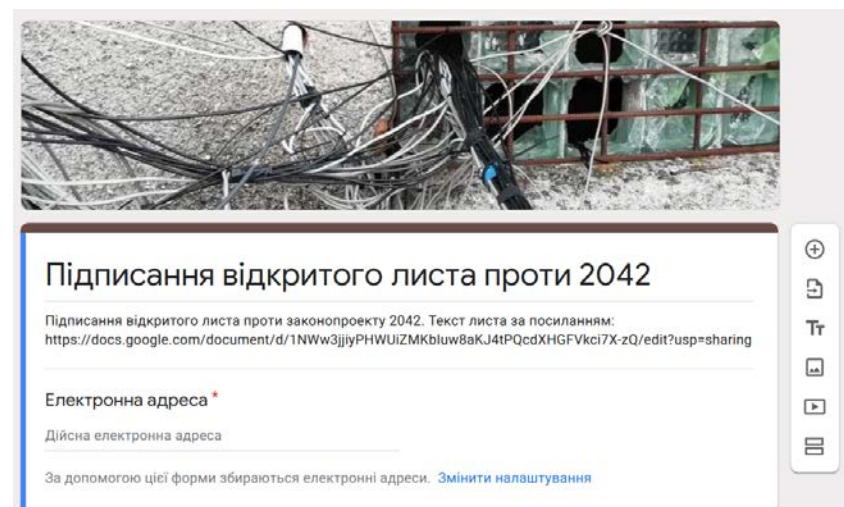
Запитання без назви

3 варіантами відповіді

Варіант 1

Додати опцію або [додати варіант "Інше"](#)

Обов'язково



Підписання відкритого листа проти 2042

Підписання відкритого листа проти законопроекту 2042. Текст листа за посиланням:
<https://docs.google.com/document/d/1NWw3jjiyPHWUizMKbluw8aKJ4tPQcdXHGFVkcI7X-zQ/edit?usp=sharing>

Електронна адреса *

Дійсна електронна адреса

За допомогою цієї форми збираються електронні адреси. [Змінити налаштування](#)

Всеукраїнський ресурс онлайн-опитувань «Лемур»

Lemur – всеукраїнський сервіс онлайн-опитувань.

Це майданчик, де кожен може висловити свою думку, беручи участь в опитуваннях на різні теми.

Досить пройти просту реєстрацію й відповісти на запитання реєстраційної анкети.



В рамках сервісу доступні 2 види опитувань: оплачувані і безкоштовні. За проходження оплачуваних опитувань нараховуватимуться бали – «Лемури», які надалі можна конвертувати. Підсумки безкоштовних опитувань регулярно публікуються у групі в Facebook.

Опитування як Е-консультація/соціологічне опитування

Опитування як Е-консультація	Соціологічне опитування
Не може бути анонімним	Може бути анонімним
Якість отриманої інформації важливіша за кількість	Кількість опитаних важливіша за якість отриманої інформації
Участь за бажанням консультанта	Чітке дотримання вибіркової процедури, контрольований відбір респондентів
Попереднє інформування обов'язкове	Не передбачає попереднього інформування респондента для глибшого розуміння теми
Ініціатива консультанта	Ініціатива за дослідником

Поширені формати Е-консультацій

Форми для коментарів

- Форми для коментарів є простими формами без попередньо визначених запитань.
- Призначені для зауважень та рекомендацій заінтересованих сторін стосовно конкретної політики/рішення або теми.
- Характеризуються низьким рівнем залучення, здебільшого їх заповнюють експерти та дуже вмотивовані стейкхолдери.
- З їхньою допомогою зазвичай отримують надто неструктуровані дані (наприклад, абзаци або переліки основних тез), що вимагає додаткового оброблення для отримання висновків.

Система голосування

- ✓ Дає змогу стейкхолдерам проголосувати за чи проти або поставити оцінку різним урядовим та громадським пропозиціям.
- ✓ Це ефективний метод для ранжування та визначення пріоритетності ідей чи коментарів.

Поширені формати Е-консультацій

Опитування можуть складатися з низки запитань різної довжини та форми, що розміщують безпосередньо на онлайн-платформі або розсилають електронною поштою.

- Використовують для збору детальної інформації з одного або кількох питань.
- Поєднують відкриті та закриті запитання, які формулюють таким чином, щоб отримати конкретну інформацію.
- Опитування також містять запитання, щоб визначити демографічний профіль респондентів.
- Це простий спосіб отримати зворотний зв'язок стосовно визначених тем та зібрати структуровані дані, які легко аналізувати.
- Опитування також можуть складатися з одного або невеликої кількості запитань, сфокусованих на дуже конкретній проблемі та спрямованих на визначення тенденції або панівної думки серед учасників. У такому випадку вони рідко вимагають детальної демографічної інформації про стейкхолдерів.

Публічне громадське обговорення

Передбачає організацію і проведення публічних заходів:

- конференцій,
- форумів,
- громадських слухань,
- засідань за круглим столом,
- зборів,
- зустрічей (нарад) із громадськістю;
- інтернет-конференцій, відеоконференцій.

Додатково в рамках публічного громадського обговорення можуть проводитися засідання громадських рад, робочих груп, експертних рад, інших допоміжних органів, утворених при органах виконавчої влади.

Формалізовані заходи публічного обговорення

Формат заходу	Характеристики
Конференція (від лат. confercio – збирати в одне місце)	<ul style="list-style-type: none">✓ Збори, нарада груп осіб, окремих осіб, організації для обговорення певної проблематики, яка визначена заздалегідь.✓ Головною метою конференцій є представлення доповідей та обговорення матеріалу з гостями.✓ Можна дослідити якусь певну тему в рамках тематики конференції та розповісти про все те, що дізнались, іншим.
Форум (колись площа в центрі давньоримських міст)	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Захід для обговорення глобальних проблем.<input type="checkbox"/> Форум (спілкування) – місце (майданчик) для спілкування та дискусій людей з різних тем життя; також власне сам процес спілкування.
Круглий стіл	<ul style="list-style-type: none">✓ На круглі столи збирається небагато учасників для обговорення конкретних тем.✓ Формат корисний для визначення потенційного консенсусу або суперечливих питань.✓ Учасниками переважно є експерти або поінформовані громадяни.✓ Модератор визначає тему та забезпечує кожному рівні можливості для участі. Тривалість 2-3 години, 8-15 учасників.

Онлайн-інструменти обговорень

Дискусійні вебфоруми – це зазвичай відкриті платформи, доступ до яких надають на певний період часу, де учасники можуть викласти та обговорити свої думки, ідеї та історії стосовно різних тем.

- ✓ Питання, щодо яких виникають широкі дискусії в суспільстві, приваблюють більшу кількість учасників.
- ✓ До закритих платформ або форумів доступ одержують тільки конкретні стейкхолдери.
- ✓ Дискусійні вебфоруми варто використовувати для формування безпечного середовища учасників з високим рівнем залученості, зокрема експертів, особливо якщо вони перебувають у різних місцях країни.
- ✓ Хоча подібні заходи створюють відчуття активної залученості, немодеровані форуми можуть надати вам дуже неструктуровані дані.

Вебінар — це презентація або воркшоп, що транслюється через інтернет з використанням відеоконференції. Під час вебінару учасники-глядачі можуть надавати запитання та коментарі, на які відповідає доповідач вебінару. Вебінари можна записувати.

Неформалізовані заходи публічного обговорення

Формат заходу	Характеристики
Фокус-групи	<ul style="list-style-type: none">✓ Фокус-групи використовують для вивчення думок і реакцій певної частини населення, щоб спроектувати очікування на широкий загаль.✓ Можуть бути доречним способом проведення консультацій із групою тих стейкхолдерів, що зазвичай є менш залученими.✓ Фокус-групи також дають можливість протестувати ідеї із групою експертів або поінформованих громадян.✓ Модератор скеровує обговорення за допомогою низки відкритих запитань. Тривалість: 2 години, 6-10 учасників.
Воркшоп, робоча майстерня, семінар	<ul style="list-style-type: none">❑ Воркшопи дають змогу залучити експертів та стейкхолдерів, що зазнають впливу/мають заінтересованість, до участі у структурованій низці заходів.❑ У проведенні публічних консультацій цей формат можна використовувати для пошуку рішень конкретної проблеми.❑ Модератор надає довідкову інформацію та активно фасилітує роботу.❑ Тривалість: 3 години, 5-20 учасників.

Workshop – робоча майстерня

Workshop (робоча майстерня) – це захід, спрямований на навчання та напрацювання нових навичок.

- Часто у процесі проведення воркшопу учасники отримують знання самотійно.
- Основні відмінності воркшопу від заходів іншого типу – висока інтенсивність групової взаємодії, активність і самотійність учасників, напрацювання актуального досвіду й особисте переживання.
- Воркшопи відмінно підходять для мозкового штурму, інтерактивного навчання, побудови командної взаємодії і вирішення проблем.
- У ситуації, коли метою вашого воркшопу є прийняття рішення, чим більше людей відвідає захід, тим менше ймовірність того, що ви виробите рішення. У такому випадку намагайтеся звести до мінімуму кількість учасників воркшопу (наприклад, шляхом обмеження часу виступу наприкінці заходу людям, які просто зацікавлені).

Поради, як зробити воркшоп ефективним:

- Визначте мету заходу.
- Вирішіть, хто буде присутній на заході.
- Виберіть правильне місце проведення.
- Створіть список основних моментів заходу для обговорення, а потім розбийте кожен більший пункт на деталі, які ви хочете донести до своєї аудиторії.
- Вкажіть, які групові дискусії та практики будуть проводитися в певний момент воркшопу.
- Активізуйте продуктивність.
- Додайте емоційну складову у ваш захід. Зробіть інформацію цікавою і такою, що запам'ятовується вашій аудиторії.
- Розробіть план дій після воркшопу.
- Створіть анкету для всіх учасників в кінці заходу і дайте їм можливість поділитися своєю думкою про те, як все пройшло.

Поради, як зробити воркшоп ефективним:

- ✓ Ефективний спосіб урізноманітнити навчання і перемкнути учасників на інший вид діяльності – залучити аудиторію воркшопу до групових вправ.
- ✓ Для кожного воркшопу слід розробляти специфічні групові вправи.
- ✓ Виділіть час на проведення веселих і цікавих групових вправ, що утримують всіх учасників воркшопу в тонусі.

Визначте, як ви будете записувати ідеї від кожної групи.

Чи будуть учасники викрикувати їх, поки модератор їх записує, або вони запишуть свої власні ідеї, а потім передадуть їх ведучому?

Якщо у воркшопі беруть участь п'ять або менше груп, витратьте час, щоб уся команда могла оцінити ідеї кожної невеликої групи.

Це відмінний спосіб звузити список ідей і виокремити вдалі ідеї в short list (короткий список).

Неформалізовані заходи публічного обговорення

Формат заходу	Характеристики
Таунхол-зустрічі (зустрічі громади)	<ul style="list-style-type: none">✓ Це публічні заходи, на яких люди обговорюють питання, актуальні для їхньої громади.✓ Їх часто проводять за участі представників органів державної та місцевої влади.✓ Заходи привертають увагу стейкхолдерів, що зазнають впливу/мають заінтересованість, а також тих, хто зазвичай не залучається до проведення консультацій.✓ Тривалість: 2-3 години, 30+ учасників
Групові обговорення	<ul style="list-style-type: none">❑ Групові дискусії є корисним способом заохочення змістовних дискусій серед великої групи (20+) учасників різних типів.❑ Цей формат використовують для різноманітних цілей, зокрема визначення проблем, рішень та пріоритетів.❑ Після представлення довідкової інформації учасники діляться на маленькі групи та відповідають на запитання.❑ Тривалість: 2-3 години, понад 20 учасників, розділених на групи по 3-8 осіб.

Групове публічне обговорення «Світове кафе»

«Світове кафе» (World cafe) – всесвітньо відомий метод, випадково винайдений Девідом Айзексом та Хуанітою Браун. Він пропонує використання декількох комунікативних майданчиків, які працюють над певним завданням із заздалегідь визначеної теми.

- ✓ Це технічно нескладний, але ефективний метод створення діалогу.
- ✓ Акцент робиться на спілкуванні між учасниками і на продукуванні нових думок та ідей.
- ✓ Це розмова про суть справи в неофіційній обстановці.
- ✓ Позитивна атмосфера – один з основних факторів, що сприятимуть творчому зростанню та розвитку учасників.
- ✓ В ідеалі для розмови варто вибрати світле затишне приміщення, яке нагадує кав'ярню, можна ввімкнути ненав'язливу музику. Доречно запропонувати учасникам каву.
- ✓ Зустріч веде фасилітатор.
- ✓ На самому початку розмови варто повідомити гостям, що спілкування відбуватиметься в незвичайному форматі.

Групове публічне обговорення «Світове кафе»

Проводиться для обговорення трьох–чотирьох взаємопов'язаних питань, визначених організатором, з метою неформального напрацювання пропозицій щодо них.

Формат заходу передбачає:

- коротке введення у тематику обговорення від модератора;
- розміщення міні-груп учасників за столиками, організацію обговорення певного питання «господарем» столика, фіксацію ідей на «скатертинах» (аркушах паперу великого формату);
- переміщення міні-груп до інших столиків та організацію «господарем» столика обговорення питання з новими учасниками з урахуванням вже напрацьованих попередніми міні-групами пропозицій (доки усі міні-групи не проведуть обговорення за всіма столиками) ;
- узагальнення «господарями» столиків пропозицій, винесення їх на підсумкове обговорення усіма учасниками заходу;
- також на завершення захід може доповнювати «ярмарок ідей» - голосування наліпками за узагальнені пропозиції.

«Світове кафе»: поради

- Для того, аби обговорення було ефективним, у групі має бути не менше 12-14 осіб.
- Аудиторію краще ділити на невеликі групи, по 3-7 осіб.
- Учасники розміщуються за окремими столами.
- Кожна група обговорює одне конкретне питання протягом 15 – 20 хвилин, потім переходить до наступного столу, за яким обговорюють інше питання.
- За кожним столом «модератор столу», «хазяїн» збирає та групує думки від « гостей », а потім повідомляє їх усім учасникам.
- Усі « гості » кафе ознайомлюються із пропозиціями та ідеями один одного, кожен може висловитися та дізнається думки колег.
- Після цього відбуваються презентації від кожного столика з подальшим обговоренням.

«Світове кафе»: особливості проведення

Учасники можуть не бути детально обізнаними у питанні, винесеному на обговорення, але є заінтересованими сторонами щодо нього.

Тривалість до 2 год.

Програма передбачає підготовку організатором стислої програми (порядку денного) заходу із зазначенням переліку питань, які розглядатимуться за столиками.

Участь в обговоренні. Учасники мають рівні права та можливості висловитися, але у порядку, який визначає «господар» столику, а під час підсумкової дискусії – загальний модератор (обираються організатором).

Очікуваний результат. Очікується наявність різних думок, дискусії. Результат обговорення передбачає досягнення певного консенсусу у рамках міні-груп за столиками.

Оформлення результату. Узагальнений «господарями» столиків перелік узгоджених пропозицій.

Переваги і недоліки «світового кафе»

переваги

1. Дозволяє організатору формувати попередній список запрошених з урахуванням балансу представлення різних стейкхолдерів.
2. Передбачає деталізоване та аргументоване обговорення питання у рамках роботи міні-груп (столиків).
3. Дозволяє почути думку усіх учасників.
4. Передбачає формулювання у міні-групі консолідованих пропозицій.
5. Обговорення має неформальний характер, без домінуючої позиції організатора, що сприятиме формуванню довіри до його результатів.
6. Як правило, не потребує залучення коштів для проведення заходу (може відбуватися у приміщенні організатора, яке достатнє для розміщення запрошених).

недоліки

1. Дозволяє дізнатися думку лише обмеженого кола представників заінтересованих осіб (така «елітарність» може викликати критику інших представників).
2. Потребує залучення додаткових ресурсів для фасилітації обговорень у міні-групах («господарі» столиків).
3. Учасники не мають можливості брати на себе співвідповідальність за обговорення.

«Дослідницька прогулянка»

Проводиться для обговорення одного питання чи декількох взаємопов'язаних питань, визначених організатором, з метою більш глибокого та наочного їх дослідження та вивчення можливостей їх вирішення.

Формат заходу передбачає:

спільну прогулянку представників заінтересованих сторін, під час якої фіксуються (на фото, відео) певні особливості місцевості, об'єктів, з якими пов'язані проблемні питання, та одночасно обговорюються шляхи їх вирішення.

Учасники: необмежена кількість; можуть не бути детально обізнаними у питанні, винесеному на обговорення, але є заінтересованими сторонами щодо нього.

Тривалість: 2–3 год.

Програма передбачає підготовку організатором орієнтовного маршруту і сценарію прогулянки.

Участь в обговоренні. Учасники мають рівні права та можливості висловитися.

Очікуваний результат. Очікується наявність різних думок, дискусії. Результат обговорення передбачає досягнення певного консенсусу.

Оформлення результату. Узагальнений перелік пропозицій, можливий варіант – карта маршруту «дослідницької прогулянки» із зафіксованими пропозиціями.

«Дослідницька прогулянка»

Переваги:

1. Дозволяє залучити до обговорення широке коло представників заінтересованих сторін.
2. Дозволяє деталізовано та аргументовано обговорити питання, розкрити більш глибоке емоційне ставлення представників заінтересованих сторін до нього.
3. Передбачає пошук консолідованого рішення, у результаті чого учасники довірятимуть такому рішення та нестимуть співвідповідальність.
4. Обговорення має неформальний характер, без домінуючої позиції організатора, що сприятиме формуванню довіри до його результатів.
5. Учасники беруть на себе співвідповідальність за обговорення.
6. Як правило, не потребує залучення коштів для проведення заходу.

Недоліки:

1. Оскільки формат передбачає відкритість для участі усіх бажаючих, організатор не може збалансувати представлення на заході усіх стейкхолдерів.
2. Має обмежену сферу застосування (проблеми, пов'язані з певною місцевістю або об'єктом).
3. Обговорення може бути несфокусованим та емоційним, у зв'язку з чим існує потреба залучення фасилітаторів.
4. Є ризик, що нечисленна, але активна меншість учасників захопить ініціативу в ході дискусії.

Формат «відкритого простору»

Технологія відкритого простору (Open Space Technology) – це креативний метод провадження діалогу/дискусій у групах від 100 до 1000 осіб, що застосовується для стратегічного розвитку, пошуку рішень у проблемних ситуаціях, розвитку команд, у роботі у «групах за інтересами» тощо.

Проводиться для обговорення значної кількості об'єднаних однією темою питань, які формулюють учасники самостійно, з метою виявлення проблем та пошуку ідей щодо їх розв'язання.

Формат заходу передбачає:

- коротке введення у тематику обговорення від модератора;
- ініціювання учасниками обговорень проблемних питань у тематичних секціях;
- проведення обговорень проблемних питань в тематичних секціях з модерацією ініціатором обговорення та підготовка коротких звітів про результати;
- формулювання дій на майбутнє – кроків для вирішення проблемних питань («наступні кроки»);
- презентацію результатів, підсумкове обговорення.

Формат «відкритого простору»

Учасники можуть не бути детально обізнаними у питанні, винесеному на обговорення, але є заінтересованими сторонами щодо нього.

Тривалість один–два дні.

Програма. Не передбачає підготовку організатором конкретної програми, порядок денний учасники формують самостійно. Заздалегідь повідомляється загальна тема обговорення.

Участь в обговоренні. Учасники мають рівні права та можливості самостійно обрати теми для обговорення, організувати дискусію у своїй секції, відвідувати будь-які секції у будь-який час. Водночас загальну модерацію заходу здійснює запрошений організатором модератор.

Очікуваний результат. Очікується наявність різних думок, дискусії. Результат обговорення не передбачає досягнення певного консенсусу.

Оформлення результату. «Книга результатів обговорення», яка містить протоколи обговорень у секціях та зафіксовані «наступні кроки».

Порядок проведення «відкритого простору»

- Ведучий (модератор) вітає учасників та коротко нагадує тему і мету зустрічі.
- Далі учасників запрошують визначити питання, ідею чи проблему, що стосується теми зустрічі.
- Учасники, котрі хочуть підняти якесь питання (ідею чи проблему) виходять на центр кола, записують його на папері і оголошують всім присутнім, а тоді обирають час та місце обговорення запропонованої підтеми і вішають своє оголошення на стіні.
- Така стіна і стане порядком денним зустрічі.
- Кожен з учасників може, але жоден не зобов'язаний пропонувати тему для дискусії в малих групах. Проте, якщо учасник вивішує питання на стіні, очікується, що йому справді не байдужа ця тема і він може розпочати дискусію довкола неї. Ця особа також відповідає за написання короткого звіту про перебіг дискусії, що дасть вільний доступ до змісту обговорення будь-кому з учасників зустрічі.
- Не існує обмежень щодо кількості запропонованих підтем під час зустрічі.

Порядок проведення «відкритого простору»

- Коли оголошено і вивішено всі підтеми на стіну, учасники записуються і беруть участь в обраних ними дискусіях.
- Обговорення загалом тривають по півтори години.
- Відкриття та створення порядку денного триває близько години, навіть на зустрічах з великою кількістю учасників.
- Після відкриття та створення порядку денного починається робота в малих групах. Присутні й організують кожну сесію.
- Учасники вільно вирішують, в якому обговоренні вони хочуть брати участь, а також мають право переходити із групи у групу в будь-який час.
- Усі звіти про перебіг дискусій будуть зібрані (у невідредагованому варіанті) та доступні для детального ознайомлення та подальшого використання учасниками зустрічі.

Філософія «відкритого простору»

1. Хто би не прийшов – потрібний, а отже будь-яка людина, що прийшла на зустріч – бажана, адже її справді цікавить тема.
2. Що би не відбулося – так мало бути. Це означає, що учасники повинні уважно сприймати поточні події, а не гадати, що би могло відбутися.
3. Коли би не розпочалося – завжди вчасно, і це пояснює відсутність заданого розкладу чи структури та підкреслює творчість та інновації.
4. Коли би не закінчилося – тоді й закінчилося: це заохочує учасників не витратити час даремно та не продовжувати далі, коли плідні обговорення добігли кінця.

«Закон двох ніг» або «закон руху»:

Якщо під час обговорення ви усвідомлюєте, що користі нема ні для вас, ні від вас – скористайтесь «законом двох ніг» – ідіть у місце більш продуктивне.

Переваги і недоліки «відкритого простору»

переваги

1. Дозволяє організатору формувати попередній список запрошених з урахуванням балансу представлення різних стейкхолдерів.
2. Передбачає деталізоване та аргументоване обговорення питання у рамках тематичних секцій.
3. Дозволяє почути думку усіх учасників.
4. Учасники беруть на себе співвідповідальність за обговорення.
5. Обговорення має неформальний характер, без домінуючої позиції організатора, що сприятиме формуванню довіри до його результатів.

недоліки

1. Потребує залучення додаткових ресурсів для модерації заходу (бажано залучити модератора, який є фахівцем у технології проведення відкритих просторів).
2. Внаслідок самоорганізації обговорень в рамках відкритого простору його результати можуть не відповідати очікуванням організатора (зокрема, щодо тематики, деталізації тощо).
3. Потребує залучення додаткових видатків (на оренду великого приміщення, харчування учасників тощо).

Громадянська/громадська панель

- ❑ Представницький, консультативний орган місцевих жителів.
- ❑ Як правило, використовується державними установами, місцевими органами влади та їхніми партнерами для визначення місцевих пріоритетів та консультування від мешканців з конкретних питань.
- ❑ Масштаб: Місто, об'єднана громада, інше територіальне утворення. Кількість учасників панелей громадян зазвичай наближається до 75, але може становити до 200 випадково обраних людей.
- ❑ Тривалість: Панель зазвичай триває кілька тижнів.
- ❑ Під час засідань на панелі учасники, по-перше, ознайомлюються з обговорюваною темою, беруть участь у зустрічах з експертами та сторонами, заінтересованими в цій темі, ставлять додаткові запитання. На другому етапі – обговорюють, поки не будуть сформульовані рекомендації за підтримки, близької до консенсусу.
- ❑ Потім вони опрацьовують й обговорюють рекомендації, за які остаточно проголосують – переможні стають обов'язковими для врахування органами влади.
- ❑ Переваги: Метою роботи групи громадян є розробка конкретних рекомендацій для місцевого самоврядування за попередньою темою.

Громадянська/громадська панель: етапи

Назва	Суть
Розробка й затвердження програми	Програма стосується організації та проведення зустрічей (обговорення, дискусій) із громадою
Вибір учасників	Ті, хто братимуть участь у зустрічах і дискусіях із громадою на правах експертів; вибір панелістів
Інформаційна кампанія	Інформування про проведення панелі; підготовка навчально-інформаційних матеріалів
Консультації	Консультації у формі збору думок і рекомендацій
Зустрічі	Зустрічі із громадою, обговорення й дискусії (громадянська панель)
Звітування	Представлення звіту та рекомендацій, отриманих у рамках зустрічей із громадою (громадянська панель)

Постановка запитань у публічних консультаціях

Вдалі запитання:

відповідають меті

- Для чого вам ставити саме це запитання?
- Що ви хочете дізнатися з його допомогою?

уможливлюють отримання найкращих можливих даних

- Що саме ви намагаєтеся виміряти?
- Чи це є найкращим способом збору такої інформації?
- Як ви будете аналізувати отримані дані?
- Чи може це запитання призвести до отримання непереконливих даних?

чіткі, змістовні та неупереджені

- Чи можливе неправильне тлумачення цього запитання?
- Чи має це запитання «соціально прийнятну» відповідь?
- Чи веде це запитання до отримання лише суб'єктивних відповідей?

підходять для цільової аудиторії

- Чи має ваша аудиторія всю інформацію, потрібну для відповіді на це запитання?

Призначення запитань

Запитання:

- «Що?», «Де?», «Коли?» спрямовані на отримання інформації описового характеру.
- «Чому?» – на пояснення причин та обґрунтувань.
- «Як?» – на пояснення механізмів причинного зв'язку.
- «Навіщо?», «Для чого?» – на з'ясування мети.

Практична вправа з формулювання запитань

Знайдіть помилки:

- Чи згодні ви з позицією Магатми Ганді щодо...
- Чи згодні ви витратити час та гроші на відновлення міського парку?
- Чи знайомі вам випадки непотизму в органах місцевого самоврядування?
- Чи погоджуєтеся ви з думкою більшості громадян щодо ...
- Чи знаєте ви нове законодавство щодо правил поводження з побутовими відходами?
- Як часто ви викидаєте побутові відходи на несанкціоновані звалища?
- Що ви переважаєте на сніданок – каву чи чай?
- Як часто ви берете участь у партисипативних заходах?

Завдання:

Обговорення пропозицій щодо удосконалення зворотного зв'язку місцевої влади із громадою.



Дякую за увагу!