

Jak przeprowadzić diagnozę lokalną

Celem przeprowadzania diagnozy lokalnej jest poznanie potrzeb, problemów i zasobów danej społeczności. Dzięki zebraniu informacji o sytuacji, oczekiwaniach i możliwościach jej rozwoju możecie skuteczniej planować działania i inicjatywy odpowiadające rzeczywistym potrzebom.

Scenariusz

Co znajdziecie w tym w scenariuszu

- Minimum teorii
- Krok po kroku
- Aneks – narzędzia diagnostyczne

Co to jest diagnoza lokalna

Diagnoza lokalna to uporządkowany sposób poznawania potrzeb, problemów i zasobów mieszkańców i informacji o miejscu, w którym żyją. Jest to proces – badawczy – nie jedno wydarzenie. Diagnoza pokazuje, jak jest naprawdę i jak jest “teraz”, czyli przed podjęciem inicjatywy, projektu lub zmiany.

Diagnoza polega na zbieraniu informacji od ludzi, sprawdzaniu faktów, analizowaniu i wyciąganiu wniosków.

Dlaczego jest ważna?

- dzięki diagnozie działacie w oparciu o rzetelne informacje, a nie intuicję,
- unikacie nietrafionych działań, bo pokazuje realne oczekiwania,
- budujecie zaangażowanie i relacje,
- zyskujecie argumenty do rozmów z władzą, partnerami i do wniosków grantowych, które często wymagają uzasadnienia potrzeb.

Krok 1: przygotowania

- stwórzcie **zespół** (3 – 6-osobowy) i spotkajcie się, aby przygotować przeprowadzenie diagnozy lokalnej. Możecie się tego podjąć w partnerstwie z inną organizacją społeczną, sołtyską, trenerem sportu, radą osiedla, lokalnym portalem, radiem, szkołą, biblioteką, ośrodkiem zdrowia, MOPS-em, urzędem miasta lub gminy. Działanie w większym gronie zwiększa skuteczność diagnozy, buduje zaufanie i pomaga dotrzeć do różnych grup mieszkańców,
- omówcie w zespole **obszar Waszego zainteresowania i cele** diagnozy: czego chcecie się dowiedzieć, w jakiej dziedzinie życia, do czego wykorzystacie wyniki,

Przykład  celem diagnozy może być identyfikacja problemów i potrzeb danej grupy osób, np. potrzeb kulturalnych młodzieży, ocena

dostępności przestrzeni publicznej, poznanie najważniejszych problemów dzielnicy. Im bardziej określony i konkretny obszar diagnozy, tym lepsze jej późniejsze rezultaty.

- wypiszcie **kwestie, które chcecie zbadać**, np.: ilu osób dotyczy dany problem, jak sobie z nim radzą, jakie mają preferencje w danym temacie, dlaczego z czegoś korzystają, a z czegoś nie, kiedy i jak, skąd i gdzie czerpią informacje na dany temat,
- przedyskutujcie, **z jakich materiałów możecie pozyskać informacje** lub od których osób, np. liderów danej grupy. Spiszcie wszystkie potencjalne źródła wiedzy, np. strategię rozwoju miasta, budżet gminy, wcześniejsze badania społeczne na dany temat, raporty instytucji publicznych, uczelni,
- określcie, ile **czasu** możecie poświęcić na realizację diagnozy – od tego będzie zależeć jej zakres i wybór narzędzi diagnostycznych. Prezentacja narzędzi  Aneks, str. 16 w końcowej części tego materiału,

- wybierzcie **narzędzia diagnostyczne** – powinny być dopasowane do grup docelowych i Waszych możliwości czasowych, np.  w przypadku seniorów sprawdzają się wywiady indywidualne, warsztaty diagnostyczne, metody animacyjne w terenie, w przypadku młodzieży  formularz online. Warto stosować kilka narzędzi równolegle do danej grupy,
- omówcie **pytania badawcze**, np. w przypadku diagnozy potrzeb dotyczącej konkretnego miejsca i wykonywanej za pomocą tablicy lub spaceru: co tu jest atrakcyjnego i powinno zostać? Czego tu brakuje? Co wymaga interwencji? Co byśmy chcieli tu robić (warto sprawdzić funkcję miejsca, zanim zapytacie o konkretne pomysły, np. żeby postawić gdzieś ławki). Finalnie pytań powinno być nie za wiele,
- **podzielcie się pracą:** kto przygotowuje narzędzia badawcze, kto skontaktuje się z osobami, aby zaprosi je do diagnozy, kto zorganizuje spotkanie warsztatowe, kto je

poprowadzi, kto zadba o promocję w mediach społecznościowych,

- ustalcie dokładny **harmonogram** działań,
- omówcie **promocję** przedsięwzięcia – kim są kluczowe osoby, do których chcecie dotrzeć, w których mediach lokalnych i społecznościowych ogłósicie diagnozę, gdzie powieście plakaty. Kanały dobierajcie adekwatnie do adresatów. W przypadku warsztatów diagnostycznych będziecie musieli bezpośrednio skontaktować się z uczestnikami,
- przygotujcie **materiały do przeprowadzenia diagnozy**.

Uwaga  jeśli diagnoza obejmuje rozmowy z dziećmi lub wrażliwe dane, trzeba zadbać o formalności, np. zgody rodziców.

Krok 2: realizacja diagnozy

Komunikowanie

- poinformujcie uczestników diagnozy o jej celu, dlaczego jest ważna, co się stanie z wynikami  w przypadku ankiety podajcie informacje pisemnie na wstępie,  w przypadku wywiadów i warsztatów ustnie na początku spotkania,
- zaznaczcie, że zbieranie potrzeb nie oznacza, że zostaną zrealizowane, ale że pomogą wytyczyć kierunek rozwoju w danym obszarze,
- zawsze dziękujcie za poświęcony czas,
- informujcie, kiedy i gdzie będzie można przeczytać podsumowanie diagnozy,
- zostawcie adres twojej strony/profilu w mediach społecznościowych lub adres mailowy;

Dystrybucja

- **ankieta/kwestionariusz:** roześlijcie mailowo link do kwestionariusza on-line, opublikujcie

go na popularnych portalach, umieścić kod QR na plakacie.  Jeśli ważne jest dotarcie do młodzieży, poproście osobę z tej grupy wiekowej, aby rozesłała ankietę do znajomych i zachęciła do wypełnienia jej na Tik-Toku, nagrała rolkę. Warto też zaangażować samorządy szkolne,

- **narzędzia animacyjne w terenie:** umieśćcie je w widocznym miejscu, gdzie jest dużo ludzi, i najlepiej dodatkowo oznaczcie. Dobrze jest realizować taką diagnozę przy okazji wydarzeń lokalnych, imprez, pikników.  Jeśli badanie dotyczy konkretnego terenu, np. parku – stańcie właśnie w tej okolicy. Zachęcajcie ludzi do udziału w badaniu rozmową. Dopytujcie, pogłębiajcie wątki, notując odpowiedzi,
- **wywiady indywidualne lub grupowe:** wybierzcie zaciszne miejsce. Uprzedźcie rozmówcę, ile potrwa wywiad, przedstawcie się i jaką organizację reprezentujecie. Zapytajcie o możliwość nagrywania – w przypadku odmowy, ograniczcie się do notatek. Zapewnijcie, że wypowiedzi są anonimowe. Po analizie danych zniszczcie

materiały (notatki, nagrania), w podsumowaniu zadbajcie o niemożliwość zidentyfikowania rozmówców. W trakcie rozmowy nie możecie niczego respondentom obiecywać, ani zapewniać, że urząd miasta na pewno coś zrobi.

Uwaga  realizacja diagnozy to świetny sposób na budowanie relacji i promocji Waszych działań – wykorzystajcie to!

Krok 3: analiza danych, podsumowanie, wnioski

Uporządkujcie dane według źródła i metod pozyskiwania

- ankiety – w arkuszu Excel lub Google Sheets,
- wywiady – nagrania lub notatki z rozmów,
- warsztaty – spisane notatki z flipczartów,
- obserwacja terenowa – zdjęcia, notatki, mapy,
- dokumenty i raporty – wynotowane dane.

Przykład  jeśli pytaliście o jakość życia w danym miejscu, odpowiedzi posegregujcie według: wyniki z ankiet, notatki z wywiadów, notatki z obserwacji.

Podsumujcie dane liczbowe z analizy ilościowej

Jeśli zbieraliście dane jako odpowiedzi zamknięte, np. pytaliście o ocenę w skali 1-5, policzcie, ile osób zaznaczyło daną wartość.

Przykład  jeśli pytaliście o poczucie bezpieczeństwa (1 – „zdecydowanie nie”, 5 – „zdecydowanie tak”), sprawdźcie, jaka była średnia ocena i ilu mieszkańców wybrało dane odpowiedzi.

Uporządkujcie i zanalizujcie dane z analizy jakościowej

Chodzi tu o dane opisowe z np. wywiadów i obserwacji:

- znajdźcie powtarzające się wątki – pokazują, że coś jest szczególnie ważne dla mieszkańców; powinniście to też podkreślić w podsumowaniu,
- podzielcie wątki tematycznie, np. komunikacja i transport, rekreacja i czas wolny, bezpieczeństwo, edukacja, ochrona zdrowia, kultura, przestrzeń publiczna, infrastruktura drogowa, tereny zielone, współpraca z organizacjami etc. Na porządek tematyczny możecie nałożyć częstotliwości powtarzania się odpowiedzi i pilność.

Przykład  jeśli w ankiecie mieszkańcy skarżyli się na brak autobusów, ale też na dziurawe chodniki, możecie stworzyć kategorię „transport i infrastruktura”.

- oznaczcie poszczególne grupy tematyczne odpowiedzi innymi kolorami lub użyjcie narzędzi do analizy danych, np. tabeli przestawnych w Excelu. Przypiszcie każdą odpowiedź do jednej lub kilku kategorii,
- zanotujcie najczęściej powtarzające się opinie i wybierzcie cytaty, które oddają kluczowe problemy;

Przykład  jeśli w wywiadach mieszkańcy kilka razy wspominali, że „nie czują się bezpiecznie po zmroku, bo nie ma latarni”, stwórzcie kategorię „Oświetlenie uliczne” i podajcie konkretne cytaty.

Podsumujcie dane i sformułujcie wnioski

- Które problemy są najczęściej wymieniane?
- Jakie są najważniejsze potrzeby mieszkańców?

- Czy istnieją różnice między grupami, np. młodzież ma inne problemy niż seniorzy?

Przykład  70% mieszkańców wskazało, że brakuje miejsc do rekreacji. W wywiadach najczęściej mówili, że nie mają gdzie spędzać wolnego czasu. Obserwacja potwierdziła, że place zabaw i parki są w złym stanie.

Przykładowa rekomendacja  stworzenie lub modernizacja przestrzeni rekreacyjnych w dzielnicy – zaznaczcie konkretne wskazane przez mieszkańców potrzeby lub pomysły rozwiązania problemu.

Przydatne narzędzia  Excel, Google Sheets – do analizy danych.

Krok 4: prezentacja wyników diagnozy

- przygotujcie podsumowanie w formie raportu lub prezentacji,
- zorganizujcie spotkanie z mieszkańcami/ badaną grupą, aby opowiedzieć o tym, czego dowiedzieliście się z diagnozy,
- przedyskutujcie z uczestnikami spotkania wnioski, możliwe rozwiązania i kolejne kroki,
- spotkajcie się z władzą. Opowiedzcie, jak realizowaliście diagnozę, zaprezentujcie najważniejsze dane, wnioski i propozycje rozwiązań. Zapytajcie, co z rekomendacji jest możliwe do wdrożenia w pierwszej kolejności – tutaj zasugerujcie najpierw rzeczy tanie i łatwe do wdrożenia, potem drogie i łatwe, na końcu drogie i trudne (przemyślcie ten porządek wcześniej).

Uwaga  z władzą korzystnie jest spotkać się już na etapie planowania diagnozy, żeby zaflagować i powiedzieć, po co robicie diagnozę. Zapowiedzcie, że odezwiecie się po skończeniu diagnozy.

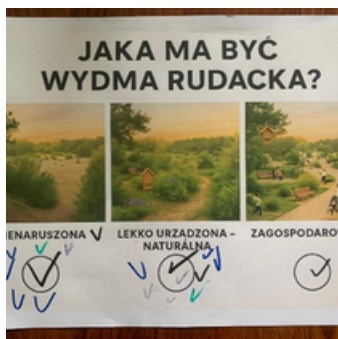
Narzędzia animacyjno-badawcze w terenie: tabliczki z pytaniami, tarcze, stoiska, pytania na sznurku

Najlepiej postawić je tam, gdzie spotykacie ludzi – w sklepach, parkach, przy przystankach autobusowych, w okolicy szkół, przedszkoli, kościołów, podczas wydarzeń plenerowych.

Możecie stanąć jako punkt konsultacyjny z tablicą z pytaniem. Na flipcharcie napiszcie pytanie i proście ludzi o anonimowe odpowiadanie bezpośrednio na kartce. Miejcie kolorowe markery, aby podkreślić różne aspekty problemów lokalnych.

Inną formą tablicy badawczej, sprawdzającą się przy diagnozach przestrzeni publicznych, szczególnie terenów zielonych, są tablice wskazujące ogólne kierunki rozwoju danego terenu z wizualizacją i prostym sposobem

głosowania na daną opcję.



Tablice badawcze to metoda pomocna osobom, które potrzebują zobaczyć napisane pytanie, żeby je zrozumieć i odpowiedzieć, i lubiącym widzieć wcześniejsze odpowiedzi, czasami żeby się do nich odnieść.

Warto, aby przy stoisku z tablicą lub sznurkiem była osoba animująca rozmowę i zachęcająca do pozostawienia odpowiedzi.

Przydatne narzędzie

Miro, Mapa Myśli – do wizualizacji problemów i zasobów.

Warsztaty diagnostyczne, np. World Cafe

Metoda odpowiednia na spotkanie z grupą od 10 do 30 osób i rozmowę o kilku aspektach danej kwestii równocześnie.

Każdy wątek rozmowy przypisujecie do osobnego stolika lub flipchartu – powinien być napisany widocznym miejscem na kartce. Stolików/flipchartów może być 4-5. Każdy stół ma moderatora, który dba o przebieg dyskusji i zapisuje najważniejsze rzeczy. Uczestnicy co 15 minut zmieniają stół zgodnie z ruchem wskazówek zegara. Zmian jest tyle, ile stolików lub flipchartów. Po każdej zmianie moderator wprowadza nowe osoby w to, co już zostało powiedziane – pyta o nowe spostrzeżenia.



Po wszystkich rundach każdy moderator powinien wyjść na środek, omówić najważniejsze kwestie poruszone przy jego stoliku/flipcharcie. Na końcu pytajcie o głosy z sali do tego, co padło w podsumowaniu.

Mapy, makiety z post-itami lub wydrukowanymi elementami

Metoda sprawdza się przy diagnozowaniu potrzeb dotyczących przestrzeni wspólnych: ulic, podwórek, skwerów, parków.

Pomaga zacząć dyskusję z uwzględnieniem już istniejących warunków, zebrać potrzeby dotyczące danej lokalizacji, zaprojektować wspólną przestrzeń.



Jeśli temat dotyczy projektowania miejsca, zaznaczcie bezpośrednio na makiecie lub mapie uwagi mieszkańców. Sprawdzą się post-ity, przyklejane do mapy. Pilnujcie, aby jedna karteczka zawierała jedną uwagę.

Obok możecie przygotować wydrukowane symbole wyposażenia przestrzeni, np. huśtawki, kosze na śmieci, drzewa, ławki – tak, aby mieszkańcy mogli je przyklejać według uznania.

Przydatne narzędzie

Miro, Mapa Myśli – do wizualizacji.

Spacer badawczy

Spacer robicie według wcześniej przygotowanego planu, uwzględniającego odwiedzenie miejsc, które wymagają uwagi, interwencji lub gdzie toczy się życie społeczne.

Liczba uczestników to 2-10 osób. Mogą to być określone grupy wiekowe lub z jakąś charakterystyką, np. rodzice małych dzieci, seniorzy, młodzież.



Celem metody jest ogląd stanu rzeczy lub zorganizowania przestrzeni, namierzenie miejsc i elementów wymagających interwencji, badanie odczuć, potrzeb w związku z danym miejscem. Wcześniej przygotujecie kartę oceny, na której zrobicie notatki w trakcie spaceru – kilka punktów, które badacie, np.

- jakie funkcje spełnia dane miejsce,
- co w nim działa i sprawdza się,
- czego brakuje, co trzeba usprawnić,
- co mogłoby się dziać w danym miejscu.

Ankieta

Pomaga pozyskać opinie większej grupy.

W małych społecznościach już 30–50

odpowiedzi daje obraz sytuacji, w większych – kilkaset. Cała sztuka polega na dobrym zadaniu pytań:

- powinny być krótkie, jasne, jednoznaczne,
- konkretne, jedno pytanie = jedna kwestia,
- bez ukrytych tez i sugerowania odpowiedzi,
- wymieszane: zamknięte z otwartymi,

Przed udostępnieniem ankiety przetestujcie ją z kimś, aby sprawdzić, czy pytania są zrozumiałe. Pamiętajcie o anonimowości.

Na początku lub końcu dajcie metryczkę z pytaniami o wiek (przedziały wiekowe), płeć, zamieszkanie, wykształcenie, jeśli to ważne.

Typowe błędy ankietowe, których warto unikać:

- zbyt ogólne odpowiedzi,
- podwójne pytania,

- zbyt długa ankieta,
- sugerowanie odpowiedzi w pytaniu – tzw. bias pytania, np.: „Czy zgadzasz się, że nowy plac zabaw w końcu poprawi jakość życia w naszej okolicy?”

Pomocne wskazówki

H. Mizerek, Jak konstruować ankietę? Kilka praktycznych uwag

Webinarium „Poznać potrzeby! O diagnozie lokalnej”

Przydatne narzędzie

Google Forms – tworzenie i analizowanie ankiet.

Wywiad indywidualny

Metoda badawcza ma tę przewagę nad ilościowymi metodami, że pozwala dopytać o przyczyny zjawisk i postaw, ale podejście do niej strategicznie – zaplanujcie wywiad.

- przedstawicie się osobie pytanej, wyjaśnicie, po co jest wywiad i dlaczego jest ważny, że jest anonimowy, do czego wykorzystacie wyniki. Jeśli rozmowa ma być nagrywana, zapytajcie o zgodę, jeśli tylko notowana, powiedzie o tym na początku,
- zacznijcie od pytań ogólnej natury, np. Czym się zajmujesz? Jak spędzasz wolny czas?
- w przedmiocie rozmowy pytacie od ogółu do szczegółu, od opisów sytuacji czy opowiadania o doświadczeniach do pytań o konkretne rozwiązania czy potrzeby zmian.

Przykład  pytań ogólnych o potrzeby kulturalne młodzieży: jak ci się mieszka w tej dzielnicy? Dlaczego? Co na to wpływa? Jaka jest ogólnie sytuacja młodzieży w gminie? Jakie są Wasze potrzeby? Czego tu brakuje?

Przykłady  pytań szczegółowych o potrzeby kulturalne młodzieży: czy uczestniczysz w kulturze? Dlaczego tak/nie? Jakie są bariery? Co może to zmienić? Co powinno się dziać w domu kultury, żebyś chciał/chciała tu przychodzić?

- na koniec pytań, czy rozmówca chce coś dodać, uzupełnić,
- dziękujecie za poświęcony czas. Jeszcze raz powiedzcie, co się stanie z wynikami, gdzie i kiedy będzie można się z nimi zapoznać.

Przydatne narzędzie

Dictaphone, dyktafon w telefonie – do nagrywania wywiadów.