



Równać
szanse

2010
ogólnopolski
konkurs
grantowy

Agata Nowotny
Karolina Sztandar – Sztanderska
Aleksandra Daszkowska – Kamińska

Jak diagnozować środowisko lokalne?

Żaden projekt społeczny nie funkcjonuje w próżni. To zdanie tak oczywiste, że aż banalne. Niemniej, w praktyce okazuje się, że właściwe określenie kontekstu, w którym realizowany ma być projekt wciąż sprawia trudność wielu osobom, które chcą prowadzić działania społeczne. Na kontekst ten składają się w głównej mierze określenie zasobów i potrzeb a także rzetelna identyfikacja specyfiki miejsca, w którym pracujemy.

W niniejszym materiale postaramy się przekonać was, że diagnoza środowiska lokalnego jest bardzo przydatna by dobrze zaplanować i zrealizować projekt. Niektórym wydaje się, że przeprowadzenie diagnozy jest zadaniem skomplikowanym, wymagającym specjalistycznych kompetencji. Nie jest to prawda, choć trzeba pamiętać, że diagnoza środowiska lokalnego to coś więcej niż zbiór przekonań, które mamy w głowie. Najkrócej rzecz ujmując, diagnozowanie środowiska lokalnego to pewien proces badawczy, który trzeba odpowiednio zaplanować a następnie poddać analizie. Diagnozowanie środowiska lokalnego, to poznawanie tej rzeczywistości, która nas na co dzień otacza i przede wszystkim – weryfikowanie naszych własnych przekonań na jej temat.

Ale właściwie, po co...?

Rozpoczynając planowanie projektu, w naturalny sposób zaczynamy myśleć od razu o działaniach, które warto zorganizować. Jest to dosyć zrozumiałe, gdyż w wielu osobach, które chcą pracować na rzecz swojego środowiska, dominuje potrzeba konkretnego. Takie praktyczne podejście jest bardzo cenne pozwala bowiem skutecznie realizować przyjęte zamierzenia.

Jeśli jednak pomysłodawcy pominą etap weryfikacji swoich planów, narażają się na spore ryzyko.

Niebezpieczeństwa związane z brakiem właściwej diagnozy środowiska lokalnego:

1.1. Niewłaściwe określenie potrzeb adresatów waszych działań. Jest to zdecydowanie najpoważniejsze zagrożenie. Niedopasowanie projektu do realnych potrzeb skutkuje nie tyle małą frekwencją wśród uczestników, co ich przekonaniem, że dorośli nie chcą słuchać ich zdania. Młodzi ludzie mogą dojść do wniosku, że mimo deklaracji, nie są traktowani podmiotowo.

1.2. Niewłaściwe określenie kompetencji uczestników. W projektach młodzieżowych warto dużo uwagi poświęcić rozwijaniu mocnych stron wśród uczestników. Nic tak nie uskrzydla jak poczucie sukcesu i nic tak nie deprymuje jak zadanie „nie do przejścia”.

1.3. Zlekceważenie barier, które istnieją w środowisku. Przykładowo., może się już po rozpoczęciu realizacji projektu okazać, że w środowisku istnieją ukryte, nierozwiązane konflikty. Zlekceważenie tego faktu niesie za sobą ryzyko, że nie będziecie w stanie realizować celów, ponieważ cały wysiłek zostanie skoncentrowany na szukaniu wyjścia z tej sytuacji.

1.4. Niewykorzystanie zasobów środowiska. Bardzo często okazuje się, że w środowisku lokalnym funkcjonuje wiele osób i instytucji, które są chętne, aby wam pomóc, choć wcale o tym nie wiecie.

1.5. Dublowanie działań. Warto sprawdzić, czy wasze propozycje nie trafią do grupy, którą ktoś już kiedyś objął podobnymi działaniami.

Tych zagrożeń możnaby wymienić jeszcze więcej.

Najważniejsze – **Dobra diagnoza pozwala, dopasować działania do realnych potrzeb, maksymalnie wykorzystać lokalne zasoby i w porę zidentyfikować zagrożenia!**

Diagnoza w Ogólnopolskim Konkursie Grantowym „Równać Szanse”

Formułując nowe zasady w Ogólnopolskim Konkursie Grantowym założyliśmy że dobra diagnoza jest przede wszystkim **rzetelna**.

Oznacza to, że:

- ani nie ubarwia rzeczywistości, ani nie stawiała jej w jednoznacznie negatywnym świetle. Nigdy nie jest tak, że środowisko lokalne jest wyłącznie rajem na ziemi lub kompletną pustynią.

- korzysta ze źródeł, które pokazują wybrane kwestie z różnych stron – jak daną kwestię widzi rodzic, jak nauczyciel, jak zdolny, a jak przeciętny uczeń.
- Nie powtarza banalnych, oklepanych haseł typu „młodzież jest bierna”; „ludzie z małych miejscowości nie mają aspiracji”. Autorowi takich wypowiedzi należy zadać pytanie – „a jaki jest na to dowód?” lub „a która konkretnie młodzież?”
- rozgranicza fakty od opinii – choć przytoczone są w niej i jedne, i drugie.
- zawsze zawiera źródło danych, tak aby być wiarygodną dla tych którzy ją czytają.
- podejmuje próbę spojrzenia na środowisko z zupełnie nowej perspektywy. Jeśli dotąd zwracano uwagę głównie na problemy – jej autorzy powinni poszukać sukcesów, zasobów, ukrytego potencjału. Jeśli zwykle wszystko przedstawiane jest w jasnych barwach – należy poszukać perspektywy krytycznej.
- Jest tworzona przez kilkuosobowy zespół tak aby była szansa dzielenia się swoimi spostrzeżeniami z badań i pomysłami na interpretację.
- Przy jej tworzeniu zastosowana jest metoda polegająca na testowaniu hipotez – wstępnie sformułowane po pierwszych rozmowach hipotezy przedstawia się kolejnym rozmówcom i grupom rozmówców a następnie weryfikuje się je po otrzymaniu informacji zwrotnej.

Diagnozy w Ogólnopolskim Konkursie Grantowym przygotowywane będą w oparciu o przygotowany przez realizatorów formularz. Składa się on z czterech części:

1. Podstawowe dane

Pierwsza część dotyczy ogólnych danych o obszarze, który projektodawca uważa za środowisko swoich działań. Nie mamy tu na myśli zasięgu terytorialnego, który organizacja

ma określony w statucie, ale faktyczny zasięg działań skierowanych do młodzieży. Tak zidentyfikowane środowisko daje się określić przez pewne fakty dotyczące położenia, liczby ludności itp. Można tu sięgnąć do danych urzędowych i oficjalnych statystyk.

→ Wszelkiego rodzaju dane zgromadzone i uporządkowane przez instytucje, agencje badawcze, ośrodki naukowe, media itp. należą do tzw. „danych zastanych”. Oznacza to, że nie ma potrzeby gromadzenia ich na nowo. Więcej o korzystaniu z danych zastanych w rozdziale – Zbieranie informacji

Środowisko lokalne posiada też swoje specyficzne uwarunkowania, choć co do niektórych z nich mogą pojawiać się rozbieżne opinie. Przykładowo, starsze pokolenie nie wyobraża sobie swojej miejscowości bez tradycji lokalnej związanej ze świętowaniem dożynek. Tymczasem, młodzi ludzie o tym święcie na ogół zapominają a wyróżniającym ich miejscowość miejscem jest największa w powiecie dyskoteka. Opisuując lokalne uwarunkowania uwzględniajcie subiektywne opinie, zawsze zaznaczając od kogo one pochodzą.

→ Najlepszym sposobem poznawania opinii są rozmowy, obserwacje i wywiady. Te ostatnie pozwalają zbierać dane w sposób najbardziej uporządkowany. O technikach ich przeprowadzania przeczytacie w rozdziale – wywiady.

2. Instytucje lokalne

Ta część służy przede wszystkim zidentyfikowaniu sieci lokalnych powiązań. Instytucje z zasady powinny uzupełniać swoje działania. Zdarza się jednak, że ingerują nawzajem w swoje kompetencje bądź pozostawiają pewne obszary poza jakimkolwiek oddziaływaniem.

Bardzo pomocne w przygotowaniu tej części mogą okazać się wywiady z tzw. „kluczowymi informatorami” – czyli osobami, które z racji swoich funkcji posiadają przydatne dla nas informacje. Warto zadać sobie trud, aby do nich dotrzeć.

Dane o instytucjach można także gromadzić analizując dane zastane – sprawozdania, biuletyny informacji publicznej itp.

3. Potrzeby młodzieży

W tej części prosimy o analizy dotyczące ogólnie młodzieży z waszego środowiska. Odpowiedź na pytanie „czego potrzebują młodzi ludzie” jest niezbędnym warunkiem

realizacji dobrego projektu. Nie jest jednak łatwo tę odpowiedź uzyskać. Można polegać na własnym osądzie, jednak jest to dalece niewystarczające. Kolejnym krokiem jest spytanie o to młodych ludzi np. w formie ankiety.

→ W rozdziale „jak przygotować ankietę” wyraźnie piszemy o niedogodnościach, które niesie za sobą przeprowadzanie ankiet. Przed przystąpieniem do jej konstruowania należy się dobrze zastanowić, czy jest to właściwy sposób poszukiwania przez nas informacji.

Zasadniczo w ankiecie lepiej jest pytać o fakty niż o opinie – np. „ile razy byłeś w ciągu ostatniego roku w kinie?” Analiza, co z tych faktów wynika należy całkowicie do nas. Trudno jest podać prosty algorytm, jak wyciągać właściwe wnioski. Najlepszą metodą jest tutaj testowanie stawianych przez nas hipotez. Należy pytać, co na ten temat sądzą „kluczowi informatorzy”, co sądzą osoby pracujące z młodzieżą, można też konfrontować nasze wnioski z tym, co młodzi ludzie myślą o sobie jako grupie. W przypadku weryfikowania wysnuwanych przez nas wniosków na pewno nie warto polegać na ankiecie.

Ankieta pozwala ustalać fakty dotyczące rzeczywistości – wywiady pozwalają lepiej tę rzeczywistość zrozumieć..

Podczas pracy nad tym punktem macie szansę poznać osoby, które być może staną się uczestnikami projektu. Dlatego warto poświęcić czas na rozmowy. Podczas spotkań indywidualnych i grupowych z młodzieżą warto przetestować nasze własne opinie i przekonania na jej temat. Najlepszym sposobem jest nie zakładać niczego z góry i być otwartym na odpowiedzi.

W końcowych pytaniach diagnozy odwołujemy się także do doświadczenia organizacji. To także jest źródło wiedzy, przy czym aby pozostać rzetelnym należy pamiętać o subiektywności tych poglądów.

Kryteria oceny diagnozy:

Diagnozy w ramach Ogólnopolskiego Konkursu Grantowego będą oceniane w oparciu o cztery kryteria:

1. **Trafność danych** → Eksperti będą zwracać uwagę, jakiego rodzaju dane posłużyły do sporządzenia diagnozy i w jaki sposób projektodawcy dokonali ich selekcji.

2. **Rzetelność** → Na ile przedstawione dane są wiarygodne? Czy projektodawcy rzetelnie podają ich źródło? Czy dane i wnioski zostały poddane weryfikacji i w jaki sposób?
3. **Wyczerpująca analiza danych** → Logiczna interpretacja danych dotyczących środowiska lokalnego w zakresie identyfikacji zasobów i potrzeb. Na ile z przedstawionego opisu środowiska wynikają określone przez projektodawców potrzeby?
4. **Spójność** → Czy jedne przytoczone dane nie przeczą drugim? (Bez zaznaczenia, skąd bierze się ta rozbieżność). Czy tak zdiagnozowane problemy mają szansę znaleźć realne rozwiązanie w ramach Programu „Równać Szanse”?.?

Nie oceniamy czy środowisko jest dobre czy złe. Ważne jest, ile trudu włożyliście, aby dobrze je poznać.

2. Zbieranie informacji

2.1. Czym jest wyszukiwanie informacji?

Zbieranie danych zastanych to metoda, którą posługują się badacze społeczni, ekonomiści, prawnicy, ale także każdy z nas w codziennym życiu. Innymi słowy, jest to po prostu zbieranie informacji istotnych ze względu na planowane działania, które mają pomóc w naszkicowaniu tła dla naszej działalności. W rzeczywistości bardzo często posługujemy się tą metodą w życiu codziennym, nawet jeśli nie nazywamy jej w ten sposób. Gdy zamierzamy zamówić usługę telefoniczną u operatora robimy najpierw wstępne rozeznanie, podczas którego szacujemy nasze potrzeby (np. ile minut rozmów z jakimi numerami wykonujemy dziennie), nasze możliwości finansowe (ile jesteśmy skłonni przeznaczyć na usługę), zastanawiamy się nad priorytetami (czy ważniejsze są dla nas wieczorne rozmowy za darmo czy niski abonament), przeglądamy oferty operatorów i wybieramy tę, która jest najbliżej naszych potrzeb, możliwości i oczekiwań.

Podobne działania musi podjąć organizacja planująca wdrożenie pewnych programów.

Niektóre informacje możemy uzyskać bez przygotowywania do tego szczególnych narzędzi, ponieważ są one ogólnodostępne.

2.2. Po co zbierać informacje?

Zanim zacznie się projektowanie konkretnych programów i szczegółowych rozwiązań warto zorientować się czy faktycznie są one potrzebne, czy mają szansę być skuteczne itp. Szukając odpowiedzi na te pytania warto zbierać różnego typu informacje.

Szukanie i gromadzenie danych ma na celu:

- wzbogacenie wiedzy organizacji – zbieranie informacji i praktyczne jej archiwizowanie wzbogaci zasoby organizacji, pozwoli na szybsze i łatwiejsze docieranie do ważnych z jej punktu widzenia informacji;
- podniesienie wiarygodności organizacji – powoływanie się na pewne źródła, a nie na popularne opinie, na autorytety w danej dziedzinie, na podobne przypadki pokazuje, że potrafimy korzystać ze zgromadzonych przez innych doświadczeń
- podniesienie świadomości społeczności lokalnych i zainteresowanych podmiotów – upublicznianie informacji dotyczących sytuacji danej grupy czy społeczności lokalnej może spowodować, że organizacja planująca dany program zyska większe poparcie, będzie postrzegana jako działająca na rzecz realnych problemów.

2.3. Jakie informacje zbierać?

Najpierw trzeba zastanowić się, jakiego typu informacje są nam potrzebne. Jeśli dobrze określimy cele poszukiwań, kolejne kroki będą coraz łatwiejsze.

Możemy szukać:

- informacji dotyczących regionu, w którym chcemy prowadzić działania;
- informacji dotyczących grupy, do której adresujemy program (np. uzdolniona matematycznie młodzież w wieku 13-17 lat, z małych miast);
- informacji o podobnych programach czy działaniach w innych miejscach na świecie (modelowe przypadki, problemy pojawiające się w realizacji, skuteczność, oceny uczestników, oceny ekspertów, efekt programów, etc.);
- informacji dotyczących rozwiązań prawnych regulujących interesujące nas kwestie.

2.4. Jak ustalić ramy czasowe?

Zanim zacznie się zbierać informacje i gromadzić dane, dobrze jest zastanowić się jaki przedział czasowy nas interesuje. Czy chodzi o ostatnie tygodnie, miesiące czy też lata? Możemy być zainteresowani regularnym monitorowaniem jakiegoś problemu, a być może są nam potrzebne archiwalne dane, odnoszące się do przeszłości.

Należy dowiedzieć się, czy do starszych danych dostęp jest podobny, jak do nowszych. Nie zawsze są one dostępne na tych samych zasadach.

Ustalając przedział czasu, który nas interesuje trzeba brać pod uwagę czynniki, które mogły w danym czasie zakłócać interesujące nas wskaźniki (np. moment historyczny, pora roku, okres świąteczny etc.).

2.5. Źródła informacji

Wiele instytucji gromadzi różnego rodzaju dane.

Niektóre z nich udostępniają dane statystyczne (surowe lub w postaci gotowych wskaźników), np.:

- Główny Urząd Statystyczny (w tym: Bank Danych Regionalnych) www.stat.gov.pl
- Ośrodki akademickie
- Ośrodki badawcze (niektóre publikują syntetyczne opracowania i wyniki badań, np. CBOS, TNS OBOP) www.cbos.pl; www.tns-obop.pl

Informacje można pozyskiwać także poprzez media masowe:

- prasa zagraniczna, ogólnopolska, lokalna
- serwisy elektroniczne, radio, TV

Inne instytucje, gdzie można poszukiwać danych to, m.in.:

- Organizacje typu *think tank* (czyli organizacje tzw. eksperckie), gromadzące bogate zbiory danych związanych z przedmiotem ich zainteresowania; np. Instytut Spraw Publicznych www.isp.org.pl
- Prywatne firmy i przedsiębiorstwa; - ale tu uwaga, niektóre z danych są objęte tajemnicą handlową i ich udostępnienie zależy od woli przedsiębiorcy
- Organizacje branżowe, stowarzyszenia – dysponują informacjami i danymi związanymi z daną branżą lub sektorem (np. organizacje biznesowe, stowarzyszenia przedsiębiorców, izby lekarskie, nauczycielskie etc.);
- Instytucje administracji publicznej (szczególnie centralnego i regionalnego) – dane o regionie, dane demograficzne, dane dotyczące rozwoju różnych dziedzin życia społecznego etc.; np. Powiatowe Urzędy Pracy, Ośrodki Pomocy Społecznej

Uwaga! Wiele danych zbieranych przez instytucje publiczne jest dostępnych na mocy ustawy o dostępie do informacji publicznej. Oznacza to, że urzędnik w ramach swoich obowiązków służbowych powinien nam je udostępnić **bez uzasadnienia**. Informacja publiczna udostępniania jest także w Biuletynach Informacji Publicznej. Więcej o informacji publicznej na stronie www.informacjapubliczna.org.pl

Zbierając informacje należy pamiętać, by zawsze umieścić źródło, z jakiego pochodzą. Oprócz podania autora badań lub instytucji oraz roku publikacji lub przeprowadzenia badań, wskazuje się też książkę, artykuł lub stronę internetową, z jakiej pochodzą.

Jako ostatnie, być może najbardziej oczywiste źródło podajemy wyszukiwarki internetowe np. www.google.pl. Dzięki nim w ciągu sekundy możemy znaleźć strony www związane z interesującym nas tematem. Należy jednak ostrożnie podchodzić przede wszystkim do wiarygodności danych zamieszczonych na stronach, którymi nie wiemy kto administruje.

2.6. Kto będzie korzystał z zebranych danych?

Ważne jest przewidywanie tego, kto docelowo będzie korzystał z danych i informacji przez nas zgromadzonych. Czy jest to praca jedynie na potrzeby wewnętrzne, której wyniki nie będą upubliczniane, ani przekazywane nikomu innemu, czy też zebrany materiał ma być czytelny dla innych osób. Od tych ustaleń zależy jak będą przechowywane i opracowane zgromadzone informacje. Jeśli jest szansa, że z danych będzie korzystał ktoś spoza grona naszych współpracowników, należy opracować je przynajmniej do tego stopnia, by każdej towarzyszyło wskazanie źródła. Często mówimy o danych na poziomie „zagregowanym” – oznacza to, że podajemy pewne wyliczenia i uogólnienia, które pozwalają na rozeznanie w sytuacji a jednocześnie nie piszemy o konkretnych osobach. Np. „w projekcie wymiany młodzieży uczestniczyło 20 uczniów z klas IV – VIII”, zamiast „w projekcie wymiany młodzieży uczestniczyli: Adam Kowalski, Janek Malinowski itp...”

3. A na koniec...

Aby dowiedzieć się więcej, zapraszamy do lektury:

1. Earl Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2005
2. Chava Frankfort - Nachmias, David Nachmias, *Metody Badawcze w naukach społecznych*, Wyd. Zys i ska, Poznań 2001
3. The Community Toolbox <http://ctb.ku.edu/en/Default.htm>
4. Community Action Toolkit <http://www.nzfvc.org.nz/communityaction/part1.shtml>
5. North Central Regional Center for Rual Development <http://www.ncrcrd.iastate.edu/takecharge/curriculum/assessment.pdf>