



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



**Global
Communities**
Ukraine

« РАДИМОСЬ З ГРОМАДОЮ

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНСУЛЬТАЦІЙ
З ГРОМАДСЬКІСТЮ
В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ



DOBRE ПРАКТИКИ



**ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ
ЦЕ ДОБРЕ**

Посібник

РАДИМОСЬ З ГРОМАДОЮ

**Організація консультацій
з громадськістю в територіальній громаді.
Неформалізовані підходи**

Київ 2023

Радимось з громадою: Організація консультацій з громадськістю в територіальній громаді. Неформалізовані підходи / М. Гоманюк. За заг. ред. В. Купрія. – К. Програма DOBRE, 2023. – 80 с.

Посібник містить інформацію про організацію та проведення неформалізованих заходів у процесі консультацій з громадськістю та інших механізмів залучення громадян до вирішення питань місцевого значення в територіальній громаді з використанням деліберативного (дорадницького) підходу. Для посадових осіб органів місцевого самоврядування та працівників, активістів організацій громадянського суспільства.

Загальна редакція:
Володимир Купрій

Автор-упорядник:
Микола Гоманюк

Матеріали та поради:
Галина Скальська, Ігор Бабюк, Василь Полуйко, Володимир Старик, Лілія Дудка. Ольга Чепель, Ярослав Філяк, Сергій Ткаченко, Ірина Ткаченко, Максим Корявець, Євген Романенко, Наталя Висіканець, Олеся Донцова, Олег Процик.

Фото:
В посібнику використано фото із архіву Програми USAID DOBRE, Українського народного дому в Чернівцях, Поліського фонду міжнародних і регіональних досліджень, Агенції сталого розвитку «Хмарочос», громадського центру «Нова генерація».

Дизайн-макет:
Сергій Харченко.

Програма USAID «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE) – це дев'ятирічна програма, що виконується міжнародною організацією Глобал Ком'юнітіз (Global Communities) та фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). DOBRE працює для надання допомоги територіальним громадам (ТГ) в Україні, щоб долати виклики та використовувати можливості, які дає децентралізація, через поліпшення місцевого самоврядування і підвищення рівня залучення громадян до вироблення положень та прийняття рішень. Галузі технічної підтримки ураховують: стратегічне планування; управління фінансами; надання публічних послуг; місцевий економічний розвиток; гендерно орієнтовані та молодіжні політики. DOBRE також працює над посиленням взаємозв'язків та співпраці серед ТГ. Партнерами Global Communities у консорціумі виконавців Програми DOBRE є Український кризовий медіа-центр; Фонд розвитку місцевої демократії (FSLD/FRDL), Малопольська школа державного управління при Краківському університеті економіки (MSAP/UEK), Польща. Програма USAID DOBRE співпрацює із 100 громадами у 10 областях України: Дніпропетровській, Івано-Франківській, Харківській, Херсонській, Кіровоградській, Миколаївській, Тернопільській, Чернівецькій, Чернігівській та Запорізькій.

Це видання стало можливим завдяки щирій підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Зміст є відповідальністю Глобал Ком'юнітіз (Global Communities) і не обов'язково відображає точку зору USAID чи Уряду Сполучених Штатів.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
КОНСУЛЬТАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА ДОРАДНИЦЬКИЙ ПІДХІД	5
Дорадницький підхід в організації консультацій з громадськістю в територіальній громаді.....	6
Почути кожного: репрезентативність під час проведення консультацій	10
Загальні принципи дорадницького (деліберативного) підходу.....	13
ФОРМАТИ ПРОВЕДЕННЯ ДОРАДЧИХ ЗАХОДІВ	17
Групові обговорення («світлове кафе»).....	19
Дружня бесіда (фокус-група).....	23
Вуличне опитування.....	27
Дослідницька прогулянка.....	31
Дослідницька фотовиставка.....	35
Картування територіальної громади.....	37
Майстерня ідей (воркшоп).....	41
Відкрита зустріч (таун-хол).....	45
Документальна вистава з обговоренням.....	49
Звана вечеря.....	53
ВІД А ДО Я. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА КОНСУЛЬТАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	57
Визначення цілі.....	60
Розробка консультації.....	61
Комунікація та залучення.....	63
Проведення консультації з громадськістю та збір даних.....	66
Аналіз даних.....	73
Врахування результатів.....	73
Звітування.....	76
ПІСЛЯМОВА	77
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	78

Список скорочень

ОГС	– організації громадянського суспільства
ТГ	– територіальна громада
ОМС	– органи місцевого самоврядування
КЗГ	– консультації з громадськістю
ЗМІ	– засоби масової інформації
ВПО	– внутрішньо переміщені особи
КП	– комунальне підприємство

ПЕРЕДМОВА

У 2022 році в Україні не залишилося жодної територіальної громади, якої би не торкнулася війна. Чимало з них зазнали безпосередніх руйнувань та пошкоджень внаслідок бойових дій, інші зіштовхнулися з масовим переміщенням населення, треті з серйозними економічними викликами. У селах, селищах, містах стали більш помітними ВПО, збільшилася кількість учасників та учасниць бойових дій, з'явилися нові уразливі категорії населення, нового характеру набули безпекові питання. Через те, що мільйони українців змушені були тимчасово виїхати за кордон, наші територіальні громади стали фактично розірваними, а їх жителі розпорошені по всьому світові. Все це означає, що ми маємо бути особливо уважними до потреб кожної категорії населення. Кожен і кожна має право бути почутим. Тим більше, що робота з відбудови та відновлення територіальних громад, ліквідації

наслідків збройної агресії, організації надання нових послуг, забезпеченню місцевого економічного розвитку почалася відразу, як тільки з'явилася можливість для цього.

У таких умовах залучення громадян до процесу ухвалення рішень в територіальній громаді стає не тільки формальною вимогою, а й нагальною необхідністю та способом згуртування громади.

Посібник складається з трьох розділів. Спочатку ми пропонуємо познайомитися із загальними поняттями та принципами дорадницького підходу. У другому розділі надається опис десяти неформалізованих форматів проведення консультацій з громадськістю. У третьому розділі міститься інформація, міститься інформація про те, як пройти шлях організації КЗГ і як втілити результати таких консультацій на практиці.

КОНСУЛЬТАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА ДОРАДНИЦЬКИЙ ПІДХІД



Дорадницький підхід в організації консультацій з громадськістю в територіальній громаді

Дорадницька (деліберативна) демократія є формою демократії, в якій обговорення займає центральне місце в процесі прийняття рішень. Дорадча демократія відрізняється від традиційної демократичної теорії тим, що справжнє обговорення, а не просто голосування, є основним джерелом легітимності.

У цьому посібнику ми хочемо ще раз звернутися до такого інструменту залучення громадян до вирішення питань місцевого значення в територіальній громаді як консультації з громадськістю.

Консультації з громадськістю – це двосторонній процес спілкування між органами місцевого самоврядування та жителями, мета якого – включити громадян до обговорення проектів рішень органів місцевого самоврядування з метою покращення якості їх змісту та положень, або до пошуку кращих, оптимальних варіантів вирішення питань розвитку територіальної громади. Якісне управлінське рішення завжди має спиратися на розуміння ситуації у територіальній громаді та потреб усіх категорій населення, враховуючи, зокрема, інтереси соціально вразливих груп.



Консультації з громадськістю проводяться з метою залучення громадян до участі в управлінні державними справами, надання можливості для їх вільного доступу до інформації про діяльність органів виконавчої влади, а також забезпечення гласності, відкритості та прозорості діяльності зазначених органів.

Проведення консультацій з громадськістю має сприяти налагодженню системного діалогу органів виконавчої влади з громадськістю, підвищенню якості підготовки рішень з важливих питань державного і суспільного життя з урахуванням громадської думки, створенню умов для участі громадян у розробленні проектів таких рішень.

З постанови Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р. № 996
«Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики»

Існує чимало форм проведення консультацій, але ми хочемо зосередити увагу на дорадницький підхід у їх організації.

Дорадницький (деліберативний) підхід – це підхід до прийняття рішень органами місцевого самоврядування, який дозволяє учасникам та учасницям розглянути відповідну інформацію, обговорити проблему (проблеми) та варіанти її вирішення, перш ніж прийти до остаточного формування своєї позиції.

Цей підхід фокусується на виявленні різних поглядів, позицій після того, як громадяни мали можливість отримати всю необхідну інформацію для обговорення.

Простіше кажучи, для того щоб запитати жителя територіальної

громади його думку з приводу чогось, треба йому дати час та можливість сформулювати цю думку, обговорити з іншими громадянами, які представляють інші середовища, і вже потім брати її до уваги. Також важливим компонентом цього підходу є залучення представників усіх категорій населення, навіть тих, які ніколи не брали участь у громадському житті, а не тільки досвідчених активістів. Це складна, але посильна задача.

Предметом консультації можуть бути масштабні питання місцевого розвитку: програма комплексного відновлення, план відновлення (розвитку) територіальної громади, впровадження нової або покращення існуючої послуги у територіальній громаді, розробка місцевої програми в певній сфері, створення дорожньої карти з усунення соціального напруження у селі, селищі, місті тощо. Проте і менш масштабні, але важливі і вузько сфокусовані





питання місцевого значення також можуть стати предметом КЗГ: оцінка конкретного управлінського рішення, створення бренду громади, облаштування прибудинкової території, благоустрій під'їзду тощо.

Консультації часто сприймаються представниками органів місцевого самоврядування як додатковий клопіт, або необхідність, яку можна виконати формально. Проте, якщо поставитися до консультацій з громадськістю з належною увагою, то їх можна зробити козирем територіальної громади. Особливо в сучасних умовах. Організація консультацій може стати драйвером згуртування, формування якісного інформаційного простору, підвищення авторитету ОМС чи ОГС.

По-перше, ми всі живемо в інформаційній бульбашці і нам може здаватися, що ми «в курсі» всього в своїй територіальній громаді. Але це не так. Інколи

ми уявлення не маємо, що існують цілі паралельні соціальні світи. Це може статися навіть у невеличкій сільській територіальній громаді, а що вже казати про міські. І консультація з громадськістю може стати містком між такими світами. По-друге, консультації з громадськістю додають легітимності управлінському рішення. Адже тоді воно опирається не на довіру, висловлену (або ні) через вибори кілька років тому, а на оцінку людини тут і зараз. По-третє, консультації з громадськістю – це чудовий спосіб проінформувати жителів, чим зараз займаються органи місцевого самоврядування, а також механізм забезпечення прозорості діяльності.

Чому це того варте? За умови ефективного проведення процес обговорення може призвести до нових способів вирішення найскладніших проблем, з якими ми стикаємося (іноді відомі як «злі» проблеми), покращити результати

політики та створити довіру між громадянами та владою.

Ці процеси спираються на колективний розум і призводять до рішень, які не тільки є кращими, але й краще підтримуються жителями. Люди швидше довіряють рішенням, ухваленим під впливом «таких, як вони» чи за їх участю, ніж рішенням, ухваленим виключно владою без «порадитися з народом». Належним чином проведені консультації з громадськістю сприяють задоволенню інтересів громадян у процесі ухвалення рішень відповідними органами місцевого самоврядування. Це лише підсилює легітимність ухвалених рішень.

Використання ж дорадчого підходу до організації консультацій з громадськістю має такі переваги:

- ✓ підвищення рівня знань учасників про проблеми, а це, в свою чергу, призводить до більш інформованого, зваженого обміну думками;
- ✓ формування довіри між владою та жителями територіальної громади;
- ✓ розвиток громадянських компетентностей (знань та умінь);
- ✓ підвищення загального рівня громадянської активності та участі в житті територіальної громади;
- ✓ усвідомлення неусвідомлених проблем, за якими слідують їх вирішення.



Почути кожного: репрезентативність під час проведення консультацій

Соціальна структура навіть достатнього одноманітних на перший погляд сільських територіальних громад є дуже непростюю. Годі вже й казати про територіальні громади, у складі яких є і великі міські поселення, і невеличкі сільські населені пункти та ще й на достатньо великій відстані один від одного. Кожен житель представляє не тільки свої власні інтереси та інтереси своєї родини, а й інтереси статевої та вікових груп, професійних спільнот, людей, що мають особливий соціальний статус з огляду на їх місце народження, ідентичність, життєвий досвід, стан здоров'я, матеріальний стан, залучення до різних соціальних груп тощо. Наприклад, ВПО, мігранти, люди, що живуть з ВІЛ, ветерани, малозабезпечені, багатодітні, люди, що потрапили у складні життєві обставини і так далі. Це список може складатися з десятків і сотень соціальних статусів. Деякі з них є фактично привілейовані – такі групи

мають більший доступ до соціальних благ та ресурсів, інші – фактично дискриміновані. Серед них можна виділити й «невидимі» групи, про існування яких ви можете і не знати. Задача команди, яка взялася за проведення консультацій з громадськістю – виявити, по-перше, усі значущі соціальні групи, по-друге, встановити контакт з ними і, по-третє, взяти до уваги їх інтереси в майбутніх рішеннях, запросивши до участі в дорадницьких заходах.

Особливістю дорадчого підходу є його чутливість до всіх категорій населення, особливо до соціально вразливих верств населення: людей з інвалідністю, людей, що зазнали насильства, людей старшого віку тощо. Часто на публічні заходи приходять «професіонали», «просунуті» (досвідчені) активісти, освітяни, управлінці, працівники сфери культури – тобто тобто ті люди,



які мають досвід участі у публічних заходах, звикли виступати, неодноразово брали участь у нарадах та дискусіях. Це чудово, що такі люди є в територіальній громаді, але спиратися виключно і лише на їх думку було б хибно.

Задача організаторів консультацій у форматі громадських обговорень – скрізь звертати увагу на гендерні аспекти – в економічних питаннях, бо тут ми часто зіштовхуємося з різною оплатою за однакову роботу, політичних – кількість жінок і чоловіків на керівних посадах у територіальній громаді, в медичних – врахування специфічних потреб жінок та чоловіків.

Окремої уваги заслуговує етнічна, конфесійна та культурна чутливість дорадчого підходу. Більшість людей мають національність,

що визначається громадянством та належністю до політичної нації (у цьому сенсі всі громадяни України – українці), та етнічну приналежність, яка визначається ототожненням себе з певною етнічно групою – державотворчою нацією (українці), корінними народами України (кримські татари, караїми та кримчаки), національними (етнічними) меншинами (спільнотами) (азербайджанці, молдовани, поляки тощо) та іншими етнічними групами (волохи, ногайці, турки-ахиска, різні групи ромів тощо). Також більшість громадян України декларує свою належність до різних релігійних конфесій: християн різних конфесій, мусульман, юдеїв тощо. Етнічне та конфесійне розмаїття – це і величезний ресурс територіальної громади, і одночасно потенційне джерело соціального напруження. Очевидно, що вибірка учасників



Корінний народ України – автохтонна етнічна спільнота, яка сформувалася на території України, є носієм самобутньої мови і культури, має традиційні, соціальні, культурні або представницькі органи, самоусвідомлює себе корінним народом України, становить етнічну меншість у складі її населення і не має власного державного утворення за межами України.

З Закону України 1616-ІХ «Про корінні народи України» від 01.07.2021

Національна меншина (спільнота) України – це стала група громадян України, які не є етнічними українцями, традиційно проживають на території України в межах її міжнародно визнаних кордонів, об'єднані спільними етнічними, культурними, історичними, мовними та/або релігійними ознаками, усвідомлюють свою приналежність до неї, виявляють прагнення зберегти і розвивати свою мовну, культурну, релігійну самобутність.

З Закону України 2827-ІХ «Про національні меншини (спільноти) України» від 13.12.2022

дорадницьких заходів має бути культурно збалансованою. Не можна оминати увагою невеликі за чисельністю групи, і концентрувати увагу на великих.

З точки зору інклюзивності кінцевою метою імплементації результатів дорадницьких заходів є створення сприятливого середовища для рівного доступу всіх жителів до всіх ресурсів громади, приділяючи особливу увагу найбільш вразливим та ізольованим групам населення. Інклюзивність (інклюзія) – це включення всіх мешканців у систему освіти, культури, управління тощо незалежно від фізичних, фізіологічних або інших особливостей людини.

Простими словами, інклюзія – це прагнення залучити й інтегрувати всіх людей і групи в діяльність, у життя територіальної громади, а особливо тих, хто перебуває у несприятливих умовах, постраждав від дискримінації або має інвалідність.

Наприклад, інклюзивна практика найму (працевлаштування людей з інвалідністю у неспеціалізованих підприємствах), інклюзивні дитячі майданчики (майданчики, де враховані особливості дітей з інвалідністю), інклюзивна освіта (можливість навчання дітей з інвалідністю у звичайних навчальних закладах).



Загальні принципи дорадницького (деліберативного) підходу

Не чекай змін -
будь ними

#DOBRE

Дорадча демократія відрізняється від представницької демократії тим, що вона ставить обговорення, бесіди, різноманітні точки зору в центр процесу вироблення та ухвалення рішень, а не покладається виключно на опитування та голосування. Вона також відрізняється від прямої демократії, яка зазвичай пов'язана з залученням великої кількості людей різноманітними способами. Дорадча демократія передбачає роботу з меншою, але репрезентативною групою людей, яка глибоко розглядає питання. Дорадче залучення полягає в тому, щоб наблизити людей (громадян, жителів, постраждалих осіб) до справ органів державної влади

та/або місцевого самоврядування та осіб, які ухвалюють рішення. Це альтернативний підхід до більш поширеного метода, який передбачає виявлення «необізнаних відповідей», що можна проілюструвати виразом «питати людей, що вони думають, коли вони про це не думають».

Такі обговорення мають відбуватися з дотриманням таких ключових принципів, зокрема:

- ✓ **Зрозумілість та доступність завдання.** Група відповідає на чітке завдання – звичайне запитання простою мовою, яке зачіпає суть проблеми, що виноситься на обговорення.

- ☑ **Вільний доступ до різних джерел інформації.** Учасники повинні мати доступ до інформації, необхідної для поглибленої розмови, і ця інформація має бути нейтральною, збалансованою та з різних джерел.
 - ☑ **Репрезентативність (представництво усіх категорій жителів).** Учасники обираються випадковим чином серед усіх категорій населення, а не тільки серед тих, хто має найбільшу частку (знання, вплив, авторитет) в питанні, яке обговорюється.
 - ☑ **Час на роздуми та пошук рішення.** Учасникам надається час, необхідний для обдумування, що дозволяє їм розглядати складну інформацію, шукати компроміси, зважувати різні варіанти та ідеї, а не так, як під час звичайного опитування – запитання та негайна відповідь.
 - ☑ **Гарантований вплив.** Дорадчій групі надається високий рівень впливу на результати чи рішення. Результатом обговорення має стати резолюція або проєкт рішення, який надається в органи місцевого самоврядування.
 - ☑ **Початок з «нуля».** Група починає зі звіту «чистої сторінки», де докладно описує свої думки та розробляє свої рекомендації «з нуля». «Чиста свідомість» – джерело нових нестандартних пропозицій.
 - ☑ **Професійні неупереджені фасилітатори,** які підтримують групу у виявленні власних упереджень, застосуванні навичок критичного мислення, дослідженні доказів і досягненні згоди.
- Дорадницький підхід – це свого роду застосунок, додатковий модуль, який ви можете застосувати до тих форматів залучення, які вже практикуються в територіальній громаді. Тобто, ви можете взяти, наприклад, фокус-групу чи «світове кафе» і провести його у традиційному форматі, а можете додати деліберативний компонент. Але тут є свої виклики та підводні камені, серед яких:**
- ☑ Залучення людей, які не мали досвіду участі у публічних заходах потребує додаткової роботи. У дорадницьких підходах мова йде про те, щоб залучати тих людей, які ніколи ні до чого не були залучені, які ніколи нікуди не приходили і які ніколи ніщо не робили. Але такі люди в наших умовах інколи «задарма» чи «від немає чого робити» не захочуть працювати впродовж кількох днів, витратити свій час і щось робити для того, що на перший погляд, їм не потрібно. Треба переконати їх, що їх участь є важливою, а її результати матимуть позитивні наслідки. Або знайти інші способи заохочення.



☑ Інформування може бути маніпулятивним. Якщо ви запрошуєте людей і ви їм щось показали та розповіли, а потім хочете з ними це обговорювати, то це не деліберативний підхід. Спочатку люди мають самі показати та розповісти, і самі мають обговорювати. Якщо ви їм одразу все розповіли – це вже позиція з точки зору експерта. Тобто, це вже ви їм намагаєтеся нав'язати свою думку. Тобто, ви вже умовно маніпулюєте їхньою чистою свідомістю.

☑ Треба допомогти людині вербалізувати ідею, наприклад, через візуалізацію. Ось приклад, яким поділився голова однієї із територіальних громад: «Проводили ми захід з однією цікавою аудиторією – сільські поштарі. Тоді це була досить потужна мережа і стояло завдання, що треба з цією мережею працювати для того, щоб інформувати громадян про якісь там процеси, які

відбуваються у територіальній громаді. І я був здивований тим, що ці люди мовчали на заході. Мені здавалося, поштар, який весь час ходить по селі, весь час говорить, для нього найбільш важкою вправою було встати і сказати щось. Я просив: «Будь ласка, встаньте, назвіть себе, скажіть хто ви і чим займаєтесь». Катастрофа! Люди не могли виконати. Але коли ми їм запропонували «намалюйте і розкажіть, що ви намалювали», вони стали говорити так, що язик не зупинявся».

☑ Бесіда за столом, спільне споживання їжі (пікнік, гостина і т.п.) добре налаштовує людей до спілкування. Чай, куліш, банош, бограч, вареники, барбекю роблять атмосферу дружньою та невимушеною. Спільне споживання їжі воно і творить громаду, і розв'язує язика, тому що люди говорять все, що хочуть сказати, а не те, що, на їх думку, можна.

- ☑ Ще один момент – це культура діалогу, дотримання правил спілкування, рівнозначність учасників діалогу. Коли вже іде розмова представників органів місцевого самоврядування із жителями територіальної громади, то тут важливо ці моменти також згадати, бо інколи службовці місцевого самоврядування не на всі теми готові говорити, або жителі не вміють вибудовувати розмову, опускаючись до рівня звинувачень, емоційних висловлювань, виступів ні про що або про все і не за темою.
- ☑ Одним з факторів успішного обговорення є позиція рівний-рівному. Коли за столом збираються люди з більш-менш схожим статусом, то вони говорять однією мовою та їм є про що говорити. Присутність чиновника високого статусу може призвести до мовчання інших учасників, або до емоційної розмови про наболіле.
- ☑ Модератор дискусії – це не лектор, не доповідач, не проповідник, не експерт з питання, яке виноситься на обговорення. Він/вона – це провідник, який забезпечує перебіг заходу. Його/її задача – не переконати групу, а дати можливість самій запропонувати власне рішення. А модератор лише створює для цього умови. Правильно розсадити, познайомити з форматом заходу, слідкувати, щоб всі могли висловитися, а не найбільш балакучі.



ФОРМАТИ ПРОВЕДЕННЯ ДОРАДЧИХ ЗАХОДІВ



А тепер нам треба обрати формат консультації з громадськістю. Таких форм дуже багато, та ми пропонуємо декілька:

-  **1** **Групові обговорення («світове кафе»)**
-  **2** **Дружня бесіда (фокус-група)**
-  **3** **Вуличне опитування**
-  **4** **Дослідницька прогулянка**
-  **5** **Дослідницька фотовиставка**
-  **6** **Картування громади**
-  **7** **Майстерня ідей (воркшоп)**
-  **8** **Відкрита зустріч (таун-хол)**
-  **9** **Документальна вистава з обговоренням**
-  **10** **Звана вечеря**

Усі вони, з одного боку, спрямовані на неформальне залучення громадськості, але неформальне не означає, що це щоб «лише поговорити». Результат такого заходу теж може бути формалізований, тобто оформлений у вигляді громадського звернення, резолюції, петиції, протоколу консультації, громадського висновку, чи іншого нормативного документу, який встановлений у громаді.



ГРУПОВІ ОБГОВОРЕННЯ («СВІТОВЕ КАФЕ»)

Світове кафе – це досить ефективний формат проведення консультацій. Це розмова про суть справи в неофіційній обстановці, яка дозволяє накопичувати думки учасників та учасниць та дивитися на проблему з самих різних боків. Назва пішла від того, що учасники та учасниці розташовуються за столиками як у кафе, де невимушено ведуть розмову.

МЕТА

Метод доцільно використовувати для вирішення комплексних проблем, отримання відповідей на декілька запитань, пошуку нестандартних рішень, об'єднання кількох точок зору, обміну досвідом. Акцент робиться на спілкуванні між учасниками і на пошук нових ідей.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ створюється нова стратегія розвитку територіальної громади – збирається світове кафе, де за кожним столом обговорюється окремий її розділ (культурний розвиток, надання соціальних послуг, туризм, розвиток малого та середнього бізнесу, розвиток ОГС тощо);
- ☑ у територіальній громаді планується поживити культурне життя – жителі збираються і обговорюють, що для цього треба, які треба створити умови, де взяти ресурси тощо;
- ☑ розробляється комплексний план відновлення територіальної громади чи план відновлення певного об'єкту в населеному пункті – жителі громади обговорюють різні його аспекти.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Для того, аби обговорення було ефективним, у групі має бути не менше 12-15 осіб. Максимальна кількість осіб може бути різною – від 50 до 100. Відповідно для кількості учасників треба визначити і кількість учасниць за кожним столом. Вона може бути від трьох до семи осіб.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Запорука успіху – це невимушена дружня атмосфера – власне як у кафе. В ідеалі для розмови варто вибрати світле затишне приміщення, яке нагадує кав'ярню.

ТРИВАЛІСТЬ

2-6 годин. Після 2-3 раундів доречно зробити перерву.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Зустріч веде фасилітатор. На самому початку розмови він повідомляє гостям про мету зустрічі та пояснює правила. Учасники розсідаються за окремими столами, як у кафе, по декілька (3-7) людей. За кожним столиком одна людина бере на себе роль «господаря» столу, а решта – це «запрошені гості». Для полегшення процесу обговорення та фіксації результатів на кожному столі лежать аркуші паперу великого формату (їх називають «скатертинами») та маркери.

Висловлені ідеї відображаються у зручній спосіб – схема, малюнок, теза, таблиця. Через визначений відрізок часу, наприклад, 15 хвилин, «гості» переходять за інші столики, а «господар» залишається на своєму місці і розповідає новоприбулим учасникам про те, що обговорювала попередня група. Новоприбулі доповнюють уже сказане своїми коментарями.

Через 15-20 хвилин процедура (раунд) повторюється: «гості» розходяться за інші столики, «господар» залишається, новоприбулі учасники додають щось від себе. Таким чином, усі «гості» кафе ознайомлюються з пропозиціями та ідеями один одного, кожен може висловитися та дізнатися думки колег. Після цього відбуваються презентації від кожного столика з подальшим обговоренням.





Поради фасилітатору та господарям столів:

- ☑ Зрозуміло й чітко опишіть основні цілі та завдання бесіди.
- ☑ Пам'ятайте, що мета обговорення – спільний пошук шляхів і перспектив. Після обговорення люди часто стають впевненішими у власних силах, оскільки їм вдається поговорити про злободенні питання.
- ☑ Розбирайте справді важливі аспекти проблеми. Якщо увага учасників буде спрямована на вирішення ключових питань, то й результати будуть вагомішими. Обговорення вийде відкритим і глибоким.
- ☑ Відзначаєте думки кожного учасника. Оскільки кількість учасників за столом обмежена, то промовчати і «відсидітися» буде складно. Поважайте кожну думку, у тому числі й нестандартну. Запрошуйте всіх до обговорення та співпраці.
- ☑ Поєднайте непок'єднане. Чудово, коли переплітаються різноманітні ідеї та точки зору. Також позитивно впливає на кінцевий результат, коли разом збираються люди з різних професійних сфер.
- ☑ Діліться успішним досвідом й уважно слухайте інших. Сфокусуйте увагу на особистих досягненнях і внесках кожного учасника обговорення.
- ☑ Наприкінці зберіть разом результати роботи всіх груп, порозвішуйте аркуші-скатертини з напрацюваннями. Це робиться для того, аби максимально наочно представити всі результати.
- ☑ Іноді корисно продовжити дискусію, утворивши єдине велике коло, активізуючи колективний інтелект.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Доречно запропонувати учасникам чай, каву, тістечка.



ОБГОВОРЕННЯ

Обговорення проходить за кожним окремим столом, а потім «господар» стола презентує результати. При чому до обговорення приймаються будь-які ідеї, навіть якщо вони здаються дивними чи недоречними. Вони можуть такими видаватися тільки на перший погляд, і стати вихідною точкою для прийняття рішення

РЕЗУЛЬТАТ

Результат «світового кафе» – це нові ідеї, комплексне бачення вирішення проблеми. Після завершення заходу та опрацювання матеріалів, пропозиції оформлюються як документ – громадське звернення, аналітичний звіт з рекомендаціями тощо (див. розділ 3).



ДРУЖНЯ БЕСІДА (ФОКУС-ГРУПА)

Фокус-група як форма КСГ була запозичена у соціологів. Але якщо фокус-групове дослідження ставить собі на меті не тільки збір інформації, а й з'ясування мотивації дій людей, виявлення групової динаміки, тобто наскільки є впливовими аргументації учасників мотиваційної структури учасників, силу чи слабкість аргументів та ін., то дружня бесіда – це спрощений варіант фокус-групи, покликаний створити зручні умови для залучення різних категорій населення.

МЕТА

З'ясування думки жителів громади з різних питань, проблем, до яких учасники дотичні, а також з'ясування причин тієї чи іншої оцінки.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ Розробляється вебсайт організації чи установи – жителі обговорюють, що би вони хотіли там бачити.
- ☑ Обговорення молодіжної політики в громаді – запрошуються молоді жителі територіальної громади віком від 14 до 35 років і з ними йде розмова про їх потреби та бачення.
- ☑ У територіальній громаді планується створити Центр надання культурних послуг – на ФГ запрошуються жителі, з якими обговорюється питання, які модулі такий заклад повинен мати.
- ☑ Постало питання: як залучити жителів до співфінансування проекту? – запрошуємо жителів і з'ясовуємо їх мотивацію та аргументи (коли вони готові ділитися коштами, а за яких умов ні).

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

В одній фокус-групі, як правило, беруть участь 8-12 осіб.

Учасниками фокус-групи мають бути жителі територіальної громади, які знайомі з місцевою проблематикою, беруть участь у подіях, які відбуваються в громаді. Краще, якщо учасники будуть незнайомі один з одним. Учасниками мають бути пересічні жителі, серед яких не повинно бути «експертів», наприклад, представників влади або відомих в громаді осіб, які мають суспільну вагу і авторитет.

Рекомендується проводити декілька фокус-груп (часто три-чотири). Краще, якщо учасники фокус-групи матимуть не дуже велику різницю у віці. Наприклад, у першій групі краще зібрати молодь, у другій – людей середнього віку (35-55 років), а третя група буде вже з учасниками поважного віку. Кількість жінок і чоловіків у кожній фокус-групі має бути приблизно рівною. Але за потреби можна проводити фокус-групи з людьми однієї статі чи гендеру.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Треба вибрати приміщення, у якому буде затишно, і в якому учасники фокус-групи не будуть відволікатися протягом всієї бесіди. У приміщенні має бути приємне для очей освітлення та комфортні стільці. Краще всім розміститися за одним великим столом, влаштувати такий собі «круглий стіл».

В умовах, коли збиратися в одному місці небезпечно, або це фокус-група з людьми, які знаходяться в різних місцях (наприклад, переселенці, які виїхали за кордон, чи ВПО з вашої громади, які перебувають в різних населених пунктах), то можна фокус-групу провести дистанційно – у сервісах Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, Skype та ін. Вони дозволяють спілкуватися у колективі, робити запис зустрічі, модерувати фокус-групу у зручний для вас спосіб.

ТРИВАЛІСТЬ

Одна фокус-група триває 1,5–2 години.





ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Фокус-група – це вільна бесіда у невимушеній комфортній обстановці, яка триває зазвичай півтори-дві години і проводиться за задалегідь підготовленим переліком запитань, так званим «гайдом».

Гайд – це список питань, які задаються учасникам. Зазвичай гайд містить вступну частину, де описуються правила заходу, і тематичні блоки. У тематичні блоки включаються питання, які дозволяють дізнатися все про ту чи іншу проблему: послуги, згуртованість громади, безпека, міграції, працевлаштування, оцінка діяльності органів влади чи ОГМ, бачення майбутнього громади, порушення прав людини тощо.

Фокус-група проводиться ведучим, якого називають «модератор». Модератором може бути хтось з активістів, хто відчуває до цього хист.

Фокус-група обов'язково має бути записана на відео та/або на аудіо, тож треба підготувати відповідні технічні прилади. Якщо немає відеокамери, можна використовувати диктофон. Краще одночасно використовувати два диктофони – на той випадок, якщо запис на першому зіпсується або когось з учасників буде погано чути.

Як відбувається фокус-група?

1. Усі учасники збираються і займають місця.
2. До початку фокус-групи треба зробити табличку, в яку внести інформацію про учасників: ім'я (прізвища вказувати не треба, бо захід є анонімним), стать, вік, освіта, основна зайнятість.
3. Модератор представляється, говорить про мету та тему зустрічі, пояснює правила участі (кожна думка цінна, це не перевірка і не екзамен – тут немає правильних або неправильних відповідей, участь анонімна, очікуємо на щирість, запис робиться лише для того, щоб потім зробити стенограму), запитує дозвіл на зйомку чи запис.

4. Модератор вмикає відео та/або аудіозапис та пропонує «познайомитись» — кожному коротко розповісти про себе (як звати, ким працюють або чим займаються). Після знайомства модератор починає ставити питання з гайду, які обговорюватимуться учасниками та задавати уточнювальні запитання.
5. Кожне питання обговорюється усіма учасниками, кожен повинен мати можливість за бажанням висловитись. Важливо, щоб учасники не казали щось одночасно, бо на запису потім буде не розібрати, хто що каже. Модератор має за цим уважно стежити.
6. Коли запитання вичерпано, модератор має подякувати учасникам і вимкнути запис. На цьому фокус-група вважається завершеною.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Зазвичай учасникам фокус-групи пропонують чаювання або легку перекуску з якимись смаколикami, випічкою, бутербродами тощо. Це гарна традиція, яка допомагає учасникам почувати себе більш зручно й вільно.

ОБГОВОРЕННЯ

Більшість запитань гайду передбачають обговорення, тобто учасники можуть заперечувати або доповнювати один одного. Пам'ятайте, що це дискусія, а не традиційне «опитування». Тобто треба намагатися отримати розгорнуті відповіді, а не «так» чи «ні», зібрати приклади з життя, почути конкретні пропозиції, а не загальні слова про покращення.

РЕЗУЛЬТАТ

Запис кожної фокус-групи має бути перетворено на текст (стенограму). Для цього треба уважно прослухати запис, а далі все, що є на запису, набрати текстом — речення за реченням — на комп'ютері, наприклад у програмі Word. Кожен абзац має таку структуру: хто каже, що каже (схоже на текст п'єси).

Модератор: А що завадило?

Наталя: Гроші.

Олена: Так, грошей немає.



Цей матеріал можна в будь-який час перечитувати, аналізувати, а найбільш красномовні й вдалі цитати використовувати для написання звіту, щоб доповнити й наповнити життям «сухі» статистичні дані.



ВУЛИЧНЕ ОПИТУВАННЯ

Опитування – це метод, яким користуються і журналісти, і вчені, і вчителі, і багато інших. Тож, щоб ваше опитування мало суспільну цінність, треба, щоб воно було системним та відповідало вимогам репрезентативності, щоб віддзеркалювало думку усієї територіальної громади чи конкретної цільової групи, а не ваше.

МЕТА

З'ясування думки громадян з одного чи декількох достатньо вузьких і конкретних питань.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ На конкурс «Громадський бюджет» запропоновано 10 проєктів – жителі обирають той, який вони вважають найбільш вдалим і вартий для фінансової підтримки за рахунок коштів місцевого бюджету.
- ☑ У населеному пункті є декілька історичних будівель, які потребують реставрації – жителі визначають з якого будинку варто почати.





- ☑ Розробляється бренд територіальної громади, запропоновано декілька варіантів – жителі обирають найбільш привабливий.
- ☑ Йде кампанія з перейменування вулиці – жителі вулиці оцінюють вже запропоновані варіанти і пропонують свої.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість – необмежена. Рекомендована кількість – більше 400 осіб.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Пішохідна вулиця, площа, парк, сквер, будь-яке людне місце, де люди нікуди не поспішають. У разі проведення заходу розрахованою на конкретні цільові аудиторії (студенти, гості громади, відвідувачі ЦНАПу або іншої установи).

ТРИВАЛІСТЬ

2-3 дні, декілька годин на день, у неробочий час або на вихідних.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

На вулиці облаштовується місце для проведення опитування. Встановлюються інформаційні стенди, де презентуються питання та варіанти відповідей (пропозиції), які виносяться для обговорення. Дуже важливо, щоб на стендах були фотографії, схеми, карти – будь-яка візуальна інформація. Модератор опитування час від часу звертається до перехожих з проханням взяти участь в опитуванні.

Біля кожного стенду може перебувати особа (волонтер, працівник органу місцевого самоврядування, представник громадської організації і т.п.), яка може пояснити, в чому сутність її пропозиції. Або має бути коротке текстове пояснення на стенді. Після ознайомлення з суттю питання перехожий може проголосувати, при чому свідомо.



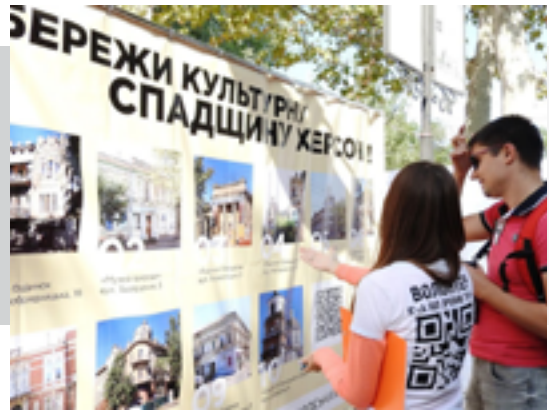
Це можна зробити у декількома способами. Найкращий – це той, коли наступні учасники не будуть бачити, який варіант вже має найбільшу підтримку. Це може впливати на відповіді інших – люди схильні приєднуватися до більшості. Тож краще біля кожної пропозиції розташувати скриньку (непрозору) для голосування. Учасник бере фішку, чи кульку і кидає у відповідну скриньку. Якщо вам важливо як розподіляться відповіді за статтю та віком, або іншими параметрами, використовуйте фішки різної форми або кольору (наприклад, жінки кидають сині фішки, а чоловіки – зелені).

Ми не можемо заганяти людей у жорсткі рамки наявних варіантів відповідей. Також варто подумати про те, що варто дати людині запропонувати свій варіант відповіді. Це може бути окремий стенд з папером та маркером, чи стіл з папером та ручкою.

Окремим варіантом вуличного опитування може бути екзит-пол – опитування на виході. Зазвичай, екзит-пол у нас асоціюється з опитуванням у день голосування на виборах. Проте екзит-пол можна проводити і для оцінювання якості наданих послуг. У цьому випадку можна обійтися без стендів та скриньок, і зробити опитування за допомогою класичного інструментарію – анкети. Використання цього методу краще тим, що відразу після утримання послуги у людей в пам'яті залишаються деталі, а не лише емоційні оцінки, які не дають уявлення про те, що саме потребує вдосконалення.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Важливо, щоб люди не проходили повз. Для цього треба зробити позитивну атмосферу навколо місця опитування. Це може бути ненав'язлива музика чи виступ вуличних артистів. Добре, якби всі, хто взяв участь в опитуванні, отримав якісь заохочувальний сувенір – календарик, брендований олівець чи ручку.



ОБГОВОРЕННЯ

Учасники можуть уточнювати деталі з авторами пропозицій або з модератором чи волонтерами-фасилітаторами, пропонувати свої варіанти.

РЕЗУЛЬТАТ

Вуличне опитування – це різновид кількісного дослідження, отже, результатом його може бути рейтинг пропозицій із зазначенням частки тих, хто її підтримав, оцінка наданої послуги в балах, і, навіть, нова пропозиція також з часткою тих, хто її підтримав.



ДОСЛІДНИЦЬКА ПРОГУЛЯНКА

Дослідницька прогулянка (ДП) – це формат проведення дорадчого заходу, який ми запозичили у спеціалістів, що займаються туристичною діяльністю. Фактично ДП – це екскурсія, де в якості учасників виступають не гості міста чи села, а його жителі. Хоча можливий і варіант коли дослідницька прогулянка організовується для гостей з сусідніх населених пунктів чи сусідніх територіальних громад, бо вони можуть побачити те, що «не видно» місцевим.

МЕТА

З'ясування проблемного поля та напрямків розвитку громадського простору в територіальній громаді, окремих архітектурних комплексів та будівель.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ З'ясування безбар'єрності адміністративних будівель.
- ☑ З'ясування безпечності пересування школярів.
- ☑ Оцінка надання транспортних послуг в громаді – група учасників пересувається громадським транспортом і фіксує проблемні моменти.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість учасників такої прогулянки може бути різною, але ми рекомендуємо використовувати 10–20 учасників та учасниць.

Склад учасників ДП залежить від теми прогулянки. Це можуть бути молоді люди, батьки з дітьми, пенсіонери, маломобільні люди, жителі окремих вулиць чи районів тощо.

Якщо ми вивчаємо питання пов'язані з безбар'єрністю, то можна на цю прогулянку запросити людей з інвалідністю, зокрема людину з колісним кріслом чи незрячого. Так ми можемо на практиці визначити об'єкти, які є бар'єром, а які ні. Також ми можемо пройти-проїхатися по маршруту слідування до школи разом з батьками та їх дітьми, для того щоб визначити наскільки безпечно можна відпускати дитину до школи, чи бібліотеки, чи будинку культури. Під час прогулянки діти і батьки розповідають про свій досвід пересування по населеному пункту.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Проводити дослідницькі прогулянки можна де завгодно. Це можуть бути конкретні вулиці, бути подвір'я багатоквартирних будинків, це можуть бути приміські зони, це можуть бути зони, які розглядаються в якості туристичних. ДП можна провести і в будівлі, якщо вона достатньо велика. Хоча прогулянки здебільшого є пішими, є й інші варіанти – наприклад, велосипедний, особливо якщо ДП стосується розвитку велотуризму чи велосипедної інфраструктури.

ТРИВАЛІСТЬ

1,5-2 години.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Усе відбувається дуже просто. Певного дня ми збираємо жителів певного мікрорайону чи окремого населеного пункту і пропонуємо прогулятися по території, де вони живуть. Анонсується мета заходу. Наприклад, ми можемо говорити про питання безпеки, про питання доступності для маломобільний людей, про питання пов'язані зі здоровим способом життя та спортом, можемо говорити про публічні простори, про розваги та дозвілля. Під час прогулянки учасники та учасниці акцентують увагу на проблемах місцевості, які і фіксує модератор. Текст створюють самі учасники. Під час прогулянки вони можуть розповісти про те, які недоліки має ця вулиця чи місцевість, як часто вони з ними стикаються, якими є причини цих недоліків як вона. Фасилітатор фіксує основні точки напруження, основні об'єкти, які викликають найбільшу кількість





реакцій і готує сценарій для майбутнього обговорення. Наступний етап дослідницької прогулянки – статичний. Треба все, що ми побачили, обговорити і прийти до консенсусу.

Кількість дослідницьких прогулянок може бути звичайно не обмеженою. Рекомендуємо робити їх фокусованими на певні проблеми, щоб не розпорозуватися і дійти до якогось конкретного бачення чи вирішення.



При організації прогулянки можна використовувати «Альбом безбар'єрних рішень» – це практичний посібник для проєктувальників та архітекторів публічного простору, який рекомендує та на прикладах ілюструє, як міське середовище може бути дружнім до різних користувачів, зокрема й батьків з маленькими дітьми, людей старшого віку, людей з інвалідністю та інших маломобільних груп населення.



<https://bit.ly/43CQ4jL>





Беручи до уваги, яка проблема розглядається, треба продумати про технічні засоби. Звичайно, оскільки це захід на відкритому повітрі, то треба звертати увагу на погоду. Хоча, якщо під час дослідження розглядається проблема наслідків дощу (приміром, проблеми функціонування системи вуличного водовідведення під час дощу), то дощова погода тут буде якраз.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Після прогулянки ми рекомендуємо влаштувати невеличкий пікнік, чай або каву з печивом, щоб створити невимушену атмосферу та заохотити людей взяти участь в цьому обговоренні.

ОБГОВОРЕННЯ

Після такої прогулянки можна піти до приміщення та за чаюванням обговорити, які виявлено проблеми і можливі варіанти їх вирішення. Не треба записувати обговорення на відео. Можна в якості фіксатора інформації використовувати диктофон, якщо це не викликає спротиву з боку учасників.

РЕЗУЛЬТАТ

Після того, як всі питання були обговорені, треба створити резолюцію чи колективне рішення, щоб потім презентувати його в ОМС. Паралельно можна проводити картування маршруту. Цим може займатися модератор, який фіксує проблемні місця під час маршруту. Також можна проводити фотофіксацію. Увесь цей комплект документів: резолюція, фотографії, карти, хронометраж, можуть стати частиною презентації дослідження.



ДОСЛІДНИЦЬКА ФОТОВИСТАВКА

Дослідницька фотовиставка – це формат, який прийшов до нас з мистецтва та журналістики, а також з етнографії та соціальної антропології. За допомогою фотоапарата або звичайного телефона можна досліджувати стан просторових об'єктів, вулиць, парків, адміністративних будівель, прибудинкових територій тощо.

МЕТА

Визначення проблемних місць у громадському просторі, визначення пріоритетів просторового розвитку.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ Активісти розробляють набір листівок про громаду – фотовиставка допомагає знайти нестандартні магніти.
- ☑ Йде пошук варіантів з розвитку публічних просторів – залучаємо громаду і отримуємо пропозиції.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість учасників – 10-20 осіб.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Публічний простір (на відкритому повітрі), виставковий зал.

ТРИВАЛІСТЬ

Декілька днів.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Дослідницький фотопроєкт можна реалізовувати або у вигляді індивідуальних завдань або у вигляді воркшопу. Наприклад, ми збираємо групу людей і ставимо їм завдання пройтися по місту або по селу, або по окремому району міста або села і зробити фотографії на тему. Тема може бути різною. За допомогою фотоапарата можна досліджувати та фіксувати небезпечні об'єкти або небезпечні ділянки. Або навпаки фокусувати увагу на потенційно найбільш привабливих туристичних об'єктах.

Якщо фотопроєкт реалізовується у вигляді воркшопу, то це може бути одноденне дослідження міського або сільського простору. Учасники та учасниці виходять на «фотополювання». Їхня задача зробити, наприклад, 10 фотографій які ілюструють місця, якими територіальна громада може пишатися. І ще 10 фотографій, куди житель громади ніколи не повів би туристів або гостей громади. Після того учасниці та учасники здають фотографії організаторам заходу, які проводять їх аналіз. Таким чином, вони фіксують які фотографії з якими об'єктами найчастіше за все потрапляли в об'єктив учасників.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Щоб привернути увагу до заходу можна запропонувати декілька заохочувальних активностей. Наприклад, перед початком воркшопу можна провести майстер-клас з основ фотомайстерності, на який запросити відомого фотохудожника або журналіста в якості консультанта. Також можна запропонувати приз, який отримає учасник або учасниця проєкту за перемогу у конкурсі.

ОБГОВОРЕННЯ

На наступний день після виставки можна влаштувати обговорення, під час якого запропонувати учасникам та учасницям визначитися, що саме можна робити з об'єктами, щоб вони принесли користь громаді і як вирішити проблему з найбільш непривабливими об'єктами.

РЕЗУЛЬТАТ

Завершальним етапом є влаштування фотовиставки, де виставляються найбільш вдалі знімки, вивішуються результати аналізу та обговорення. Також це можна продублювати в електронному форматі і дати можливість мешканцям громади проголосувати, щоб визначити переможця конкурсу. Результати аналізу та обговорень мають стати групова резолюція, пропозиція для ініціації відповідних дій органів місцевого самоврядування та громадських організацій.





КАРТУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Картування – це дослідження простору територіальної громади або її частини через створення географічної карти або карто-схеми, нанесення на неї місць, об'єктів, територій, інформації різної тематики та її подальший аналіз.

МЕТА

З'ясування іміджу окремих територій, визначення пріоритетів просторового розвитку, визначення найбільш небезпечних ділянок.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ У територіальній громаді йде обговорення, де саме будувати укриття – жителі помічають на карті місця, де на їхню думку вони мають бути.
- ☑ Розробляється план розвитку спортивної інфраструктури громади – жителі пропонують свої варіанти.
- ☑ Активісти пропонують створити «зелений каркас» міста – мережу пов'язаних між собою зелених зон, і залучають жителів висловлювати свої пропозиції.



УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість залучених осіб – від 10-50 осіб наживо під час заходу, і необмежена – онлайн або в асинхронному форматі.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Якщо картування йде наживо, то це має бути зал чи хол, якщо асинхронно – то карту треба вивісити у доступному місці з високим людським трафіком. Картування-онлайн може відбуватися у цифровому форматі з використанням різних програмних додатків та застосунків на смартфоні, наприклад, через Google My Maps, OpenStreetMap тощо.

ТРИВАЛІСТЬ

1-2 години, якщо картування йде наживо, і до 1-2 місяців – у асинхронному.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

При картуванні наживо люди збирають у приміщенні, де розташовані столи з великими чистими аркушами паперу або вже роздрукованими контурними картами та маркерами. Перш за все, необхідно визначити тематику карт і об'єктів, які будуть на ній позначатися. Учасники розбиваються по групам з 3-5 осіб, яким пропонується намалювати карту-схему або позначити на контурній карті об'єкти, що стосуються теми заходу. Карта-схема – це вид місцевості з висоти пташиного польоту. Кожна команда може створювати



свій шар об'єктів або такий самий. Шар – це сукупність однотипних об'єктів, наприклад, медичних закладів, або об'єктів, які мають щось спільне, наприклад, небезпечність. Наприклад: шар об'єктів соціальної інфраструктури, шар безпекових об'єктів, шар небезпечних об'єктів, шар об'єктів, з якими пов'язані ідеї по підвищенню соціальної згуртованості громади, шар туристичних місць.

Таке картування можна реалізувати в якості довготривалого асинхронного заходу. Оповістити людей, щоб вони підходили, припустимо, у сільську раду і помічали об'єкти на карту, що розташовані у доступному місці. Позначки можна робити стікерами різного кольору з коротким описанням об'єкта, або булавками з різнокольоровими головками, колір яких має певне значення.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Заохочувальним може бути запрошення взяти участь у заході батькам разом з дітьми, яким теж можна виділити стіл з олівцями, фломастерами, розмальовками, які би робили, щось подібне, що й їх мами й тати.

ОБГОВОРЕННЯ

Обговорення може йти за різними сценаріями. Після створення кожною командою карти, один з учасників представляє результати (показує карту і пояснює причину появи об'єктів на карті) і відповідає на запитання інших команд.





РЕЗУЛЬТАТ

Після обговорення всі карти обробляються. Якщо всі команди працюють над однією темою, то результатом стає сумарна карта, де розміщені всі об'єкти із зазначенням частоти появи об'єктів. Якщо кожна команда працювала або над окремим шаром, або над окремою частиною карти, то результатом теж стає загальна карта, де розміщені всі зазначені об'єкти.

Загальну карту можна створити в аналоговому форматі, але краще в електронному через Google My Maps. Для цього переходимо на сайт: <https://mymaps.google.com> і натискаємо «Створити карту». Далі треба зробити три кроки:

1. Даємо назву карті.
2. Створюємо необхідні шари.
3. Наносимо на карту необхідні об'єкти.



МАЙСТЕРНЯ ІДЕЙ (ВОРКШОП)

«Воркшоп» дослівно перекладається як «майстерня». Але замість якогось предмету, в майстерні ідей створюються плани, схеми та проєкти.

МЕТА

Розробка плану практичних дій, навчання новим практикам взаємодії з жителями територіальної громади, формування ініціативних груп та розвиток горизонтальних зв'язків у громаді, громадська експертиза запропонованих рішень.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ В ОСББ планується благоустрій прибудинкової території – формується ініціативна група, яка при взаємодії з мешканцями визначає, де саме влаштувати квітник, де замостити стежки, до поставити лавки, де смітник тощо.
- ☑ У місті прийнято рішення про ревіталізацію (повернення до життя) покинутого промислового приміщення – формуються групи, які пропонують свої варіанти подальшого використання території.



- ☑ У територіальній громаді немає свого музею. Існуючий є музеєм «одного села» і не враховує новоприєднаних колишніх сільрад. Крім того, він був створений ще у радянські часи та оформлений у відповідній стилістиці. Запрошуємо на воркшоп групу жителів і створюємо ідею нової експозиції.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість – декілька груп по 3-7 осіб.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Не має значення, але важливою є польова робота – виїзд на місце, взаємодія з місцевими жителями.

ТРИВАЛІСТЬ

Від одноденного воркшопу тривалістю 6-8 годин до кількомісячного.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

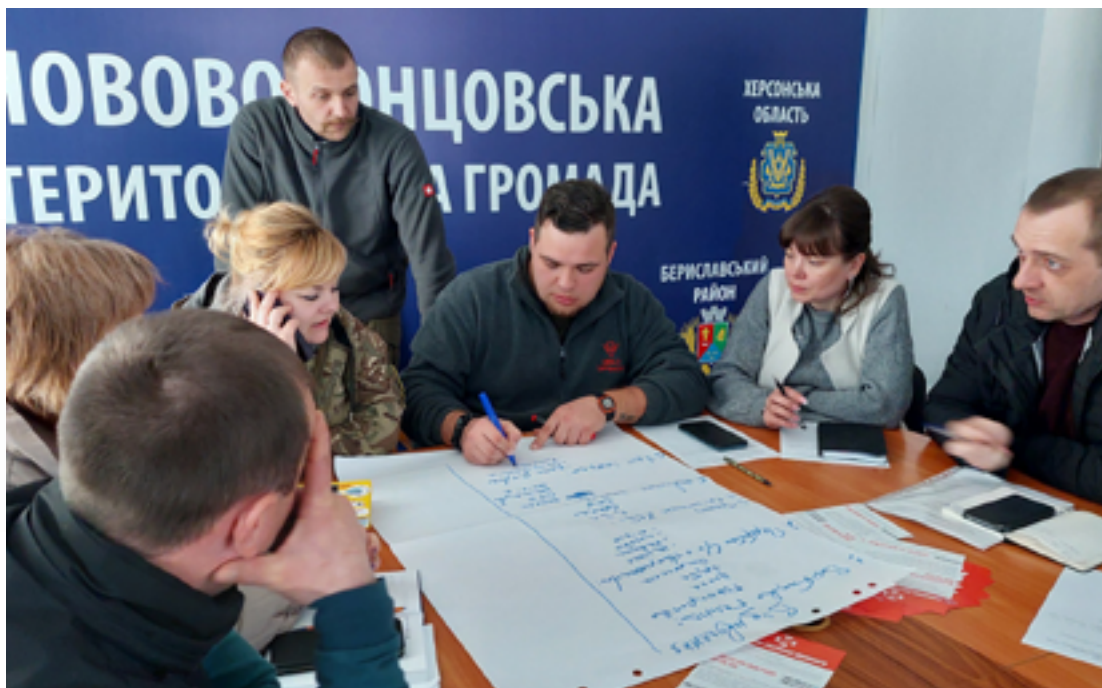
Воркшоп зазвичай включає декілька елементів:

- ☑ формування базової ідеї, визначення мети і задач;
- ☑ формування робочої групи (груп);





- ☑ запрошення експертів, які знайомлять учасників групи з методами роботи, своїм досвідом та кращими світовими практиками;
- ☑ практична (польова) робота учасників груп. Це можуть бути опитування жителів, спостереження, заміри трафіку, краєзнавчі та географічні дослідження тощо;
- ☑ колективне обговорення та мозкові штурми в групах. У групи можна запрошувати інших жителів громади;
- ☑ презентація напрацювань – спочатку у вузькому колі, а потім у широкому із залученням жителів громади.



ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Для учасників груп – це можливість підвищити кваліфікацію, отримати відповідний сертифікат, підготувати проектну заявку тощо. Для замовників чи учасників обговорень – це можливість здійснити свої бажання.

ОБГОВОРЕННЯ

Обговорення можна організувати у різний спосіб:

- ☑ обговорення в групах можна підготувати у форматі фокус-груп або «світового кафе»;
- ☑ публічні обговорення можна підготувати у форматі таун-холу.

РЕЗУЛЬТАТ

Підготовлена проектна заявка, звернення до ОМС, відео-фільм – приклади кінцевого продукту.



ВІДКРИТА ЗУСТРІЧ (ТАУН-ХОЛ)

Сама назва «таун-хол», тобто «ратуша» говорить про те, що до його участі запрошуються усі. Цей формат має багато спільного із загальними зборами мешканців населеного пункту, але має і свої особливості, який робить його більш сучасним.

МЕТА

Метою «таун-холу» є те, щоб посадові особи місцевого самоврядування, державні службовці почули думку громади щодо різних питань життя громади. Загалом, це схоже на загальні збори, проте з більшим ухилом на те, що відбувається в залі, а не на сцені.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ підготовлено проєкт бюджету територіальної громади – голова збирає таун-хол для його громадської експертизи під час якої збираються пропозиції від населення;
- ☑ у територіальній громаді планується підвищення тарифів на водопостачання – ініціативна група або ОМС скликають таун-хол аби обговорити і визначити, чи можна уникнути цього підвищення;



- ☑ на території громади пропонується створити національний природний парк – жителі збираються обговорити чи погоджуватися чи ні;
- ☑ у територіальній громаді постало питання про оптимізацію шкільної мережі – збирається таун-хол, де проводяться обговорення у групах: вчителів, батьків, перевізників, старшокласників, управлінців тощо.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість учасників може бути різною, але це великий формат. Кількість учасників може бути – 100-300 осіб. Якщо явка є великою, і якщо мета конкретного засідання таун-холу полягає в тому, щоб дати можливість виступити якомога більшій кількості людей, то учасників можна розбити на менші дискусійні групи. Кожна менша група, у такому випадку, призначає когось для підсумовування обговорення їхньої групи.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Незважаючи на те, що в назві цього методу фігурує слово «ратуша», зустрічі не обов'язково мають відбуватися в приміщенні міськради чи сільраді. Зазвичай вони проводяться в різних місцях, у тому числі в школах, палацах культури, громадських будівлях тощо. Таун-холи можуть проводитися не тільки в центральних населених пунктах, а навпаки в периферійний, щоб підкреслити цінності децентралізації. Можливим є також і «електронний таун-хол». Для його проведення потрібна розширена версія застосунків із широким вибором додаткових опцій: велика кількість учасників, можливість працювати в кабінетах, можливість візуалізації даних тощо.





ТРИВАЛІСТЬ

2-3 години.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Сценарій таун-холу може бути такий. Зазвичай особа, яка проводить засідання (наприклад, депутат сільради), робить вступне слово. Іноді інші (наприклад, місцеві лідери) також звертаються до аудиторії. Основна частина засідання таун-холу, як правило, відбувається, коли починаються запитання і коментарі аудиторії. Учасники, зазвичай, представляють ідеї, висловлюють свої думки, ставлять запитання голові, депутатам, керівникам установ, громадським діячам тощо. Засідання таун-холу можна транслювати по інтернету або записувати.





Для таун-холу важливим є різноманітність та навіть видовищність у представленні матеріалів, наявність деяких точок зору, присутність різних сторін. Це не тільки і не стільки представлення точки зору ОМС, а й залучення інших діючих сторін. Щодо видовищності, то заохочується представлення відео-матеріалів, інфографіки. Щодо різних точок зору, то треба уникати, щоб під час таун-холу виступали тільки представники ОМС.

Для таун-холу потрібна велика команда фасилітаторів, які забезпечать логістику учасників, можливість висловитися кожному (вільний мікрофон) і, головне, зможе контролювати емоції залу.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Якщо тема «гаряча», то спеціальних заходів заохочення можна і не робити. Проте для того, щоб таун-хол був репрезентативним, варто використати певний «магніт», наприклад, запросити якусь впізнавану особу.

ОБГОВОРЕННЯ

Обговорення може проходити як у повному складі разом, так і по тематичним групам.

РЕЗУЛЬТАТ

Результат таун-холу – це висловлені різні думки та пропозиції, які виносяться на голосування. Таким чином, результат передбачає досягнення певного консенсусу, громадського рішення про прийняття пропозиції чи відмову від неї.



ДОКУМЕНТАЛЬНА ВИСТАВА З ОБГОВОРЕННЯМ

Документальна вистава – це формат, у якому поєднані соціологічні, мистецькі та громадські підходи. Документальна вистава з обговоренням – це фактично громадські слухання у театральному форматі, який робить цей формат більш привабливим для широкого загалу, адже глядач може побачити на сцені актора чи акторку, які говорять його словами.

МЕТА

Привернення уваги до важливих питань, залучення до обговорення людей з низькою соціальною активністю, представлення думки соціально вразливих категорій населення та адвокація їх інтересів.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ У територіальній громаді відбувся конфлікт або є напруження – збираємо різні точки зору з цього приводу, робимо на цю тему виставу і влаштовуємо обговорення, де шукаємо відповіді як це напруження можна подолати.
- ☑ У територіальній громаді проживають окремі особи, група чи меншина, які не беруть участь у житті громади – ми робимо інтерв'ю з ними, готуємо виставу, знайомимося з їх думками і обговорюємо ситуацію з глядачами.
- ☑ У кожній територіальній громаді є незручні теми, про які люди воліють не говорити публічно – наприклад, гендерна дискримінація, домашнє насильство, різні форми залежності тощо. Ми анонімно опитуємо людей на цю тему, монтуємо п'єсу, показуємо і обговорюємо.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Документальна вистава з обговоренням – це камерний формат театру, тому кількість глядачів зазвичай становить 30-50 осіб. У якості акторів та акторів можуть задіюватися звичайні люди.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Театр, палац культури, клуб, але може підійти будь-яке місце – не важливо є там сцена, чи ні.



ТРИВАЛІСТЬ

Сама підготовка вистави займає 2-3 тижні часу. Показ і обговорення йдуть 1,5-2 години. Показ можна робити неодноразово.

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Для того, щоб підгодовувати виставу треба зробити наступні кроки:

- ☑ вибирається тема вистави і складається список запитань до респондентів, за допомогою яких розкривається проблема. Це те саме, що й гайд фокус-групи, але менший за обсягом і менш формалізований;
- ☑ збирається команда проєкту. Це 3-5 осіб, які будуть збирати інтерв'ю, а потім вони ж можуть виступати в якості акторів. Задача команди – назбирати якомога більше історій людей;
- ☑ проводяться інтерв'ю і йде дослівна їх розшифровка із збереженням особливостей мовлення респондента – навіть з помилками, словами-паразитами, «міцними» словами тощо. Це називається техніка «вербатім» – «дослівно» з латини. Але тексти треба анонімізувати – прибрати вирази, які можуть вказувати на конкретних людей;
- ☑ з текстів інтерв'ю треба взяти найбільш яскраві фрагменти і зробити з них колаж – це й буде текст п'єси. Текст має бути максимально наближений до оригіналу. Документальна п'єса частіше за все не містить сюжету, але фрагменти в них мають бути логічно пов'язаними;

- ✔ крім (або замість) текстів інтерв'ю можна використовувати інші документальні матеріали – пости та обговорення у соцмережах і чатах, статті у ЗМІ, рішення та будь-які інші документи ОМС, фотографії, відео, аудіозаписи, окремі звуки тощо;
- ✔ показ можна зробити і у вигляді вистави (зі сценографією, мізансценами, дією), а можна в форматі сценічного читання – актори розташовуються на сцені і читають п'єсу в ролях. Читання теж може бути наближеним до оригіналу, тобто передавати особливості мовлення та поведінки герою чи героїні, а може бути максимально відстороненим і нейтральним;
- ✔ після показу організовується модероване обговорення.



Одним з різновидом документального театру є театр «свідків», де на сцені виступають не актори, а конкретні люди, які розповідають свої власні історії. У цьому випадку не треба робити розшифровку – достатнього лише визначити послідовність виступів свідків. Також тут заохочується імпровізація.





Фото: Stas Ostrous



Фото: Zamilia Keldibaeva

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

По-перше, слово «вистава» звучить більш привабливо, ніж «громадські слухання». По-друге, респондентам та їх близьким може бути цікавим, як вони будуть представлені на сцені. По-третє, сама вистава про життя в громаді, а не десь на іншому континенті чи у минулому – це непересічна подія.

ОБГОВОРЕННЯ

Обговорення після вистави можна організується так:

- ☑ веде обговорення модератор;
- ☑ глядачів просять не розходитися, а залишитися і поділитися враженнями;
- ☑ зазвичай задається питання режисеру, акторам, організаторам;
- ☑ актори можуть відповідати за своїх героїв і вести діалог від їх імені;
- ☑ модератор пропонує глядачам висловити своє ставлення до проблеми, запропонувати її вирішення тощо.

РЕЗУЛЬТАТ

П'єса вже сама по собі є своєрідним звітом. Також можна зробити узагальнення після обговорення. Усвідомлення проблеми може стати головним результатом вистави та обговорення, що згодом приведе до наступних дій, наступних кроків з її подолання.



ЗВАНА ВЕЧЕРЯ

Звана вечеря – це умовна назва для заходів, які пов'язані ідеєю спільного споживання їжі і спілкування під час цього. Тож це може бути і вечеря, і сніданок, і обід.

МЕТА

З'ясування думки громадян із загальних питань, зондування дражливих тем, згуртування громади, підвищення рівня довіри між владою та громадою.

ОРІЄНТОВНЕ ТЕМАТИЧНЕ ПОЛЕ (ПРИКЛАДИ)

- ☑ минул рік перебування голови громади на посаді – жителі у невимушеній атмосфері задають голові та іншим керівникам запитання та пропонують свої ідеї;
- ☑ у територіальній громаді поселилися ВПО – переселенці та старожили зустрічаються і обговорюють питання інтеграції громади;
- ☑ прийнято рішення облаштувати публічний простір – мешканці збираються на цій території та розмірковують як її розвивати;



- ☑ у територіальній громаді призначено нового голову КП, директора школи, начальника відділу поліції тощо – він зустрічається з мешканцями громади та слухає про проблеми громади з перших вуст.

УЧАСНИКИ ТА УЧАСНИЦІ

Кількість – необмежена. Рекомендована кількість – 50-100 осіб.

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

Зелена зона, парк, центральна площа, двір багатоквартирного будинку, зал засідань.

ТРИВАЛІСТЬ

1-5 годин, у вихідні та святкові дні, хоча можливі варіанти і в робочий час, наприклад, у форматі «кави з головою».

ПРОГРАМА ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Такий захід краще проводити на відкритому повітрі у доступному місці з активним пішохідним трафіком – так будуть залучатися люди без досвіду громадської активності. У разі проведення в приміщенні, навіть після потужної інформаційної кампанії по запрошенню на зустріч прийдуть тільки «професіонали»: журналісти, вчителі, діячі культури тощо.





Важливим є вибір дня. Краще його влаштувати на День села чи міста, на якісь роковини, в традиційні відпочинкові дні, День незалежності України, День звільнення села чи міста (в тому числі від російських військ), День створення територіальної громади тощо.

У центрі такої події знаходяться той, хто кличе, та те, на що кличуть – страва. Вибір страви може йти по принципу або щось традиційне, або навпаки екзотичне. У багатьох територіальних громадах є страви, які самі по собі вже асоціюються з колективними заходами. Це можуть бути куліш, бограч, юшка, вареники, галушки тощо. Або щось специфічне. Людина або група, що є ключовою в події, можуть запропонувати щось особливе. Якщо це група представників якоїсь етнічної групи, то добре було почастувати стравою національної кухні, наприклад, чебуреками чи шурпою.

Окремим випадком такого типу заходів є популярна «кава/чай з головою». Такі заходи проходять зазвичай у робочий час, зранку і в приміщенні. Відповідно кількість учасників та учасниць є відомою заздалегідь. Оптимальна кількість учасників – 15-20 осіб. Зазвичай на каву з головою запрошують конкретні цільові аудиторії: журналісти, освітяни, медики, митці, громадські діячі тощо. Розширити аудиторію можна за рахунок стріму в YouTube чи інших соцмережах та залучивши комунікатора, який доповнить спілкування віч-на-віч питаннями, які надійшли в електронному форматі.

Ботанічний чай – ще один приклад, як організувати подібний тип заходу. На захід запрошуються люди не з порожніми руками. Учасникам пропонують принести з собою варення та чай. Напевно у кожній сім'ї варять якесь особливе варення, повидло, джем з різних ягід, фруктів і навіть з овочів (помідорів, баклажанів) чи горіхів. Те саме можна сказати про трав'яні чаї. Так от – спільний квест на тему «З чого це варення?» може дати хороший старт для дружньої розмови та обговорення.

ЗАОХОЧЕННЯ ДО УЧАСТІ

Власне сама їжа, хороший настрій, можливість поспілкуватися напряду з відомими людьми є заохочувальними. Можна також запропонувати зробити фотографію чи селфі з «винуватцем свята».

ОБГОВОРЕННЯ

Обговорення можна організувати у різний спосіб:

- ☑ Розмістити окремий стіл з книгою для пропозицій. Фасилітатор заохочує залишати записи або сам записує зі слів учасника.
- ☑ Розставляються окремі столи, де можна перекусити і переговорити з профільними заступниками голови громади або керівниками комунальних підприємств чи закладів. Сам господар столу може фіксувати відповіді або фасилітатор.
- ☑ Це також може бути стіл з окремим питанням чи проблемою. За таким столом сидить фасилітатор, веде «прийом» учасників та занотовує пропозиції. На столі є табличка, де вказується чому цей стіл присвячений.
- ☑ Також можна збирати відгуки та пропозиції у репортажному стилі. Журналіст та оператор обходять учасників, задають ключові питання та ведуть зйомку.

РЕЗУЛЬТАТ








Крім записів, забраних за столами, репортажних зйомок, після заходу треба зібрати команду тих, хто контактував з учасниками (керівники, модератор, фасилітатори, активісти) та провести обговорення почутого-побаченого, зібрати інформацію, яка не потрапила в нотатки, і взагалі провести «розбір польотів».

ВІД А ДО Я. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА КОНСУЛЬТАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ



У загальному уявленні консультації з громадськістю частіше за все асоціюються з публічним заходом, під час якого власне йдеться обговорення питання – таун-хол, фокус-група, картування тощо. Але сам публічний захід – це лише верхівка айсбергу. Великий шматок роботи треба зробити ще до початку публічного обговорення і не менший після того.

Зазвичай пропонується такий цикл проведення консультацій, який складається з наступних етапів:

-  **1** **Визначення цілі**
-  **2** **Розробка консультації**
-  **3** **Комунікація та залучення**
-  **4** **Проведення консультації та збір даних**
-  **5** **Аналіз даних**
-  **6** **Враховання результатів**
-  **7** **Звітування**

І головним в цьому циклі є не сам факт проведення консультацій, а зібрані дані, які можуть лягти в основу прийнятого рішення або скорегувати його.

Тут важливо зазначити, що дані в консультаціях з громадськістю визрівають як вино у діжках. І кінцевий продукт залежить як від тих інгредієнтів, які ви закладете спочатку, як і від дотримання технології. Хоча, хороше вино – це завжди мистецтво, тож творчості та імпровізацій теж не варто боятися.

Якісні кінцеві дані, якісний звіт залежать від того які саме ви поставили запитання, у якому вигляді ви їх надали учасникам, яку допоміжну інформацію ви надали громадянам та громадянкам, кого і як ви запросили

на захід, коли і де ви його провели, хто і як проводив (модерував) КСГ, як ви фіксували дані і як ви їх аналізували.

Що маєтсья на увазі? Ось що:

- ☑ питання, що виносяться на обговорення, мають бути чіткими, однозначними, усім зрозумілими та нетенденційними, тобто не підштовхувати учасників до «правильних» відповідей;
- ☑ питання, що виносяться на обговорення, мають бути структурованими – від загальних до окремих, згрупованих за їх характером у змістовні блоки, наприклад – освіта, комунальні послуги, прозорість тощо;
- ☑ допоміжна інформація має бути стислою, бажано з використанням інфографіки – у вигляді графіків, таблиць, схем, інших форм візуалізації;
- ☑ персональний склад запрошених має бути репрезентативним (ще раз повторимо), серед учасників та учасниць мають бути представники різних соціальних груп, різних населених пунктів. Це має бути міні-громада, вибірка яка віддзеркалює соціально-демографічні показники усієї громади;
- ☑ запрошення на захід має носити довірливий характер, це не той випадок, коли людину викликають «на килим»;
- ☑ час проведення підлаштовується під учасників та учасниць, а не під організаторів;
- ☑ місце проведення вибирається так, щоб до нього було легко усім добиратися, щоб там було зручно і щоб нічого «не давило» на психіку;
- ☑ модератор – важлива спиця КСГ. Це має бути людина, яка має комунікативні здібності, може розворушити публіку але при цьому залишатися у нейтральній позиції, тобто не нав'язувати свою точку зору;
- ☑ фіксація даних – важлива складова. Арсенал фіксації доволі широкий і доступний. Це може бути відео-фіксація, аудіо-запис, письмовий протокол чи різні бланки, анкети. Треба зважати на те, що камера чи диктофон можуть вбити бажання людей говорити, тож з технічними засобами треба бути обережними і використовувати тоді, коли ви впевнені, що це не зашкодить дискусії;
- ☑ аналіз даних включає виокремлення окремих пропозицій, думок, групування їх та підрахунок, перевід у вимірjuвальний вигляд.

Кожен з семи етапів має свої особливості, на які варто звернути увагу. Пропонуємо пройтися по кожному з них.

ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛІ

На цьому етапі важливо уявити, що ви отримаєте в результаті, яким має бути продукт вашої консультації – аналітична записка, результати голосування по окремим питанням, результати опитування, колективне звернення, резолюція тощо.

Це залежить від того, з чого ви починаєте. Тут можливо три стартових варіанти:

1. У вас вже є розроблений документ, програма, проєкт рішення і вам треба протестувати його, як сприймається громадянами, а потім вдосконалити його, або впевнитися в його правильності.
2. Перед вами стоїть задача розробити документ з нуля, і результати КСГ мають стати вихідною точкою для його написання.

3. Проміжний варіант. У вас є «сирий» варіант документу, в якому багато чого бракує і вам треба доробити його з урахуванням громадського обговорення та думок від жителів.

На цьому етапі треба зібрати всю інформацію, яка у вас є. Якщо проєкт документу готовий, то треба розробити його спрощену версію, яка і буде виноситися на обговорення. Ніхто не буде читати повну версію документу, якщо він багатосторінковий. Читання довгих текстів – це для фахівців. Лайт-версія включає основні положення вашої ідеї, пропозиції, програми у тезовому вигляді. Одна ідея – одне речення. Якщо можна інформацію візуалізувати – чудово. Але й для тих громадян, хто захоче зануритися в тему глибше, теж треба надати таку можливість. Для цього є вебсайт ОМС чи сторінка у соціальних мережах, куди можна підвантажити повний текст.





РОЗРОБКА КОНСУЛЬТАЦІЇ

На цьому етапі нам треба визначити:

- ☑ кого саме ви будете запрошувати взяти участь у КСГ, тобто якою буде вибірка учасників та учасниць;
- ☑ яким буде формат консультації;
- ☑ яким буде тип заходу консультації.

Формат консультації з громадськістю визначається тими задачами та технічними можливостями, які маєте. Звісно, що безпосереднього людського спілкування нічого не замінить. Особливо за чашкою чаю / філіжанкою кави / келихом соку в компанії добрих знайомих. Але за зону комфорту треба платити, в тому числі і якістю кінцевого результату.

Якщо ви не хочете, щоб з поля вашої уваги зникли громадяни, які зараз перебувають тимчасово за кордоном, то вам не обійтися без дистанційних чи гібридних методів КСГ.

Якщо ви зацікавлені у розширенні кола учасників КСГ, то варто подумати і над асинхронним форматом, який надає учасникам можливість доєднатися до консультації у зручних для себе час.

Формат КСГ (час):

- ☑ синхронний (живий ефір);
- ☑ асинхронний (запис з можливістю перегляду у будь-який час).

Ми всі живемо у своєму часі. Хтось сова, хтось жайворонки. У кожного є свої найбільш продуктивні години часу. А зараз до цього додалося те, що наших громадян розкидало по різним часовим поясам. Декого доволі кардинально – до США чи Канади.

Відповідно навіть дистанційно провести КСГ буває доволі складно. Тому зустріч в означений час – це не завжди зручно чи взагалі можливо.

До асинхронного формату учасник чи учасниця можуть долучитися у будь-який час. Але перелік заходів, які можна використовувати у такого формату є доволі обмежений. Це опитування, голосування, підпис петиції, дискусійні вебфоруми, обговорення в соцмережах тощо.

Формат КСГ (місце):

- ☑ очний;
- ☑ дистанційний (онлайн);
- ☑ гібридний.

Очний формат надає можливість глибшого занурення в проблематику, забезпечує те, що людина буде зосереджена на КСГ, а не на своїх поточних хатніх справах. Очний формат більш емоційний і не відчужений. Саме в очному форматі можливо щось разом: поїсти, випити кави та налагодити неформальний особистий контакт. Але очний метод має низку обмежень – географічних та соціальних. Не всякий може на нього приїхати. Працюючі люди мають більшу ймовірність не потратити на нього, як і матері з дітьми, старші люди, чи мешканці віддалених населених пунктів. Це ставить їх у нерівні умови.

Дистанційні консультації з громадськістю є доволі гнучким форматом, оскільки їх можна організувати залученням учасників у будь-якому зручному місці та в будь-який час. Онлайн-формат придатний для охоплення широкої та різноманітної аудиторії, особливо якщо до консультації потрібно залучити учасників та учасниць

із віддалених населених пунктів та тих, хто тимчасово виїхав з територіальної громади. Більшість інтернет-інструментів (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet та ін.) також пропонують різні варіанти взаємодії і візуалізації даних. Проте рівень залученості учасників під час онлайн-консультацій у більшості випадків є нижчим. Якість залучення можна покращити за допомогою професійних модераторів, які взаємодіятимуть із учасниками, відповідатимуть на їхні запитання та не допускать відхилення від теми дискусії.

Гібридний формат – це очна КСГ із додаванням онлайн-компоненту. Коли треба розширити представництво за рахунок тих, хто зараз не в змозі долучитися, а без них ніяк. Успішні консультації з громадськістю часто поєднують очні та дистанційні заходи, щоб охопити більшу аудиторію. Їх розробляють так, аби сумістити різні формати. Розвиток технологій та активне використання інтернет-платформ дозволяють усе більше очних заходів переводити у вебрежим. Нині навіть великі обговорення під час круглих столів із легкістю модеруються онлайн, використовуючи функцію кімнат для перемовин. Тому, навіть якщо ми зазначаємо, що певний формат зазвичай використовують в офлайн, цілком імовірно, що існують інструменти та ресурси, які допоможуть вам використовувати цей формат в дистанційному або гібридному режимі.

КОМУНІКАЦІЯ ТА ЗАЛУЧЕННЯ

Одним з основних принципів дорадчого підходу є те, що громадяни мають сформувану свою думку з приводу того чи іншого питання перед тим як почати її обговорювати. Французький соціолог П'єр Бурдьо у своїй роботі «Громадської думки не існує» критикуючи масові опитування зазначав, що респондента в принципі можна запитати про будь-яку проблему і отримати відповідь, навіть якщо людина дізналася про цю проблему з питання анкети. Але чого варті будуть результати таких опитувань? Цінність мають ті відповіді, які були обдумані заздалегідь, які й визначають справжнє ставлення людини до питання.

Відповідно перед тим, як приступити до організації консультації з громадськістю, треба розробити комунікаційний план, який би мав на меті не тільки залучити учасників,

а й проінформувати територіальну громаду про питання, яке ви плануєте обговорювати, дати час сформувану хоч елементарне уявлення про предмет консультації.

Байдужість людей – один із найбільших викликів, що постає під час проведення консультацій з громадськістю. Зрештою, байдужість є сама по собі природним явищем. Якщо все в територіальній громаді нормально, то чого втручатися, якщо і так працює? Але в кризових ситуаціях байдужість може стати серйозною проблемою. Через це постає потреба в креативному підході до спілкування з людьми. Варто послуговуватися різними каналами та засобами, ретельно підбирати час і триматися зрозумілого, ефективного, цільового та послідовного викладу. Ваш комунікаційний план має орієнтуватися на громадян



і не повинен змінюватися залежно від того, який формат консультацій ви обрали.

Головними елементами комунікаційного плану є визначення:

- ✓ цілі комунікації;
- ✓ ключових повідомлень;
- ✓ цільової аудиторії (груп);
- ✓ інструментів;
- ✓ таймлайну (медіа-плану).

ЦІЛІ КОМУНІКАЦІЇ

Більшість комунікаційних дій у межах консультацій з громадськістю складаються з трьох етапів.

Кожен із них має свою ціль:

- ✓ **підвищення обізнаності громадськості** про проекти рішень и програм, та інформування громадян про тему консультацій;
- ✓ **відбір потенційних учасників** для ваших заходів та поширення консультаційних документів серед них;
- ✓ **звітування** про перебіг консультацій та поширення результатів КСГ.

КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

Ключові повідомлення повинні зосереджуватися на:

- ✓ актуальності питання;
- ✓ меті проекту;
- ✓ інформації, на кого буде впливати це рішення і як.

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ (ГРУПИ)

У комунікаційному плані ви визначаєте цільові групи, з якими здійснюється консультація передусім. Їхнє формування допоможе зрозуміти, з ким ви хочете вести комунікацію та як вони бажають отримувати інформацію, щоб переконатися, що ваші повідомлення до них дійдуть. Різні групи цільової аудиторії можуть використовувати відмінні канали для зв'язку. Під цільовою аудиторією маємо на увазі групу осіб, які мають спільні ознаки, зокрема:

- ✓ демографічні (наприклад, молодь, жінки чи чоловіки старші 60 років);
- ✓ географічні (наприклад, мешканці віддалених населених пунктів, спальних районів міста);
- ✓ професійні (наприклад, лікарі, вчителі, сільськогосподарські працівники, малий та середній бізнес);
- ✓ етно-конфесійні (наприклад, представники національних меншин, прихожани різних церков).

Відповідні цільові аудиторії окреслюють залежно від теми консультацій. Кожна цільова аудиторія реагуватиме на різні комунікаційні інструменти та стратегії. Деякі групи, наприклад, молодь, буває складніше залучити до участі в публічних консультаціях. Розуміння вашої аудиторії допоможе ефективніше адаптувати комунікаційний план та підготувати інформацію, що відповідає потребам учасників.



ІНСТРУМЕНТИ

Підберіть канали інформування, який використаєте, щоб налагодити контакт зі своєю цільовою аудиторією. Існує широке коло інструментів: онлайн та друковані, офіційні та неформальні. Деякі потребують незначних зусиль, як-от написання постів у соціальних мережах, а інші вимагають суттєвих ресурсів, наприклад, розробка відео-ролика чи написання статті. Вибирайте інструменти з урахуванням цільової аудиторії, наявних часових меж, зусиль для створення та використання інструментів.

До інструментів для зв'язку належать:

- ☑ офіційний вебсайт ОМС чи ОГС;
- ☑ співпраця зі ЗМІ (пресрелізи, пресконференції, інтерв'ю тощо);
- ☑ публікації в соцмережах, месенджерах (фейсбук, інстаграм, ютуб, телеграм, вайбер тощо);
- ☑ друковані матеріали (листівки, запрошення тощо);
- ☑ «сарафанне» радіо.

Використання різноманітних інструментів та каналів забезпечить ширше розповсюдження інформації. Зрозумілий контент та ресурси також допоможуть підвищити охоплення та залучити більш репрезентативну групу населення до консультацій.

ТАЙМЛАЙН (МЕДІА-ПЛАН)

Розроблення зазначених інструментів буде тривалим і вимагатиме задіяння людських ресурсів. Для кожного обраного засобу комунікації ви маєте визначити часові межі та бюджет. Краще розробити медіа-план, де були би розписані комунікаційні заходи та час їх виконання.

Пам'ятайте, що треба ставитися з повагою до зайнятості потенційних учасників, тож ви маєте повідомити їх заздалегідь та дати вдосталь часу для участі.

ПРОВЕДЕННЯ КОНСУЛЬТАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА ЗБІР ДАНИХ

ЯВКА

Після того, як ви «підіграли» територіальну громаду інформацією можна запрошувати жителів. Цей етап – переломний. Вам треба переконати, що простій людині варто взяти участь у консультації. Що це не боляче, що за це нічого не буде, що це не пуста трата часу, що з цього буде користь, що це зрештою цікаво. Більшість людей живе своїм життям і не хоче в ньому нічого змінювати – це «раз» і це нормально. Щось нове викликає пересторогу – це «два» і це теж нормально. І в нашій країні залишається купа упереджень та негативних стереотипів по відношенню до будь-якої влади – це три і це ненормально. Отже, цю скалу прийдеться лупати.

На цьому шляху можна запропонувати кілька лайф-хаків.

По-перше, якщо ви обрали форму проведення заходу з екзотичною назвою, краще називати її по-людськи, тобто простіше, зрозуміліше. Фокус-групу – дружньою бесідою, світове кафе – обговоренням, дослідницьку екскурсію – прогулянкою. По-друге, громадян треба чимсь заохотити. Це може бути обіцяний почастунок чи сувенірка (кухоль, календар, нотатник тощо). По-третє, це може бути фотознімок від професійного фотографа чи фотографки. Тут немає вичерпного списку, а тому організатори можуть вигадати свої цікавинки, виходячи із традицій місцевості.

Оскільки дорадчий метод претендує на репрезентативність, то для КСГ нам треба задіяти людей з тих середовищ, які зазвичай воліють оминати подібні заходи. І тут варто звернутися до так званих «брамників». Це людина, яка





контролює «вхід» у спільноту. Це може бути керівник, неформальний лідер, людина, яка володіє базами даних, адмініструє популярний паблік у соцмережі тощо. Брамник може вас впустити або не впустити у спільноту, в тому числі фізично, якщо мова йде про будівлю. Вони особливо важливі під час проведення опитування, інформаційних кампаній, реалізації проєктів. Наприклад, директор школи – це типовий брамник. Він може сприяти інтерв'юеру потрапити на батьківські збори, де він може швидко провести анкетування. Брамником може бути популярний блогер, який може розповсюдити лінк вашого інтернет-опитування серед своїх підписників. Брамником може бути лідер етнічної спільноти (громади), який може порекомендувати вас членам своєї громади як надійну людину, якій можна довіряти, і так ви доб'єтеся більшої репрезентативності вашої КСГ.

У сільській місцевості такими цінними брамниками є старости та соціальні працівники. Старости знають усіх, а соціальні працівники мають доступ до соціально вразливих категорій населення.

У містах і селах брамниками є керівники творчих колективів, керівники підприємств та установ.

Не сподівайтесь, що ваші оголошення про проведення КСГ спричинять аншлаг. Навіть, якщо на вашому заході у Фейсбук багато осіб поставить «прийду», скоріше за все, що більшість з них не прийде. Людину, яка не мала досвіду активної участі у публічних заходах на КСГ треба привести за руку. Інколи навіть у фізичному розумінні цього слова. У цьому вам можуть допомогти брамники, які забезпечать явку учасників, або рекрутери. Задача рекрутера – користуючись своїми особистими зв'язками, залученістю до реальних соціальних мереж – обдзвонити своїх знайомих, попросити їх прийти, або попросити, що вони подзвонили своїм знайомим, щоб ті прийшли. Це називається метод «снігової кулі».

У результаті за день до проведення КСГ у вас має приблизний список учасників та учасниць, яких треба перед заходом обдзвонити і нагадати про те, що ви їх завтра з нетерпінням чекаєте. А якщо ви це зробити ще зранку, то половина



запрошених точно прийде. Тобто, кількість людей завжди має бути з запасом. Оці попередні комунікації також є чудовою нагодою переслати інформаційні матеріали або посилання на них з темою КСГ.

МІСЦЕ ЗУСТРІЧІ

Не забувайте про важливість місця проведення публічних консультацій. Приємне середовище завжди є більш сприятливим для змістовних обговорень. Вибір його може стати додатковим заохочувальним фактором участі.

Зверніть увагу на такі речі:

- ☑ вибране приміщення має бути достатньо **просторим** для того, щоб зручно розмістити всіх учасників;
- ☑ обираючи приміщення, зверніть також увагу на його **доступність** для людей з інвалідністю або інших маломобільних груп населення;
- ☑ якщо ви плануєте роботу в групах, під час якої учасники робитимуть нотатки, краще поставити в приміщенні **столи**, за якими вони зможуть збиратися, залишивши

достатньо простору для того, щоб люди могли переходити від одного столу до іншого;

- ☑ обов'язково треба запропонувати людям **перекус та чай або каву**, щоб зробити процес приємнішим і допомогти відновити сили. Для цього теж виділіть місце.

Також обов'язково врахуйте безпекові заходи: наявність сховища, шляхи евакуації, системи оповіщення, можливість надання домедичної допомоги тощо.

ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Для онлайн-консультацій вам завжди потрібно виконати кілька додаткових кроків, щоб забезпечити справність обладнання перед початком. Ви можете закликати своїх учасників робити таку ж перевірку обладнання перед тим, як приєднатися до онлайн-консультації. Онлайн-опитування ви можете перевірити на справність, надіславши його колезі та попросивши пройти. Ці прості запобіжні заходи допоможуть уникнути багатьох проблем.

Обов'язково протестуйте кожен технічний пристрій, перш ніж

розпочати консультаційні заходи. Запасіться додатковими кабелями, USB-накопичувачами та мікрофонами, запасними батарейками на випадок, якщо щось піде не так в останню хвилину.

МАТЕРІАЛИ

Під час офлайн-консультацій ви також маєте подбати про матеріали, які потрібні учасникам, щоб записувати свої ідеї та повноцінно брати участь в обговоренні. Ви маєте надати їм ручки та маркери, паперові блокноти та великі аркуші паперу, щоб робити записи. Тримайте кілька комплектів про запас на випадок, якщо щось вийде з ладу під час заходу або якщо прийде більше людей, ніж ви очікували. Ну, і звичайно, підготуйте всі друковані матеріали:

- ☑ список для реєстрації учасників;
- ☑ анкети для учасників;
- ☑ шаблони для тих, хто буде вести записи;
- ☑ програми події за потреби;
- ☑ будь-які інформаційні чи рекламні матеріали, які ви підготували на попередніх етапах, або інші матеріали, які, на вашу думку, слід мати у друкованому вигляді.

ЗУСТРІЧ

Перше враження – важлива річ. Щоб справити перше враження на учасників під час очних заходів, сплануйте швидко процедуру зустрічі прибулих та їхньої реєстрації.

Для великих подій це означає, що ви повинні мати принаймні двох людей, які вітатимуть учасників. Вони мають сидіти біля входу з реєстраційними списками і записувати імена та інші дані нових учасників. Після реєстрації вони роздають учасникам матеріали до ознайомлення (програма події, консультаційний документ тощо), а іноді також бейдж із іменем, щоб персоналізувати їхній досвід. Для онлайн-консультацій опублікуйте або просто виступіть із привітальним словом і нагадайте учасникам, де їм шукати консультаційні матеріали.

МОДЕРАТОР

Одним із першорядних елементів ефективного проведення консультацій є присутність кваліфікованого модератора чи модераторки – того, хто веде захід. Ця людина виступає нейтральним учасником дискусії. Роль модератора полягає в тому, щоб представити всіх запрошених, гостей та експертів, пояснити правила дискусії, стежити за графіком та часом, а також вести сесії запитань і відповідей. Він / вона повинні розумітися на темі заходу і водночас говорити зрозумілою та доступною мовою, бути енергійними, щоб утримувати увагу присутніх протягом усього заходу, вміти активно слухати та ставити уточнювальні запитання для створення конструктивного діалогу. Щоб підтримувати шанобливу атмосферу під час дискусій, важливо, щоб модератор оголосив правила участі на початку заходу.

Базові настанови модератору:

- ☑ повага – ставитися з повагою одне до одного та до модератора; не говорити одночасно з іншою людиною;
- ☑ регламент – не використовувати більше часу, ніж визначено;
- ☑ активна участь – давати можливість висловитися всім;
- ☑ концентрація – усім перевести мобільні телефони у беззвучний режим.

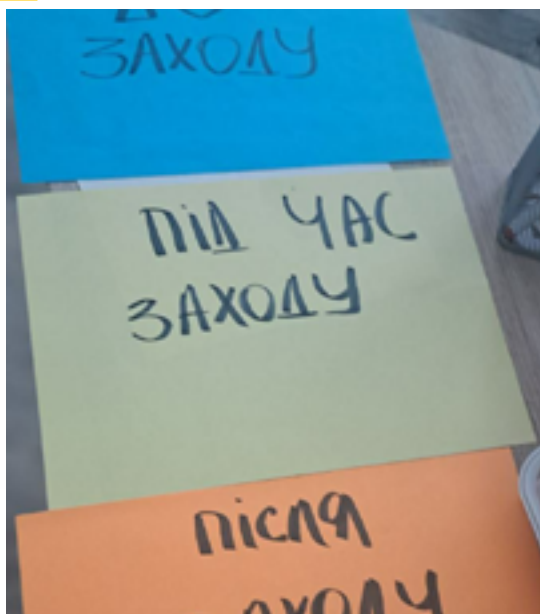
Контроль над емоціями – важлива функція модератора чи модераторки. На публічні консультації завжди збирають учасників із різними (і навіть протилежними) поглядами. Це може призвести до того, що замість конструктивного діалогу ми можемо отримати обмін звинуваченнями, навіть бійку. Демократія може бути й такою.

Під час КСГ важлива також присутність відповідального за фіксацію, запис події. Ця людина також може допомагати модератору забезпечувати можливість усім висловитися, відзначати формування консенсусу, не допускати відхилення від теми обговорення.

ОЦІНЮВАННЯ ЗАХОДУ

Ми щойно описали ідеальні умови, в яких може відбуватися консультація. Як би ви не прагнули їх дотримуватися, інколи просто неможливо виконати всі ці вимоги через часові чи бюджетні обмеження. Аби підсумувати, що ви зробили правильно, можна запитати про оцінку учасників наприкінці кожного заходу. Це найкращий спосіб швидко отримати зворотний зв'язок із приводу консультації, поліпшити чи навіть виправити щось, якщо виникне така потреба.





Вам слід поцікавитися враженнями щодо якості наданої інформації, чіткості запитань, пристосованості місця проведення, злагожденості процесу:

- ☑ Чи вистачало часу для дискусій?
- ☑ Чи були вказівки зрозумілими?
- ☑ Що можна було б поліпшити?
- ☑ Як виконував свою роботу модератор?
- ☑ Чи вдало було підібрано час та місце?
- ☑ Чи збираєтесь ви в майбутньому брати участь у подібних заходах?

Простий варіант зібрати ці дані — це роздати друковану форму оцінювання за кілька хвилин до закінчення роботи або скинути гугл-форму. Учасники можуть заповнити її одразу після завершення обговорень та покласти до коробки, поставленої для цієї мети біля входу. Звісно, що таке опитування має бути анонімним.

ЗБІР ДАНИХ

Дані, зібрані під час консультацій, відображають занепокоєння та пропозиції громадян. Це головна «доказова» база для підсумкового документу. Більшість цих даних поставатиме у вигляді якісних даних, як-от неструктурований текст або аудіо. Хоча вони є корисними для розуміння уподобань, думок чи цінностей, тлумачити їх на перший погляд досить складно. Робота з якісними даними може стати ще складнішою у випадку офлайн-консультацій, на яких багато учасників можуть говорити одночасно.

Запис та структурування таких форматів потребують значного часу та досвіду. Чим послідовнішими будуть шаблони для запису інформації, тим простіше буде отримати структуровані та якісні дані для аналізу. Зазвичай треба мати наступні шаблони:

☑ СПИСОК УЧАСНИКІВ.

Цей шаблон визначає, яку інформацію треба зафіксувати про кожного присутнього на заході. Список слід заповнювати на початку заходу, коли прибувають учасники. Вони можуть вносити інформацію про себе самостійно або її може записати фасилітатор. У такому шаблоні зазвичай фіксується: ім'я, вік, соціальний статус, місце проживання, контактна інформація, окремі уваги – наявність інвалідності, статусу ВПО, учасника бойових дій тощо.

☑ ЗАПИС ТА ТРАНСКРИПТ (РОЗШИФРОВКА, СТЕНОГРАМА) ОБГОВОРЕННЯ.

Під час дискусії варто робити відео- та аудіофіксацію. Тоді ви точно нічого не загубите зі сказаного. Потім запис треба

розшифрувати в ролях – записати, хто і що сказав, запропонував ідею. Аналіз цього документу стане фінальним документом консультації.

☑ ФОТОГРАФІЇ НАОЧНИХ МАТЕРІАЛІВ.

Під час окремих типів консультацій учасники створюють схеми, списки, карти які є продуктом обговорення. Їх треба теж зберегти.

☑ ОПИТУВАЛЬНИКИ.

Цей шаблон можна використовувати під час консультацій для збору відповідей учасників. Респонденти повинні вказати свої соціально-демографічні дані так само, як у списку учасників, щоб їхні відповіді можна було прив'язати до даних в цілому.

АНАЛІЗ ДАНИХ

Передусім відразу треба взяти до уваги які саме бувають дані. Вони можуть бути кількісними або якісними.

- ☑ Під «кількісними» даними маються на увазі цифрові дані. **Кількісні дані** відображають величину, обсяг або діапазон у числовому вимірі. Наприклад, кількість учасників консультацій, їхній вік, розподіл їх відповідей в анкетах, результати голосування тощо.
- ☑ Під «якісними» даними маються на увазі не кількісні дані, а інформацію в текстовому (описовому) вигляді. **Якісні дані** відображають властивості об'єктів. Це можуть бути розповіді, думки, ідеї, твердження.

Обробка кількісних даних зазвичай обмежується одномірним розподілом відповідей, тобто підрахунком частоти появи тієї чи іншої відповіді з подальшим визначенням її частки. Також можна здійснити ту ж процедуру по відношенню до різних категорій учасників – чоловіків та

жінок, жителів різних населених пунктів, громадян різного віку тощо.

Обробку якісних даних можна провести за методикою під назвою «тематичне кодування». Тематичне кодування використовують для виявлення та групування основних тем, зафіксованих під час вашої консультації. Для цього береться транскрипт консультації і окремі судження розкидаються по темам, сюжетам, проблемам. Потім проводиться групування всередині вже цих тематичних блоків. Всередині блоків можна виокремлювати негативні та позитивні оцінки, робити підрахунок частот їх згадування.

Зазвичай як кількісні, так і якісні дані узагальнюються в аналітичному звіті.

ВРАХУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ

Після завершення консультацій з громадськістю потрібно підготувати детальний звіт, який міститиме опис процесу, формату, учасників, результати та практичні рекомендації. Цей звіт, або документ, що містить результати обговорення у стислому



вигляді, потім надається ОМС, а також поширюється на широкий загал.

Фінальний звіт є дуже корисним, оскільки:

- ✓ він чітко описує те, як внесок громадян використовують для впровадження того чи іншого рішення;
- ✓ він додає прозорості та легітимності публічним консультаціям, що може

переконати інших людей долучатися до такої діяльності в майбутньому;

- ✓ у ньому документується процес публічних консультацій, пропонуються можливості для поступового вдосконалення практик, методів та засобів;
- ✓ він слугує інструментом розробки чи вдосконалення управлінських рішень.

Орієнтовна структуру для фінального звіту:

Розділи	Зміст
Вступ	У цій частині розміщують коротке пояснення, про що йдеться у звіті та чому ви взялися проводити КСГ.
Контекст	Тут підсумовують довідкову інформацію, яку надавали громадянам, щоб забезпечити їхнє розуміння теми консультацій та сприяти їхній змістовній участі в обговореннях
Процес проведення консультацій	У цьому розділі перераховують заходи, проведені протягом усього процесу консультацій. Він повинен містити опис подій та перелік залучених партнерів. Окрема частина цього розділу має пояснювати методологію, яку використали для збору й аналізу даних.
Хто брав участь?	У цій частині наводять детальну інформацію про те, хто брав участь у консультаціях і наскільки добре вони представляли вашу цільову аудиторію.
Що ми почули?	Ця складова є найважливішою у звіті й буде ключовою при формуванні рекомендацій. Тут узагальнюють коментарі та дискусії учасників, виокремлюють важливі висновки та групують провідні теми консультацій. Виклад повинен ґрунтуватися на отриманих даних. Для цього можна використовувати фрагменти висловлювань учасників, результати голосування, дані опитувань, карти тощо.
Рекомендації щодо майбутніх дій	У цьому розділі представляються різні рекомендації за результатами обговорень. Якщо наступні кроки процесу прийняття рішень вже відомі, ви маєте поінформувати про це громадськість саме в цьому розділі звіту. Також корисно зазначити тут, які уроки ви засвоїли під час консультацій, щоб удосконалити процес у майбутньому.
Додатки	До цієї частини ви маєте помістити всі документи, що мають стосунок до проведених консультацій, зокрема офіційні документи, копії опитувальників, фотографії з заходів.



На основі звіту може бути розроблений документ, який стане підставою для впровадження ідей та пропозицій, які були сформульовані на консультації. Це може бути:

- ☑ протокол консультації з громадськістю;
- ☑ громадське звернення, в тому числі електронне;
- ☑ аналітичний звіт з рекомендаціями;
- ☑ зареєстрована е-петиція;
- ☑ інший документ.

Фінальний документ – це документ, який доводить вашу справу до кінця, і не дає перевести консультацію з громадськістю в форматі «поговорили і розбіглися». В ідеалі у громаді має бути розроблена нормативна база щодо процедури проведення КСГ та механізмів імплементації їх рішень, де було б зазначено і формат фінального документу (документів).

ЗВІТУВАННЯ

Для того, щоб проведені консультації вплинули на дії ОМС, треба вчасно поділитися результатами як з відповідальними за ухвалення рішень, так і з територіальною громадою.

Отже, коли підготуєте звіт, ви маєте запланувати зустріч, на якій презентуєте підсумки консультацій та відповісте на запитання від представників ОМС.

Важливою частиною циклу консультацій з громадськістю є звітування перед громадою про підсумки обговорень. Це забезпечує легітимність і прозорість процесу та демонструє, що консультаційні заходи не були суто символічними. Звітування також передбачає пояснення, які рішення ухвалили за результатами консультацій, і яким чином внесок громадян буде враховано.

Втім, буває недостатнім просто оприлюднити звіт за результатами консультацій у мережі. Треба застосувати ефективні комунікаційні стратегії й переконатися, що

представники органу місцевого самоврядування та широкий загал дізнаються про результати консультацій. Спробуйте такі варіанти:

- ✓ організувати пресконференцію;
- ✓ зняти відеоролик, в якому узагальнені ключові моменти проведених консультацій;
- ✓ розмістити відеопост чи відеоблог у соціальних мережах;
- ✓ опублікувати звіт у соціальних мережах та на будь-яких каналах;
- ✓ роздрукувати примірники звіту та розіслати їх зацікавленим сторонам.

Пам'ятаємо, що ваша робота не закінчується оприлюдненням та поширенням фінального звіту. Консультації з громадськістю спрямовані на підтримку діалогу, тож спілкування подеколи продовжують і за межами консультацій.



ПІСЛЯМОВА

Ви прочитали посібник і збираєтесь організувати консультацію з громадськістю? Чудово. Який обрати формат залежить від вашої мети, ваших організаційних та фінансових можливостей. Але в будь-якому випадку треба дивитися на процес організації консультацій з громадськістю творчо і сміливо імпровізувати. Запропоновані формати та їх елементи можна використовувати як конструктор, поєднувати їх, додавати нові елементи з інших форматів, додавати свої елементи, спрощувати або ускладнювати в залежності від ситуації.

Також схвалюється залучення сторонніх фахівців. І це не обов'язково спеціалісти зі столиці чи «з гОрода». Достатньо запросити колегу з сусідньої територіальної громади. Незамилене око допоможе

вам розібратися з ситуацією у вашій громаді. Та й людям буде цікавіше попрацювати з новою людиною. Зрештою, принцип «нема пророка» працює і на рівні села чи міста.

Ми підібрали для вас також перелік додаткових джерел, де ви зможете детальніше ознайомитися з запропонованими форматами проведення консультацій.

А якщо комусь цього буде замало, то є ще й такі сучасні формати як неконференція, відкритий простір, акваріум, форум-театр, громадські присяжні, майстерня майбутнього, ідеатон і такі традиційні як загальні збори за місцем проживання, громадські слухання, круглі столи чи сходки. І дуже важко, починати треба не від того який ви формат оберете, а від реальної потреби в територіальній громаді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ганьон-Туркотт С., Вайлі М., Вардосанідзе Н., Галстян М., Литовка К., Пілон-Мілетт Ф., Радченко Л. Публічні консультації: Крок за кроком <https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/provedenn-ya-publicnikh-konsultacii.-krok-za-krokom/etap-7.-prozvituite>
2. Постанова кабінет міністрів України № 996 від 3 листопада 2010 р. «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF#Text>
3. Богдан О. «Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених», https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan_SocResearch.pdf
4. Гоманюк М. «Інтерв'юер у масовому опитуванні: кишеньковий навчально-методичний посібник», Гілея, 2018 <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/1430?show=full>
5. Регіональна оцінка із залученням до участі. Методичні рекомендації. Під ред. М. Андрущенко. 2016. Міжнародний альянс по ВІЛ-СНІД. https://aph.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/reg_w_inv.pdf
6. Голубош В. В Трансформація підходів поліцейського функціонування в руслі впровадження теорії розбитих вікон і моделі САРО Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ 2021. No 1 (21) 81-90
7. НУО та медіа. Кроки назустріч. Під ред. Т. Вахненко, Київ: Академія, 2003, 44 с. https://issuu.com/gurtrc/docs/nuo_ta_media_2003

