



ÚROVEŇ ŠKOLENÍ: Začátečník

PŘEDMĚT ŠKOLENÍ

Participativních metod, nebo-li způsobů, jak zapojit cílové skupiny do vašich projektů je nespočet. Různé metody jsou vhodné pro různé procesy, některé můžete použít při revitalizaci náměstí, jiné zase při plánování strategie vašeho města. Některé metody vám umožní získat konkrétní návrhy od veřejnosti pro váš projekt, jiné vám zase dodají reprezentativní data ohledně převládajících potřeb uživatelů daného místa. Během tohoto školení se seznámíte s příklady participativních metod a naučíte se základní principy pro správný výběr.

CÍLE ŠKOLENÍ

Po přečtení tohoto dokumentu budete:

- Mít přehled o základních participativních metodách a pro jaké typy projektů je využít
- Vědět, jak postupovat pro výběr správné metody

OBSAH:

1. [Vysvětlení klíčových pojmů](#)
2. [Jak vybrat vhodnou metodu pro váš projekt?](#)
3. [Časté chyby při výběru participativních metod](#)
4. [Příklady participativních metod](#)

1. VYSVĚTLENÍ KLÍČOVÝCH POJMŮ

Participativní metoda

Participativní metoda je způsob, jak pracovat s identifikovanou cílovou skupinou (ať už se jedná o širokou veřejnost, konkrétní demografickou skupinu či klíčové aktéry), který umožní dosáhnout stanoveného cíle - může se jednat o získání potřebných informací, spoluvytváření určitého návrhu, účast na rozhodovacích procesech a další. Participativní metody jsou nezbytnou součástí participativních procesů.

Data

V participativních procesech používáme slovo data pro označení jakýchkoliv informací, které získáváme od cílových skupin. Krom socio-demografických údajů jako je věk, pohlaví či vzdělání účastníků procesu se jedná o informace jako: potřeby, podněty, konkrétní návrhy, názory či preference a další.

Angažovanost

Z anglického *engagement*, znamená zapojení cílové skupiny. Jedná se o intenzivnější zapojení cílových skupin do procesu. Při vysoké míře angažovanosti se účastníci cítí být skutečnou součástí procesu a mohou v něm mít i větší roli - např. spoluvytváří návrh řešení pro určitý problém, podílí se na rozhodovacích procesech atp.

2. JAK VYBRAT VHODNOU METODU PRO VÁŠ PROJEKT?

Každý participativní proces se skládá z participativních metod - většinou z kombinace více metod. Při plánování participativního procesu je třeba si stanovit, **čeho chcete participací docílit** a to v různých fázích celého procesu, např.:

- *Chci zvýšit povědomí o existenci mého projektu mezi širokou veřejností.*
- *Chci získat informace od konkrétní skupiny uživatelů prostoru ohledně jejich potřeb, co je v daném území nejvíce trápí a čeho si naopak nejvíce váží.*
- *Potřebuji znát preference většiny obyvatel města ohledně budoucího směřování města.*
- *Chci, aby se klíčoví aktéři města cítili, že jsou dostatečně zapojeni do procesu a vzali si tak tento projekt za svůj.*

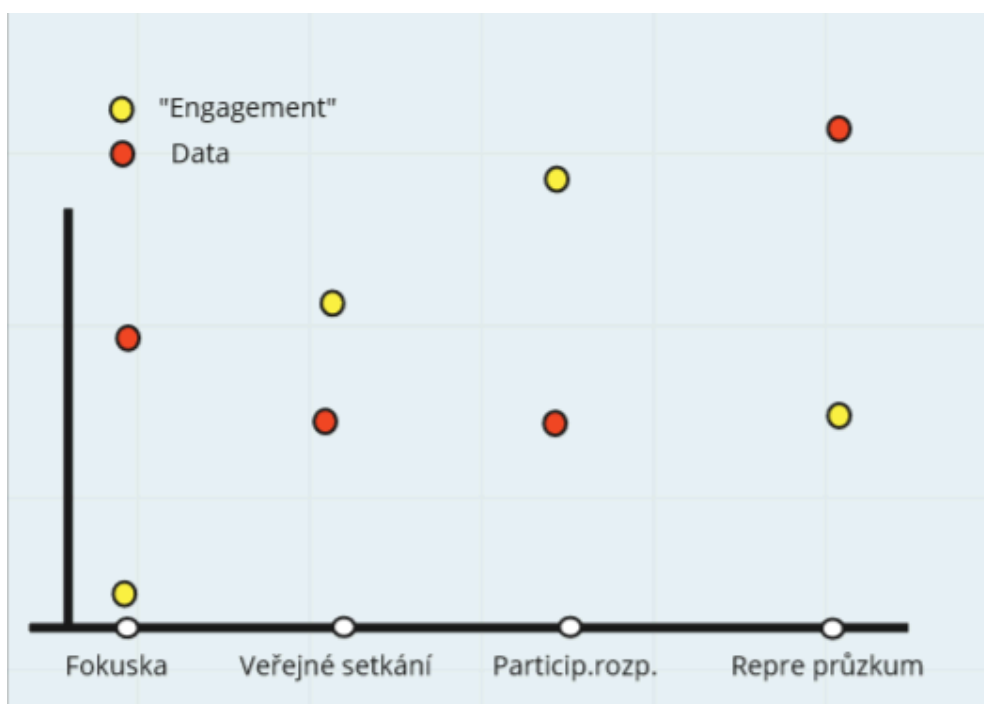
Rozlišujeme dvě hlavní skupiny participativních metod:

1. Metody s vysokou datovou hodnotou

Tyto metody vám umožní získat cenné informace od účastníků procesu. Může se jednat o kvantitativní i kvalitativní metody, např.: fokusní skupiny, reprezentativní průzkum.

2. Metody s vysokou mírou **angažovanosti** cílové skupiny

Tyto metody vám v první řadě umožní zapojit cílovou skupinu do procesu a umožnit jim cítit se jeho součástí. Datová hodnota je však nižší, jelikož není možné zajistit potřebnou reprezentativitu a výstupy tak nemusí odpovídat přesvědčení celé populace, ale jen malé skupiny aktivních občanů, kteří se rozhodli přijít na setkání. Jedná se např. o veřejná setkání.



Mnoho metod umožní do různé míry zajistit angažovanost i sebrání reprezentativních dat. Je však třeba si ujasnit, co je pro váš proces důležitější: kvalitní reprezentativní data či zapojení aktivních občanů? Při designu participativního procesu se můžete zamyslet, jaké metody zkombinovat pro dosažení obou cílů.

Pro sběr dat je třeba rozlišovat následující kategorie:

1. **Kvantitativní data**

Potřebujeme čísla a procenta (např. 60% veřejnosti preferuje možnost x).

2. **Kvalitativní data**

Potřebujeme od cílové skupiny nápady, podněty a více informací pro hlubší porozumění problému.

Je běžné obě metody kombinovat: můžete začít kvalitativním předvýzkumem pro identifikování hlavních témat / podnětů / problémů a pokračovat kvantitativním šetřením pro validaci zjištění z kvalitativní části - kvantitativní výzkum zde umožní kvantifikovat preference, názory.

3. ČASTÉ CHYBY PŘI VÝBĚRU PARTICIPATIVNÍCH METOD

- **Metoda diktuje proces**

Často se stává, že se organizátoři procesu hned na začátku rozhodnou, že uspořádají veřejné setkání, aniž by věnovali čas definování cílů participace. Toto je častou chybou, která plyne z neznalosti komplexnosti participativních procesů. Lidé znají několik málo častých participativních metod (veřejné setkání, anketa), které pořád opakují, ať už je cíl procesu jakýkoli a nezamyslí se nad existujícími alternativami, které by danému kontextu odpovídaly lépe. Špatný výběr metody pak vede k nedostatečným výstupům (nedostatečná či neobjektivní data, malé zapojení cílových skupin atd.), což má poté vliv na kvalitu celého projektu a může i ohrozit důvěru veřejnosti v instituci.

Zásadním pravidlem při výběru participativních metod tedy je: **nejdříve identifikujte cíl participace, až poté vyberte správnou metodu.**

- **Participace vnímána jako PR**

Participace je často vnímána pouze jako možnost informovat či prezentovat agendu instituce a její hlavní cíle jsou opomínány - získání dat a aktivní zapojení cílových skupin do procesu. V takovém případě je dopad participace minimální - daný projekt není plánován a realizován s ohledem na potřeby cílových uživatelů a hrozí tak riziko jeho neúspěchu.

- **Chybějící know-how instituce v oblasti participace**

Výše zmíněné chyby obvykle plynou z chybějícího know-how v oblasti participace - instituce neví, jaké participativní metody existují, čeho můžou participací docílit a ani si neuvědomují, že je zde prostor pro zlepšení.

V případě chybějícího know-how v rámci instituce je důležité obrátit se na odborníky ve fázi designu participativního procesu. Pro vybrání kvalitních dodavatelů participativního plánování konzultujte školení na [veřejné zakázky](#).

4. PŘÍKLADY PARTICIPATIVNÍCH METOD

Níže je výběr častých participativních metod, které mohou být využity za různými účely. Pro více metod a podrobností konzultujte [Manuál participace IPR Praha](#).

Kulatý stůl

- Forma facilitované diskuze, kdy jsou účastníci posazeni u kulatých stolů a ve skupinách diskutují o daném tématu.
- Vhodné pro získání podnětů od účastníků, vhodná metoda pro získání vstupů od klíčových expertů k dané problematice.

Hlubkový rozhovor

- Metoda kvalitativního průzkumu, kdy s jedním členem cílové skupiny mluvíme o konkrétní problematice nebo tématu a do hloubky se dotazujeme na zkušenosti, názory a připomínky.
- Vhodné když už máme představu o tom, co cílovou skupinu trápí a potřebujeme k tomu získat více podrobností (např. příčiny, návaznosti atp.).

Fokusní skupiny

- Metoda kvalitativního výzkumu, kdy probíhá moderovaná skupinová diskuze s účastníky z cílové skupiny.
- Účastníci jsou vybráni náhodně pro zajištění reprezentativity v rámci populace.
- Vhodné pro získávání podnětů na dané téma.
- Metoda s vysokou datovou hodnotou, ale nízkou mírou angažovanosti.

Veřejné setkání

- Setkání s větším počtem osob z cílové skupiny, účast je otevřena veřejnosti (podle potřeb konkrétního projektu může být účast podmíněna registrací).
- Vhodné k poskytnutí základních informací (informování směrem od instituce k veřejnosti) o konkrétním problému/projektu/procesu i k získání informací od občanů (sběr podnětů, připomínek, zpětné vazby). Může sloužit i ke společnému hledání řešení.
- Veřejné setkání má nižší datovou hodnotu z důvodu samovýběru účastníků: na setkání přijdou občané, kteří mají zájem se účastnit, a není tak zajištěna reprezentativita dat.

Reprezentativní průzkum

- Sociologický průzkum, který na reprezentativním vzorku cílové populace (např. obyvatelé konkrétní městské části) zjišťuje názory, postoje, preference na dané téma nebo problematiku.

Anketa

- Kvantitativní dotazníkové šetření, které slouží k zjištění preferencí či validaci hypotéz u většího počtu členů cílové skupiny. Na rozdíl od reprezentativního průzkumu není zajištěna reprezentativita vzorku respondentů a výstupní data tak nemusí plně odpovídat všeobecnému smýšlení cílové skupiny.

Hlasování

- Vhodné pro prioritizaci, porozumění tomu, co je pro cílovou skupinu důležité.
- Je důležité předem upřesnit váhu hlasování - jsou výsledky pouze informační pro zjištění preferencí či jsou závazné a mají roli v rozhodovacích procesech?
- Existují různé metody hlasování (např. různé váhy hlasů, pozitivní a negativní hlasy atp.).

Setkání nad mapou

- Skupinová práce s mapou, kde účastníci ukazují na mapě či do ní kreslí / jiným způsobem znázorňují, kde vnímají problémové oblasti, kde by si přáli vidět změny atd.
- Vhodné pro sbírání podnětů souvisejících s konkrétním územím.

Komunitní vycházka

- Komentovaná vycházka, obvykle za přítomnosti architekta, v dotčeném území, během které mohou uživatelé prostoru zmiňovat jejich potřeby a podněty. Podněty jsou zapisovány.

Vytvořeno ve spolupráci s **Participation Factory**.