**КЕЙС № 4**

**Тема 4**

**Формулировка желаемых изменений**

**Мы продолжаем работу по разработке проекта. Вы уже задумали идею проекта, который будет разработан в процессе обучения, сформулировали тему проекта, определили в общих чертах его основную идею, проанализировали условия разработки, провели с предполагаемыми разработчиками проекта (коллегами и учащимися) практикум командообразования, составили модель планируемого проекта.**

**Ознакомьтесь с материалом и выполните задания, выделенные цветом.**

Вопросы темы:

1. Осознание проблемной ситуации.

2. Переформулировка проблемы в желаемые изменения.

3. Умение видеть разные аспекты проблемы.

**1. Осознание проблемной ситуации**

Ответьте: что такое проблема?

**Проблема** – это осознание несоответствия желаемого действительному.

**Ответьте на вопросы: «Какие проблемы, связанные с молодежью, меня волнуют?», «Что мне не нравится?».**

А теперь попробуйте переформулировать, записать рядом с проблемой, **что вы хотите изменить.**

Например: «Меня беспокоит, что молодежи в нашем селе негде работать» - переформулировка: «Я хочу, чтобы у молодежи в нашем селе были рабочие места».

«Мне не нравится, что молодежь курит и портит свое здоровье» - переформулировка: «Я хочу, чтобы молодежь в моем городе меньше курила».

Как вы видите из примеров, любое наше действие, направленное на изменение, начинается с недовольства текущей ситуацией. Иначе бы не было действия. Нам хочется изменений. Нам хочется достичь некой цели, получить некий результат. И первым шагом, конечно, является понимание – чего мы хотим достичь. **Мы определяем проблемную ситуацию**.

**Необходимость социального проекта обуславливается наличием проблемной ситуации в той или иной сфере**. Поэтому разработка проекта начинается с четкого и объективного определения проблемы, на решение которой он направлен.

**Проблема определяется** различием между реальной ситуацией и тем, что должно (или может) происходить.

**Чем, по вашему мнению, отчитается просто проблема от социальной проблемы?**

**Социальная проблема** – несоответствие между желаемым и действительным состоянием социальной жизни, когда это несоответствие затрагивает **не отдельных членов общества, а их достаточно значительные группы,** которые заинтересованы в изменении нынешнего состояния.

Если «мне не нравится» - то проблема, возможно, лично ваша. Кому-то нет дела, а может, даже нравится, что подростки курят и крутят громкую музыку. Если «не нравится не только мне, а многим, и я хочу попытаться что-то изменить» - **социальная проблема превращается в желание социального изменения.**

У большинства людей (и организаций) отсутствует умение создания притягательного образа. Если спросить людей, чего они хотят, то большинство расскажет о том, от чего им хочется избавиться - от загрязнения окружающей среды, от роста преступности, от испорченных отношений в семье и на работе... Вся наша культура пронизана этой патологической нацеленностью на «работу против», а не «работу за».

**Очень важно уметь видеть не отрицание, а созидание.**

**Разберем такой пример:**

Ставим перед собой проблему: «Мне не нравится, что возле моего дома подростки курят на лавочке».

|  |
| --- |
| **«Мне не нравится, что возле моего дома подростки курят на лавочке»** |
|  | Негативное видение | Позитивное видение |
| *Что является проблемой?*  | **Проблема – сами подростки,** они меня напрягают тем, что курят  | **Проблема – действия подростков,** они курят (причины могут быть разные, а дети могут быть хорошие!).  |
| *Чего я хочу?*  | «Я хочу, чтобы возле моего дома на лавочке не было курящих подростков».  | «Я хочу что-то сделать, чтобы эти подростки не курили, а занимались чем-то хорошим»  |
| *Каким образом я могу воздействовать на проблему*  | Что я могу сделать с этими проблемными подростками – запретить, разогнать, изолировать, нажаловаться родителям, запереть ворота?  | **Что я могу сделать, чтобы помочь им изменить их неконструктивное и рискованное поведение – занять их интересным для них делом, чтобы они меньше курили и валяли дурака – желаемое изменение** |

Если проблема в том, что нам что-то не нравится, мы хотим ее устранить, запретить. Мы превращаем людей, которые совершают эти действия, в объект наших желаний и действий. Мы считаем, что вольны делать с подростками, что хотим. Они – не такие, какими мы хотим их видеть.

Что если посмотреть на проблему с другого ракурса – подростки не «плохие», они в данный момент совершают действия, которые неконструктивны, рискованны, мешают другим? Тогда весь свой пыл мы можем **направить не на то, чтобы «изменить» подростков, повлиять на них самих** – а на то, чтобы **повлиять на их действия,** как-то изменить, раскрыть возможность другого поведения.

**Три причины, по которым «негативное видение» неэффективно:**

- силы, которые могли бы быть направлены на создание чего-то нового, тратятся на «предотвращение» и преодоление нежелательного;

- негативные образы несут в себе малозаметный, но совершенно чёткий признак бессилия: люди объединяются, когда, как говорится, жареный петух клюнет;

- негативные образы недолговечны, стимул присутствует, пока существует угроза, а с угрозой уходят воодушевление и энергия.

**Поэтому гораздо оптимистичней работать не в формулировках «проблемы», а в формулировках желаемого изменения, перспективы, видения.**

**И самое главное** - рекомендуется в этом ключе работать с самого начала, еще до формулировки цели. Поскольку может получиться принципиально иной проект! Мы будем изолировать курящих или работать с ними?

**Попробуем негатив, нежелание переформулировать в стремление. Не только «Мне не нравится», но и «я хочу изменить». Это трудно, и это главное. Это первый главный принцип проектного мышления, первый признак настоящего проекта – стремление к видимому изменению ситуации.**

1. **Попросите коллег, подростков сформулировать проблемы молодёжи вашего населённого пункта. Запишите их с позиции негативного видения. А теперь переформулируйте их, находясь в позиции позитивного видения.**
2. **Разработайте подобную таблицу по проблеме вашего проекта.**

|  |
| --- |
| **«Мне не нравится, что…….»** |
|  | Негативное видение | Позитивное видение |
| *Что является проблемой?*  |  |  |
| *Чего я хочу?*  |  |  |
| *Каким образом я могу воздействовать на проблему*  |  |  |

**Умение видеть разные аспекты проблемы**

**Итак, мы сформулировали проблему с точки зрения позитивного видения. Очень важно не только видеть проблему в целом, в общем, но и выделять её отдельные аспекты.**

**Аспект** – точка зрения, взгляд на что-либо.

**Аспект проблемы** – точка зрения о проблеме, какая-то составная часть или подход к решению крупной проблемы.

Пример: *неудовлетворительное санитарное состояние городов* и варварское отношение населения к зданиям и сооружениям на планете N-ской - социальная проблема.

А *нежелание жильцов поддерживать чистоту и порядок* на лестничных площадках и во дворе дома № X по улице Z в городе Y на планете N-ской - один из аспектов этой социальной проблемы.

**Разумнее сосредоточиться на каком-то определенном аспекте социальной проблемы, а не пытаться улучшить состояние социальной жизни в планетарных масштабах.**

Разные аспекты могут лечь в основу разных проектов, объединенных общей целью, либо лечь в основу задач проекта.

**Итак, в** осознании проблемы главное:

- понимать, что мы хотим изменить – видеть проблему, желаемое и действительное;

- мыслить в позитивном ключе – уметь переводить проблему в желаемое изменение;

- уметь видеть разные аспекты проблемы

**Главное в проекте** – понять, что конкретно нас не устраивает и что мы хотим изменить своей деятельностью.

**Укажите разные аспекты проблемы вашего проекта.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Проблема** |  |
| **Аспекты проблемы** |  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**Выполните задания, выделенные зеленым цветом и пришлите их по адресу** **lab-crtdu@mail.ru**

**с пометкой «ПРОЕКТ»**

**до 23.06.2014**

**Успехов!**

**КЕЙС 5**

**Тема**

**Исследование проблемной ситуации**

1. Исследование проблемы

2. Исследование и описание аудитории проекта

4. Основные методы исследования ситуации и аудитории проекта

В предыдущей теме мы определили проблему, что очень нам хочется, чтобы подростки не курили, а были заняты чем-то полезным.

И мы повели их дружными рядами в театр… завтра же! Или сегодня, или на следующей неделе точно. Если они нас не достанут своими криками с детской площадки. А возможно, они завтра же уберутся, потому что в школе начались занятия, и днем курить им некогда, или вообще через неделю они перебрались в соседний двор. А, возможно, вы вечерами работаете на другом конце города, и выясняется, что не так уж они мешают и вам, и всем остальным. А то, что курят – ну так пусть их родители переживают по этому поводу!

В общем получается, что если мы все же не оставляем идеи куда-то приложить наши благие порывы, и не просто «куда-то», а именно – конкретно на изменение текущей ситуации, надо еще о многом подумать и многое исследовать.

В этой теме мы будем разбирать три вопроса - «что мы исследуем» (проблема), «кого мы исследуем» (аудитория) и «как мы это исследуем» (методы).

**1. Исследование проблемы**

План исследования проблемы**:**

**1. Что это за ситуация, которую мы хотим изменить?**

При ответе на этот вопрос важно описать, что нас не устраивает, что мы хотим изменить, чего мы хотим добиться. Определить, с чем сравнивается фактическая ситуация и на каком основании, описать, как она проявляется сейчас.

**2. Где выявлена проблемная ситуация? Насколько она распространена? Каково ее организационное или физическое местонахождение?**

Здесь важно соотнести возможности вашей конкретной организации и масштабность ситуации, которую мы хотим изменить. Если у вас небольшая районная организация, то и проблемы, которые вы будете решать вашим проектом, скорее всего, ограничиваются межрайонным или городским уровнем, и именно это вам и нужно будет указать в качестве физического местоположения.

**3. Кто «внутри» этой ситуации, затронут ею?**

При ответе на этот вопрос необходимо прояснить, жизнь какой категории лиц призван изменить ваш проект, иными словами, кто получит выгоду от реализации вашего проекта.

**4. Насколько серьезна проблема? Какое количество людей она затрагивает?**

Например, если вы планируете работать с так называемыми «детьми улиц», то необходимо указать количество таких детей в вашем регионе и т.п.

**5. Как долго существует текущая ситуация? С какой периодичностью появляется, в какие сроки или периоды? Известны ли вам попытки ее решить?**

Если проблема существует достаточно давно, то важно изучить, какие меры уже предпринимались для ее решения и насколько они были успешны, то есть нужно оценить их эффективность и влияние на улучшение ситуации. Если в этой области когда-то проводились проекты, аналогичные вашему (или вы сами их осуществляли), и результаты этих проектов были впечатляющими, можно об этом упомянуть в подразделе и опираться на этот опыт, как доказавший свою эффективность.

Например, если вы планируете проводить информационную кампанию в области профилактики ВИЧ/СПИДа в конкретном регионе, и кто-то до вас (или вы сами) когда-то проводили подобные кампании, то необходимо знать, какие основные результаты были достигнуты, показать положительные изменения в поведении целевых групп в результате этих кампаний.

**6. Каковы потенциальные угрозы и последствия бездействия? Каковы тенденции развития проблемной ситуации, в случае если не будут приняты меры по ее изменению?**

Здесь необходимо проанализировать возможные сценарии развития ситуации/проблемы в случае, если не будут предприниматься активные действия, в том числе и если ваш проект не будет осуществлен. Этот анализ поможет понять, действительно ли настолько необходимо тратить ресурсы и время на осуществление проекта, или ситуация не столь серьезна, чтобы требовать вашего вмешательства.

**Опираясь на вопросы, напишите необходимость осуществления вашего проекта, объясните, почему он необходим в этот момент времени и именно в этом месте.**

**2. Исследование и описание аудитории проекта**

В предыдущих темах мы познакомились терминами: «целевая группа» и «благополучатели».

**Чем отличаются целевая группа проекта и благополучатели?**

**Благополучатели** — люди и организации, в интересах которых осуществляется деятельность в рамках вашего проекта.

Целевая аудитория (или целевая группа) — это группа людей, выделенная по определенным параметрам (признакам), на которую направлено воздействие проекта.

Целевая группа помогает вам решать проблему в интересах благополучателей. Иногда целевая группа и благополучатели совпадают.

**Например:** в проекте по социализации детей из детских домов группа подростков проводит творческие занятия с детьми.

Благополучатели – дети, они «получают благо»; целевая группа – тоже дети, поскольку на них направлено прямое воздействие проекта.

Приведем другой пример: проект направлен на подготовку волонтеров для работы в детских домах, то здесь благополучатели – дети, а целевая группа – волонтеры. Действия проекта (обучение, тренинги и пр.) осуществляются с волонтерами, которые уже непосредственно «творят благо» для детей.

**Итак,** выбрав целевую группу для своего проекта, необходимо как можно конкретнее определить ее параметры и изучить ее характеристики для того, чтобы разрабатываемый проект максимально эффективно на нее воздействовал.

Для этого необходимо собрать всю доступную информацию о них и четко определить, кто входит в этот состав.

**Сегментация целевых групп** – это процесс описания выбранной целевой группы в соответствии с определенными параметрами.

**Параметры сегментации целевой группы**

- географические

- демографические

- социально-экономические

- социально-психологические

- законодательное поле

При формулировке проблемы, на решение которой направлен проект, вам нужно будет показать, что она существует именно у целевой группы и благополучателей (а не у самой организации, например).

**3. Основные методы исследования ситуации и аудитории проекта**

Метод - основной способ сбора, обработки и анализа данных.

Наиболее часто применяемыми при разработке проектов являются количественные методы это:

 -*анализ документов* (в режиме контент-анализа);

- *метод опроса.*

Различаются **две основные формы опроса:** ***анкетирование*** и ***интервьюирование.***

**Анкета** – это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление мнений и оценок респондентов и получение от них информации.

**Интервьюирование** – метод получения первичной социальной информации путем непосредственной целенаправленной беседы интервьюера и респондента.

**Рекомендуется почитать дополнительные источники.**

**И ответить на вопросы:**

**Какие еще существуют способы исследования проблемной ситуации?**

**Какова может быть роль молодежи в проведении таких исследований?**

**Итак, результатом работы над кейсом должно быть:**

**Ответиты на вопросы:**

**«Что самое важное в исследовании проблемы?»**

**Что означает понятие «актуально» и из чего она складывается?**

**Определить проблемную ситуацию своего проекта и переформулировать её.**

Срок выполнения – до 12 мая 2014 года

e-mail: lab-crtdu@mail.ru