

ANALYSEER EN PRESENTEER JE

RESULTATEN

Stapsgewijs aan de slag

Jullie hebben de voorbije periode een enquête gelanceerd, interviews of groeps gesprekken gehouden (met of zonder methodiek), het Debattlespel gespeeld... of nog andere zaken gedaan om meer te weten over wat er leeft en beeft bij de kinderen en jongeren van jouw stad of gemeente.

Op papier, digitaal of misschien zelfs in grafiekjes, heb je heel wat antwoorden van kinderen en jongeren verzameld. Al die antwoorden noemen we 'ruwe data'. Dat wil zeggen: onbewerkte gegevens. Je hebt een pak info verzameld, maar er is nog niets mee gebeurd. Tijd om ermee aan de slag te gaan en te zien welke 'conclusies' we eruit kunnen halen.

1. Op zoek naar rode draden (analyse)

1. Begin met een globale lezing van al het materiaal dat je verzameld hebt. Ga er helemaal door zonder ergens specifiek op te letten.
2. Neem het materiaal daarna nog een tweede keer door. Nu ga je kijken aan welk thema je de informatie kunt linken (bv. vrije tijd, mobiliteit, goed in je vel...). Baken een aantal thema's af. Je kan werken met markeerstiften (één stift/kleur per thema) om zaken te onderstrepen. Zo kan je snel zien over welk thema een bepaalde zin/uitspraak gaat. Of je kan aparte documentjes maken per thema en daarin alles copy-pasten wat er tijdens de verschillende inspraakmomenten over dat thema gezegd is geweest.



3. Zoek daarna tijdens je 3^{de} lezing naar rode draden binnen de thema's die je afbakende. Maak een overzicht van de meest voorkomende wensen, ideeën, opmerkingen of problemen. Wat komt het vaakst naar boven? Welke thema's zijn hot?
Vergeet niet sprekende quotes goed bij te houden! Die kan je achteraf gebruiken om je conclusies op een leuke en treffende manier weer te geven.
4. Als je wil, kan je er nog een 4^{de} keer doorgaan om te kijken of er ook verschillen zijn tussen wat verschillende leeftijdsgroepen over een thema zeggen (zeggen 6-jarigen iets anders dan 16-jarigen?). Je kan ook nagaan wat kinderen en jongeren uit verschillende deelgemeenten over het thema zeggen. Bij het thema 'mobiliteit' zal dat relevanter zijn dan bij 'goed in je vel', omdat het meer waarschijnlijk is dat de info dan verschilt per deelgemeente. Je kan dat tenslotte ook doen voor gender (zeggen jongens iets anders dan meisjes?).
5. Wat kan een mogelijk belangrijk signaal zijn, maar kwam niet genoeg uit de verf? Waar moet je met andere woorden nog meer over weten? Dit kan je nog verder gaan bevragen of in het achterhoofd houden voor een volgend inspraaktraject.

Je gaat merken dat je heel snel zult zien wat de rode draden zijn en welke conclusies je eruit kunt trekken. Maak het jezelf vooral niet te moeilijk en voel je niet verplicht om alle stappen volledig te doorlopen.

2. Shortlist maken

Nadat je de resultaten van de inspraakmoment(en) hebt geanalyseerd, maak je per thema een shortlist. Als je veel verschillende thema's benoemd hebt, kan het zijn dat je hier best een keuze in maakt. Welke thema's vragen het dringendst om actie?

Op de shortlist verzamel je per thema de populairste wensen, ideeën, opmerkingen of problemen. Dus die door veel kinderen en jongeren herhaald zijn. Je kan dan – zoals eerder gezegd – nog specificeren of er verschillen zijn tussen kinderen en jongeren uit bepaalde deelgemeenten, wijken, of van bepaalde genders, leeftijdscategorieën...

Het kan zijn dat de resultaten niet hebben opgeleverd wat je ervan verwacht had. De input van 10 jongeren kan je bijvoorbeeld moeilijk gaan veralgemenen. Het kan handig zijn om je shortlist en de volgorde van prioriteiten nog eens snel bij een breder publiek te laten bevestigen (verenigingen, klassen...). Ben je nadien helemaal mee met de shortlist en topics die je verzamelde? Goed zo!



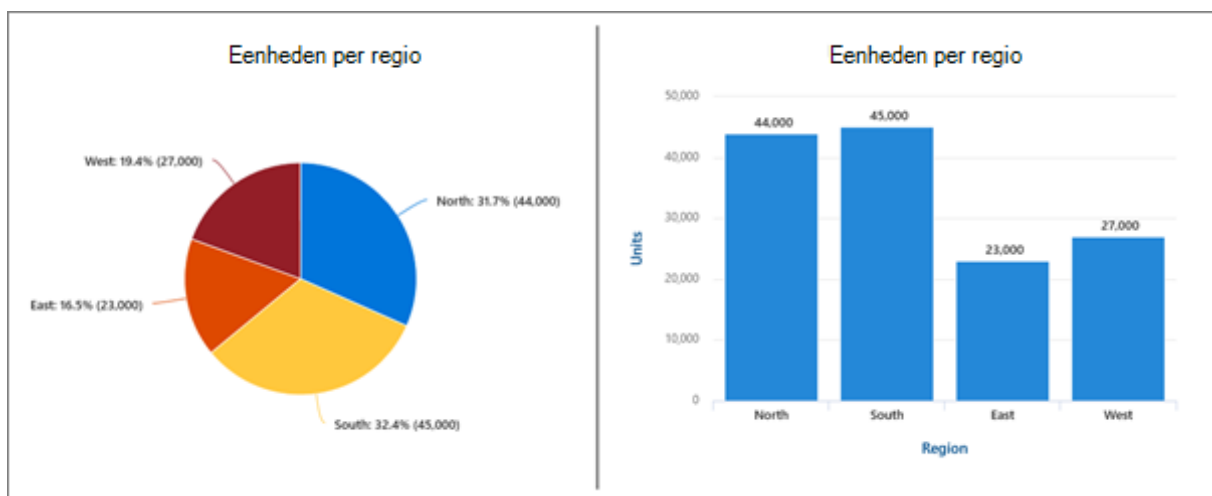
3. Presenteer je gegevens

Hoe ga je dit nu allemaal op een visuele en leuke manier weergeven? Grafieken, cijfers, quotes en infographics zijn manieren om dat aantrekkelijker weer te geven dan gewoon in platte tekst.

GRAFIEKEN

Wanneer je een digitale bevraging hebt gedaan (via SurveyMonkey of Google Formulieren) dan maakt dit programma automatisch grafieken. Dit is een manier om resultaten weer te geven.

Heb je enquêtes op papier verwerkt? Dan kan je via Excel deze gegevens in een grafiek omzetten. Hoe een grafiek maken in Excel? 'Google is your friend' of zoek een tutorial op YouTube.



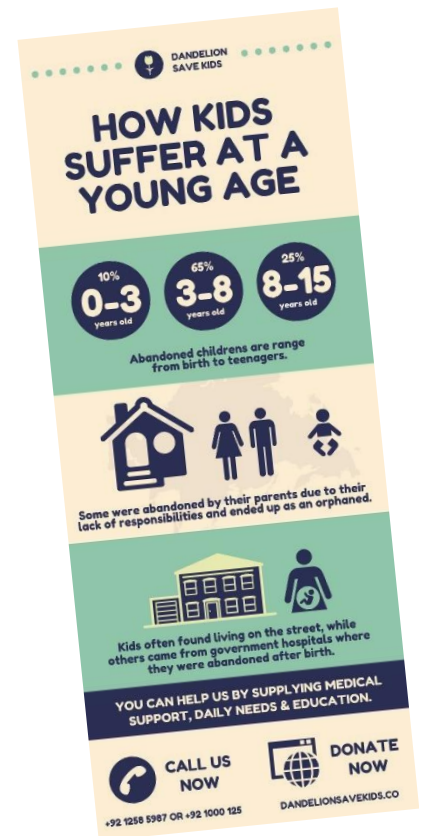
INFOGRAPHICS

Met een infographic kan je informatie via symbolen, figuren en cijfers op een leuke manier weergeven. Vooraleer je je vol overgave stort op deze tool, kan je best eerst een verhaal maken of een schema met een logische opbouw. Weet wat je wil vertellen met de infographic die je wil aanbieden. En vergeet geen treffende quotes te gebruiken!

Bijvoorbeeld:

- 500 jongeren hebben een enquête ingevuld.
- Daaruit kwamen volgende belangrijke thema's:
 - Fuifruimte
 - Meer groen in de gemeente
 - Veilig verkeer
 -
 -
- Verwijzing naar website waar alle gegevens staan.
- Logo jeugdraad.
- ...

Maak je infographic op een eenvoudige manier via gratis toepassingen als Piktochart of Canva. Je kan er ook nog grafieken in allerlei vormen aan toevoegen. Ook eigen afbeeldingen, logo's en achtergronden kan je uploaden.



WEBSITE

Wil je een hele website bouwen rond de conclusies van je inspraakmomenten en de aanbevelingen voor de nieuwe beleidsploeg? Een gratis website creëer je eenvoudig via Google Sites.



4. Deel je resultaten

Als je de input van je bevestigingen (data) visueel maakt, kan je die resultaten ook delen via sociale media om de draagkracht te vergroten en reacties te sprokkelen. Maar ook om te verwerken in een presentatie en jezelf uit te nodigen bij politieke partijen of het schepencollege. Of schrijf er een persbericht over en geef een interview aan lokale journalisten. Hoe meer ruchtbaarheid je rond je resultaten creëert, hoe groter het draagvlak om iets te veranderen en hoe sneller politici geneigd zullen zijn om in jullie verhaal mee te gaan. Meer lobbytips vind je verderop in missie 2.

Check dus ook de andere items binnen missie 2:

- Formuleer beleidsaanbevelingen
- Sjablonen voor je memorandum
- Lobbyen, niets mis mee!
- Overtuigen als een pro

Zo scoor je maximaal met al de input die je tot nu toe hebt verzameld.

Werk aan je multimedia-skills

Wil je in je communicatie graag met video aan de slag, maar heb je het gevoel dat je hierin nog wat training kan gebruiken? Organiseer dan een regionale uitwisseling met minstens 3 andere jeugdleden en boek je multimedia-workshop. Meer info: kijk bij 'trainingen en vorming' (missie 2).

