

Diagnoza potrzeb młodzieży w środowisku lokalnym

Diagnoza potrzeb młodzieży w środowisku lokalnym

Agata Urbanik
Aleksandra Gołdys
Aleksandra Daszkowska-Kamińska

BADAJ I REALIZUJ

Publikacja powstała w ramach projektu „Badaj i realizuj”, realizowanego przez Polską Fundację Dzieci i Młodzieży. Projekt został sfinansowany ze środków otrzymanych z Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich przy udziale Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności.

POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI



POLISH-AMERICAN
FREEDOM FOUNDATION



Projekt okładki: Bogdan Kamiński

Opracowanie redakcyjne i korekta tekstu: Halszka Dąbrowska

© Copyright by Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży

ISBN 83-917486-7-7

Wydawca: Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży

ul. Kredytowa 6/20

00-062 Warszawa

Skład, druk, oprawa:

Duo Studio

ul. Tumską 4/1A

02-430 Warszawa

Wstęp

Program „Badaj i realizuj” został sfinansowany z dotacji pozyskanej z Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu – Fundusz Inicjatyw Obywatelskich przy współfinansowaniu przez Polsko-Amerykańską Fundację Wolności.

Celem projektu „Badaj i realizuj” prowadzonego przez Polską Fundację Dzieci i Młodzieży było przygotowanie przedstawicieli organizacji pozarządowych do stworzenia diagnozy środowiska lokalnego oraz poszerzenie ich wiedzy na temat dobrych praktyk pracy z młodzieżą. Ważnym elementem projektu było zwrócenie uwagi na włączanie młodzieży w kształtowanie programów społecznych zgodnie z zasadą „empowerment”.

Doświadczenia wynikające z realizacji Programu „Równać Szanse” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności administrowanego przez PFDiM, wskazują na to, że organizacjom pozarządowym z terenów wiejskich brakuje umiejętności wystarczających do zdiagnozowania potrzeb i problemów młodzieży, co skutkuje podejmowaniem działań nietrafionych i uniemożliwiających osiągnięcie założonych celów.

Projekt „Badaj i realizuj” zaproponował przedstawicielom 25 organizacji pozarządowych z miejscowości do 20 tysięcy mieszkańców cykl szkoleń podnoszących umiejętności w zakresie diagnozowania potrzeb młodzieży oraz tworzenia programów odpowiadających na zidentyfikowane potrzeby. W większości były to organizacje działające już od kilku lat, które potrzebowały konkretnej wiedzy z zakresu diagnozowania, aby skuteczniej działać w swoim środowisku. Wiele z tych organizacji widzi potrzebę poszerzania oferty skutecznych działań na rzecz młodzieży, wyrównującej szanse młodych ludzi w obszarach edukacji i umiejętności społecznych.

Przedstawiciele organizacji uczestniczących w projekcie wzięli również udział w Forum „Równać Szanse” poświęconym sytuacji młodych ludzi z terenów wiejskich. Mieli możliwość zapoznania się przyczynami nierówności szans życiowych młodzieży oraz wzięli udział w dyskusji o najlepszych sposobach ich wyrównywania. Podczas zajęć warsztatowych przeprowadzonych w trakcie Forum omówiono rolę rzetelnej dia-

gnozy potrzeb młodzieży w tworzeniu projektów edukacyjnych oraz dobre standardy pracy z młodzieżą.

Poradnik, który Państwu przekazujemy jest podsumowaniem realizacji projektu „Badaj i realizuj”. Ma on na celu popularyzację problematyki diagnozowania potrzeb młodzieży w środowiskach lokalnych. Kierujemy go do wszystkich przedstawicieli organizacji pozarządowych, którzy planują realizację projektów ukierunkowanych na wyrównywanie szans życiowych młodych ludzi. Prezentujemy narzędzia, jakimi można posługiwać się w zakresie diagnozowania środowiska lokalnego oraz metody dokonywania syntezy zebranych danych. Wierzymy, że poradnik stanie się dobrym punktem wyjścia dla tych, którzy szukają najlepszych rozwiązań problemów społecznych.

*Koordynator projektu „Badaj i realizuj”
Katarzyna Dąbrowska*

Spis treści

Wprowadzenie	9
I Po co nam diagnoza lokalna?	11
1.1. Co nazywamy diagnozą?	11
1.2. Planowanie diagnozy	15
1.3. Co może być źródłem informacji i jak uzyskać dane?	18
II Analiza danych zastanych	20
2.1. Do czego służy?	20
2.2. Dane surowe i przetworzone	21
2.3. Jak sobie radzić z danymi?	26
III Metody ilościowe	32
3.1. Do czego służą?	32
3.2. Kogo badamy?	32
3.3. Jak budować kwestionariusz?	33
3.4. Pytania w kwestionariuszu	35
3.5. Najczęściej popełniane błędy w pytaniach	37
3.6. Kafeteria	40
3.7. Jak realizować badanie ilościowe?	42
3.8. Jak analizować dane?	43
IV Metody jakościowe	49
4.1. Do czego służą?	49
4.2. Wywiady	51
4.2.1. Wywiady indywidualne	52
4.2.2. Wywiady grupowe	54
4.2.3. Jak rozmawiać? – o organizacji i etyce wywiadów	58
4.3. Obserwacja	61
4.4. Działania partycypacyjne	63
4.4.1. Warsztaty	63

4.4.2 Mapy partycypacyjne / poznawcze	64
4.5. Co dalej z danymi jakościowymi?	66
V Co po zebraniu informacji?	69
5.1. Spotkanie. Wspólnie dobrze się myśli	69
5.2. Sztuka wnioskowania	70
5.3. Zebranie i pokazanie naszych wniosków	72
5.4. Wykorzystanie diagnozy	76
VI Kilka słów na koniec	78
VII Bibliografia	79

Wprowadzenie

Oddajemy do rąk czytelników poradnik prowadzenia diagnozy środowiska lokalnego. Mamy nadzieję, że trafi on do tych wszystkich, którzy chcą, aby realizowane lokalnie działania wpasowywały się w dobrze zidentyfikowane potrzeby.

W pierwszej części znajdują Państwo uzasadnienie dla prowadzenia diagnozy i sugestię, że powinien być to proces zaplanowany. Dobry punkt startu pozwala dobrać odpowiednie narzędzia. Kolejne części to opisy metod (analizy danych zastanych, metod ilościowych i jakościowych). W każdym z rozdziałów staramy się odpowiedzieć na pytanie, do czego dana metoda służy i jak najlepiej się nią posługiwać. Na koniec najtrudniejsza kwestia – jak wyciągać wnioski i co zrobić z naszymi wynikami badań.

Czego Państwo nie znajdują w naszym poradniku? Przede wszystkim prostej i jednoznacznej recepty na badanie lokalne. Diagnozę realizuje się według pewnego schematu, jednak każdy przypadek jest inny i wymaga pewnej dozy własnej inwencji i improwizacji. To tak, jakby dobrze znane danie, przyrządzać za każdym razem trochę w innych warunkach (przy użyciu zmienionych proporcji, składników i narzędzi). Dotyczy to przede wszystkim etapu wyciągania wniosków. Poprawne wnioskowanie jest efektem nie tyle wiedzy, co pewnej postawy i doświadczenia. Wierzymy także, że najlepsze efekty osiąga się pracując z zespołem. Wspólne opracowywanie narzędzi, zebranie materiału, a przede wszystkim analiza zebranych informacji, sprawia, że mamy o wiele szersze pole widzenia.

Kim jesteśmy? Po pierwsze badaczkami, które wiedzę teoretyczną miały okazję wiele razy sprawdzić w praktyce. Początkiem był dla nas Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, gdzie poprzez Pracownię Badań nad Kapitałem Społecznym, kierowaną przez prof. Annę Gizę-Poleszczuk, miałyśmy okazję brać udział w terenowych projektach badawczych. Po drugie, stajemy też czasem w roli realizatorów, koordynatorów projektów i wiemy, jak bardzo potrzebna jest wiedza o środowisku, w którym się działa.

Nasze doświadczenia podpowiadają nam, że najważniejsze jest „wyjście w teren” – oderwanie się od własnych przekonań i spotkanie z ludźmi, którzy dostarczają nam wiedzy i świeżego spojrzenia. W tym porad-

niku chcemy przekonać, że diagnozowanie nie jest zadaniem jedynie dla „profesjonalistów”. Głównych kompetencji nabywa się poprzez doświadczenie.

Mamy świadomość, że przy lekturze pojawi się cały szereg nowych pytań, dlatego na końcu podajemy bibliografię, dzięki której można rozszerzyć wiedzę.

Nasz poradnik ma być przede wszystkim zachętą do spróbowania swoich sił w diagnozowaniu i włączenia go w codzienną działalność zespołów realizujących działania lokalne. Chciałybyśmy, aby za inspirację posłużyła tutaj pewna opowieść:

Było sobie czterech ślepców, którzy wędrowali przez świat. W pewnym momencie napotkali przeszkodę. Aby zorientować się, co to jest – zaczęli jej dotykać.

- To jest gruba lina – powiedział jeden.

- Nie, to kolumna – stwierdził drugi.

- Nie macie racji, to jest wąż – zdenerwował się trzeci.

Czwarty natomiast stwierdził – to dzida.

Pokłócili się i rozeszli każdy w swoją stronę. Tymczasem był to... słoń.

Jeden ze ślepców dotykał ogona, drugi nogi, trzeci trąby, a czwarty - kła...

Poznawanie rzeczywistości z wielu perspektyw, rozmowa o tym, co widzimy, uwspólnianie wiedzy, daje nam możliwość właściwego określenia kontekstu naszych działań.

Życzymy owocnej lektury i... powodzenia!

Autorki

I Po co nam diagnoza lokalna?

Zanim zaczniemy coś robić, rozglądamy się zwykle dokoła, sprawdzamy co robią inni, jakie są w naszym otoczeniu warunki. Zastanawiamy się, jakie efekty może przynieść nasza praca i ewentualnie, kogo można by poprosić o pomoc. Dokładnie tak samo musimy postępować wymyślając zadania dla naszej organizacji. Diagnoza lokalna powinna być naszym naturalnym odruchem przed przystąpieniem do działań. I co ważne, nie chodzi o to, żeby diagnozować, gdy już dokładnie zaplanowaliśmy swój projekt i szukamy tylko potwierdzeń. Diagnoza ma sens na najbardziej początkowym etapie naszej mobilizacji, gdy nasze plany nie są jeszcze dookreślone i gdy nie mamy w głowie konkretnych działań.

1.1. Co nazywamy diagnozą?

Diagnoza lokalna **to proces badawczy**, który polega na poznawaniu określonego tematycznie lub geograficznie obszaru. Najpierw zastanawiamy się co chcemy zbadać. Może to być jakaś konkretna grupa mieszkańców danego terenu lub na przykład konkretne miejsce, teren dawnej fabryki albo dzielnica miasteczka. Potem wypisujemy co składa się na interesujący nas temat. Następnie musimy znaleźć źródła wiedzy, z których możemy zdobyć informacje o tych wszystkich wypisanych przez nas elementach naszego tematu badawczego. Każde ze źródeł musimy opracowywać metodą, która najlepiej do niego pasuje. Możemy po prostu rozmawiać z ludźmi, czasem lepiej przeczytać jakieś dokumenty, można też po prostu gdzieś pobyć i zobaczyć co się dzieje. Niekiedy najlepiej wymyślić ankietę i zobaczyć ile osób myśli tak, a ile inaczej.

Dzięki diagnozie:

- Jeszcze lepiej poznasz swoją lokalną społeczność z jej specyfiką, potrzebami, zasobami i problemami.
- Odtworzysz sieć wpływów i zależności.
- Upewnisz się kto jest ważną osobą bądź kluczową instytucją w danym obszarze.
- Zdasz sobie sprawę z zagrożeń, które wiążą się z twoim działaniem.

- Doznasz inspiracji, która płynie z ugruntowanej wiedzy na temat kontekstu.

Nie traktuj diagnozy jak męczącego wymogu. Jak zobaczysz później, opiera się ona często na bardzo intuicyjnych, zgodnych ze zdrowym rozsądkiem i niekosztownych metodach, które już stosujesz w swojej pracy. Chodzi jednak o to, żeby je usystematyzować, tak by stały się jednym z atutów Twoich działań. Mogą też stać się ich swoistą legitymizacją. Praca wykonywana na podstawie rzetelnej diagnozy jest bowiem obiektywnie uzasadniona, wiąże się z dużo mniejszym ryzykiem nietrafionych i niepotrzebnych działań oraz jest odporna na krytykę kogoś z zewnątrz.

Jeśli diagnoza dotyczy Twojej społeczności, na pewno w jakiś sposób jesteś już ekspertem, masz dużo wiedzy i doświadczeń, które pomogą Ci w diagnozowaniu. To, w co Cię dodatkowo wyposaża uporządkowana diagnoza, to szersza perspektywa, częstość występowania poszczególnych punktów widzenia, nowe tropy i uwolnienie się od subiektywności czy sztandarowych rozwiązań.

- ✓ Rzetelnie i odpowiednio wcześniej zrobiona diagnoza:
 - Pozwala uniknąć błędów.
 - Oszczędza Twój czas, bo możesz swoje działania lepiej dopasować i efektywniej nakierować.
 - Oszczędza inne zasoby, bo pozwala na dostrzeżenie sprzymierzeńców w działaniu wystarczająco wcześniej by ich pozyskać i zrobić coś wspólnie.
 - Uwiarygodnia Cię przed innymi lokalnymi graczami, którzy interesują się Twoją pracą.
- ✓ Najczęstsze błędy wynikające z braku diagnozy:
 - Nieznajomość prawdziwych potrzeb adresatów naszych działań. Nawet najlepszy projekt skazany jest na klęskę, jeśli nie bierze pod uwagę tego, czego potrzebują jego adresaci. Możemy wykonać kawał dobrej i ciężkiej pracy nad stworzeniem świetnego portalu internetowego, ale jeśli mieszkańcy tak naprawdę potrzebują fajnego boiska, całe nasze działanie jest na nic.
 - Niewłaściwe określenie kompetencji potencjalnych uczestników. Określone kompetencje są bowiem niezbędnym warunkiem uczestnictwa w projekcie. Jeśli nie zauważymy, że emeryci, z który-

mi chcemy pracować, nie znają języka angielskiego, na nic jest fantastyczna możliwość uczenia się od zaproszonego z Wielkiej Brytanii trenera salsy. Oczywiście niektóre braki kompetencji można nadrobić (zatrudnienie tłumacza), ale niesie to ze sobą dodatkowe koszty albo zmienia formułę projektu. Nierealistyczne wymagania względem naszych uczestników mogą ich na długo zrazić do jakiegokolwiek aktywności i do nas.

- Zignorowanie barier, które występują w środowisku lokalnym. Może być to budowanie boiska w miejscu, do którego jest ograniczony transport i młodzież nie będzie miała jak tam się dostać lub na przykład wieloletni konflikt między dwiema instytucjami, które zapraszasz na warsztat i zakładasz, że będą ze sobą współpracować.
- Niewykorzystanie istotnych zasobów środowiska, np. niezaprośzenie do współpracy nad tworzeniem przewodnika po regionie okolicznych właścicieli gospodarstw agroturystycznych albo pominięcie nauczyciela w-f-u przy pisaniu projektu dotyczącego rekreacji wśród młodzieży pozbawia dane projekty ważnych partnerów wraz z ich doświadczeniem, wiedzą i możliwościami działania.
- Dublowanie działań. Dobrze jest w czasie diagnozy upewnić się czy żadna instytucja, organizacja bądź nieformalna grupa nie działa w tej samej sferze, w której planujemy i czy nie obejmują swoimi projektami tej samej grupy uczestników. Nawet jeśli nie zajmują się dokładnie tym samym, ich projekt może znacznie zmniejszyć liczbę zainteresowanych naszą ofertą. Jeśli dobrze poznamy ich cele i formę działań, możemy albo zostać ich partnerami, albo uzupełnić ich projekt o nowe elementy.

Przeczytaj historię ośrodka dla seniorów i zastanów się, jakie braki w diagnozie doprowadziły do jego trudnej sytuacji.

Nowoczesny ośrodek z bogatą ofertą rekreacyjną miał poprawić jakość życia mieszkańców miejscowości Górki Wielkie niedaleko Olsztyna. Średnia wieku w miasteczku jest znacznie wyższa od przeciętnej w kraju i właśnie troska o ofertę dla tej starszej większości wydawała się znakomitą powodem do budowania sprofilowanego miejsca rekreacji i zajęć.

Miejsce jest pięknie wyposażone, posiada korty tenisowe, basen kryty, salę do aerobiku. Znajduje się w dużym parku na obrzeżach miejscowości. I choć by tam trafić potrzebne są dobre wskazówki od kogoś kto zna okolicę, na miejscu można się zachwycić nowoczesną architekturą i naprawdę luksusowymi warunkami. Starsi mieszkańcy, dotąd wystający w grupkach pod sklepami lub siedzący na ławkach na skwerku powinni bez zastanowienia korzystać z bezpłatnej oferty uroczego ośrodka „Pod Gruszą”. By wziąć udział w zajęciach wystarczy tylko napisać mejla pod wskazany adres.

Tymczasem ośrodek świeci pustkami, zakupione sprzęty niszczą, a właściciel ośrodka, Fundacja „Na Zdrowie”, zastanawia się nad jego zamknięciem. Sprawa zastanawiająca tym bardziej, że nie jest to pierwsza tego rodzaju inwestycja fundacji. Kilka bardzo podobnych miejsc cieszy się wielkim zainteresowaniem starszych osób w całym województwie.

Co jest więc problemem „Pod Gruszą”?

Pomyślmy. Wydaje się, że po tym krótkim wprowadzeniu można sugerować kilka hipotez:

1. Informacja na stronie internetowej i mejlowa rejestracja stanowi barierę dla osób w pewnym wieku i prawdopodobnie nie posiadających dostępu do sieci.
2. Oddalenie od centrum może być utrudnieniem dla osób, które nie są sprawne i nie posiadają samochodów. Starsi mieszkańcy po prostu nie mają jak się tam dostać.
3. Oferta ośrodka może nie odpowiadać tak naprawdę na potrzeby starszych osób z Górków Wielkich, może aerobic jest zbyt forsowny, a może nikt z nich nie ma rakiety do tenisa?
4. Może by przekonać do spędzania wolnego czasu w nowym miejscu trzeba pozyskać kogoś, do kogo mieszkańcy mają zaufanie i kto byłby w stanie przywieźć ich tam w ośmielającej grupie. Nikt nie ośmieli się na wkroczenie na nieznany teren samemu.

Tych błędów można było uniknąć zadając sobie przed projektem ważne pytania!

Jakich pytań (m.in.) nie zadali sobie twórcy projektu?

1. Jakie są potrzeby osób starszych w Górkach Wielkich?

2. Jak najlepiej się komunikować z osobami starszymi?
3. Co dotychczas interesowało seniorów w Górkach?

Uogólniając, nie zadali sobie pytania o sytuację osób starszych w Górkach.

To właśnie pytanie o sytuację grupy, czy po prostu osób zamieszkujących dany teren jest dla nas najlepszym punktem wyjścia, a więc celem diagnozy.

1.2. Planowanie diagnozy

Diagnozę lokalną zaczynamy od **wyznaczenia obszaru naszego zainteresowania**. Można na przykład spróbować dowiedzieć się jak najwięcej o sytuacji starszych mieszkańców danej miejscowości. Ze względu na nasze możliwości możemy dookreślić o jaki przedział wiekowy nam chodzi i na jakim terytorium. Nie powinniśmy jednak wychodzić od problemu, bo często okazuje się on źle określony i wynikający z czynników, których się w ten sposób nie dostrzeże. Problem nieaktywnych osób starszych w Górkach Wielkich, a taki moglibyśmy zdiagnozować po przeczytaniu poprzedniej ramki, okazać się może tak naprawdę problemem fundacji, która tworząc dla starszych osób ofertę nie porozmawiała z nimi.

Nie zaczynamy przygotowywania diagnozy od definiowania problemu, bo problem jest często pewną, nie zawsze słuszną, a zwykle stereotypową definicją sytuacji. Musimy zrobić „krok do tyłu”, spojrzeć na kwestię z szerszego punktu widzenia. Może się wtedy okazać, że to, co definiowaliśmy jako problem – nie jest najistotniejszym czynnikiem określającym daną sytuację. Dodatkowo, koncentrowanie się na problemie prowadzi często do niedoceniania istniejących zasobów.

Po określeniu pola zainteresowania, **próbujemy znaleźć jak najwięcej ważnych w danym temacie czynników, instytucji, ważnych osób i okoliczności**. Można narysować sobie taką wstępną „mapę” zagadnień, które wpływają na daną kwestię. Taką mapę można oczywiście zmieniać i rozbudowywać albo zawężać. Czasem by lepiej zrozumieć co się teraz dzieje, trzeba poznać historię danego terenu czy grupy mieszkańców.

Czasem kluczowa może się okazać miejscowa fabryka, która mogła wyznaczać charakter i warunki życia na całe lata. Warto nie ustalać jednak wszystkich kroków i źródeł wiedzy od razu, by elastycznie reagować na nowe informacje i nie zasklepiać się w stereotypowych hipotezach.

Mapa zagadnień, czyli jak „narysować” nasz temat?

Zrobienie wyczerpującej listy zagadnień, których poznanie będzie potrzebne do zrobienia naszej diagnozy jest zadaniem bardzo wymagającym. Narysowanie takiej „mapy zagadnień” na dużej kartce może nam bardzo ułatwić wyobrażenie sobie tego, co musimy zrobić i pomoże, by o niczym nie zapomnieć.

Rysunek w formie mapy ułatwia uporządkowanie tematu. Stworzenie rysunku może być świetnym zadaniem na pierwsze spotkanie grupy robiącej diagnozę, a poza tym, pozwala zobaczyć nieoczywiste powiązania i relacje między elementami. Taką mapę możemy na poszczególnych etapach diagnozy zmieniać, dopisywać wątki, które odkryjemy w trakcie, skreślać rzeczy, które okazały się nieistotne. Mapa będzie nam również bardzo przydatna przy pisaniu podsumowania naszej diagnozy i raportu. Czyli, nie bójmy się rysowania!

Popatrz na przykład.

Gdybyśmy chcieli zbadać sytuację gminnej biblioteki, moglibyśmy narysować taką mapę:

Rysunek 1.



Pod każdym elementem mapy możemy potem dopisać, jakimi metodami go poznawać i skąd znaleźć odpowiedzi na interesujące nas pytania. Możemy zrobić wywiady z przedstawicielami każdej instytucji partnerskiej albo wejść na ich stronę. Może warto zaplanować ankietę wśród czytelników? Po rozmowie z dyrektorem biblioteki może okazać się, że najważniejszym partnerem biblioteki jest np. ksiądz proboszcz, o którym nie pomyśleliśmy albo biblioteka powiatowa. Trzeba będzie oba elementy dopisać. Biblioteka może pozostawać w konflikcie z Domem Kultury, ale świetnie współpracować ze szkołą. Wszystkie takie informacje trzeba nanosić w trakcie diagnozy.

Czy Twoim zdaniem ta mapa jest kompletna? Pomyśl o bibliotece, którą znasz i zastanów się co jeszcze byś dorysował/a?

Nie ma jednego przepisu na diagnozę lokalną. Bardzo dużo zależy od charakteru społeczności, rodzaju badanej kwestii, dostępu do źródeł, czasu jaki mamy, by skończyć nasze badanie.

Najważniejsze w przygotowaniu planu diagnozy:

1. **Ustalić jej cel** - np. jaka jest sytuacja starszych osób w Górkach Wielkich?
2. **Wypisać sobie wszystkie istotne czynniki, które mają wpływ na badany obszar i informacje, które chcemy mieć, żeby móc działać** (w przypadku warunków życia starszych osób w Górkach Wielkich może to być: ilość takich osób, na tle innych grup wiekowych, ich sytuacja materialna, rodzinna, lista instytucji, z którymi się kontaktują np. parafia, Koło Gospodyń Wiejskich, Ochotnicza Straż Pożarna, biblioteka, miejscowa przychodnia).
3. **Zrobić listę istotnych i dostępnych źródeł wiedzy na temat tych czynników i instytucji** (mogą to być strony internetowe urzędów, stare kroniki, archiwa lokalnej prasy, ale też przedstawiciele różnych instytucji, z którymi można porozmawiać).
3. **Zastanowić się jakimi metodami będziemy tę kwestię badać.**
4. **Wyznaczyć sobie limit czasowy.** Bez cezur czasu diagnoza może być wieczna, a przecież nie o to nam chodzi. Jeśli wiemy, kiedy mniej więcej chcemy skończyć, łatwiej nam będzie o mobilizację, ale i o efektywną selekcję nadmiaru danych.

Diagnoza lokalna to również okazja by zdobywając wiedzę skorzystać z doświadczenia innych inicjatyw, uczyć się na ich błędach, zwrócić uwagę na trudności, na które napotkano wcześniej, podpatrzeć dobre praktyki działań o podobnych celach czy skierowanych do podobnej grupy. Nie musimy wszystkiego wymyślać i zaczynać od nowa, dzięki temu łatwiej będzie nam o sukces.

Ale...

Nie bójmy się innowacyjnych rozwiązań i niestereotypowych sposobów myślenia. Czasem warto spojrzeć na stare zdawałoby się kwestie w świeży sposób. Diagnoza może być sposobem na spojrzenie na dany obszar „z lotu ptaka” i dostrzeżenie zupełnie nieoczywistych, ale skutecznych rozwiązań.

1.3. Co może być źródłem informacji i jak uzyskać dane?

Wróćmy jeszcze na chwilę do kwestii planowania diagnozy. Zadając sobie pytania na temat naszej społeczności od razu zastanawiamy się, gdzie możemy szukać na nie odpowiedzi. Banalne wydaje się stwierdzenie, że **wszystko może być źródłem informacji**, ale spójrzmy:

- o możliwości dojazdu na zajęcia dodatkowe opowiedzą nam młodzi ludzie, ale też przydatna będzie analiza rozkładu jazdy komunikacji, która łączy badaną miejscowość z innymi ośrodkami;
- warto pytać nie tylko tych, którzy mają być odbiorcami naszych działań, ale tych, którzy mogą mieć ciekawą wiedzę, do której na co dzień nie mamy dostępu – np. może warto o sytuacji gimnazjalistów porozmawiać także z ich starszym rodzeństwem;
- kto wie najwięcej? Może wcale nie nauczyciel, nie instruktor z domu kultury, ale właściciel jedynej w miejscowości pizzerii?

Poszczególne źródła informacji potrzebują odrębnych metod, które pozwolą na właściwe zebranie informacji. Te metody podzielimy tu na trzy główne kategorie:

1. Dane zastane
2. Metody ilościowe
3. Metody jakościowe

Zanim przejdziemy do szczegółowego opisu tych metod – przyjrzyjmy się pokrótce ich plusom i minusom:

- **Dane zastane**

- ✓ są ogólnie dostępne (np. w trybie Dostępu do Informacji Publicznej), w Internecie;
- ✓ można je porównywać między sobą;
- ✓ często jest już w nich analiza (np. raporty);
- ✓ jest ich bardzo dużo;

Ale...

- ✓ jest ich dużo, więc trzeba wybrać, co analizować;
- ✓ trzeba być uważnym, żeby rozdzielać fakty od opinii;
- ✓ proces ich zbierania angażuje tylko zespół badawczy;

- **Metody ilościowe**

- ✓ szukają odpowiedzi na pytanie ile i co;
- ✓ pozwalają zbadać dużą liczbę osób;
- ✓ skracają czas, który zabieramy badanemu;

Ale...

- ✓ wymagają przewidzenia wszystkich możliwych odpowiedzi;
- ✓ analiza wymaga znajomości programów statystycznych, a wnioskowanie – reguł statystycznych;
- ✓ nie można dopytać o przyczyny zjawisk;
- ✓ bywają bardzo nużące dla osób badanych;

- **Metody jakościowe**

- ✓ szukają odpowiedzi na pytanie: jak i dlaczego;
- ✓ zawsze można dopytać, gdy czegoś nie rozumiemy;
- ✓ scenariusz można zmienić w trakcie rozmowy;
- ✓ angażują badanego lub badanych;

Ale...

- ✓ zabierają dużo czasu (przeprowadzenie, spisywanie);
- ✓ ich analiza wymaga umiejętności „szukania poza słowami”;
- ✓ trudno uzyskać szczere odpowiedzi ze względu na brak anonimowości;

W kolejnych rozdziałach pokażemy, jak w najlepszy sposób korzystać z tych metod.

II Analiza danych zastanych

2.1. Do czego służy?

Przed zabraniem się do przeprowadzenia badania ankietowego czy wywiadów jakościowych warto zobaczyć, jakie dane i informacje są już dostępne i tym samym przygotować grunt pod bardziej pogłębione poszukiwania. Takie rozpoznanie terenu nazywa się niekiedy z angielskiego „desk research”, czyli „badaniem zza biurka” lub „badaniem gabinetowym”. Odróżnia je to od badań terenowych, które wymagają od badacza wyjścia w teren i osobistego spotkania ludzi. Analiza danych zastanych pozwala stwierdzić, co już zbadano przed nami, jakie materiały stworzyli wcześniej urzędnicy, inni badacze, instytucje różnego szczebla, organizacje pozarządowe, media itp.

Korzystanie z wcześniej opracowanych materiałów uchroni nas przed niepotrzebnym dublowaniem poprzedników. Nie musimy wytwarzać danych, które już istnieją. Budując na doświadczeniu innych, możemy zaoszczędzić czas, pieniądze i energię. Dzięki pozyskanym w ten sposób informacjom zdobędziemy kontekst i tło dla naszych działań. Nasze obserwacje zostaną wzbogacone o odmienną perspektywę, będziemy mogli postawić pierwsze hipotezy i zweryfikować część założeń. Dodatkowo, będziemy mogli zadać nowe pytania lub ponowić te już wcześniej zadane, by porównać wyniki kolejnych badań. Przy czym, pamiętajmy, że zarówno obecność danych, jak i ich brak jest dla nas cennym źródłem informacji.

Brak informacji to też informacja! Luki w istniejących źródłach stanowiły istotną wskazówkę dla zespołu Fundacji Rozwoju Dzieci im. Komeńskiego. W wyniku przeprowadzonej analizy stwierdzono, że w zasadzie nie ma kompleksowych danych na temat sytuacji dzieci w wieku 0-6 lat, szczególnie na terenach wiejskich. Małe dzieci są na wsi niewidzialne zarówno w życiu społecznym, jak również na poziomie dokumentów, badań i różnych strategii. Większość z nich, zanim trafi do zerówki, nie jest objęta żadną instytucjonalną opieką, a ich kontakty społeczne są ograniczone do najbliższej rodziny. W związku z tym rozpoczęto realizację programu „Niewidzialne Dzieci”, aby przeciwdziałać społecznemu wykluczeniu najmłodszych. Zadanie, jakie do wykonania otrzymały gminy kandydujące do

udziału w programie, polegało na zebraniu choć części informacji, które niewidoczne na poziomie ogólnopolskim, mogły zostać zebrane lokalnie.

2.2. Dane surowe i przetworzone

Podczas naszych poszukiwań natknijemy się na dwie grupy **danych zastanych** (nazywanych również **wtórnymi**).¹ Pierwszą z nich są **dane surowe**. Są to jeszcze nieprzetworzone informacje, uzyskane bezpośrednio przez badaczy. W przypadku badań ilościowych będą to tabele liczb, w których wiersze zazwyczaj odpowiadają poszczególnym respondentom, a kolumny zawierają zakodowane odpowiedzi na poszczególne pytania udzielone przez respondentów.² Takie dane mogą informować zarówno o cechach ilościowych (takich jak liczba woluminów w bibliotece, liczba wolontariuszy uczestniczących w imprezach domu kultury), jak i cechach jakościowych (np. płeć czy rodzaj szkoły, do jakiej uczęszcza dana osoba). Kolejnym etapem opracowywania tego typu danych są zestawienia tabelaryczne. Wybieramy różne typy informacji i je ze sobą zestawiamy, mogą to być na przykład miejsce zamieszkania, płeć oraz wyniki osiągane w szkole. Należy jednak pamiętać, że określenie „dane surowe” nie jest precyzyjne. Potocznie odnosi się także do suchej prezentacji wyników badań, która nie zawiera żadnej odautorskiej interpretacji.

Dane surowe przeważnie nie są łatwo dostępne. Na stronach Głównego Urzędu Statystycznego możemy znaleźć informacje już do pewnego stopnia opracowane w postaci zestawień tabelarycznych czy wskaźników. Jeżeli dysponujemy odpowiednią wiedzą, możemy pokusić się o pracę na dostępnych nam zbiorach danych surowych. Skłonimy się ku temu, w przypadku gdy interesujące nas opracowania jeszcze nie powstały, chcemy przeanalizować zastany materiał pod innym kątem (na przykład w zestawieniach w jednej kategorii umieszczono dzieci uczące się w szkołach z boiskiem i bez, my zaś chcemy wziąć pod uwagę tylko uczniów szkół nie posiadających infrastruktury sportowej) lub mamy ograniczone zaufanie do istniejących interpretacji.

- 1 Istnieje także grupa danych pierwotnych, które powstają w wyniku konkretnego badania przy wykorzystaniu metod ilościowych (sondaży) lub jakościowych (wywiadów, obserwacji). Zbieraniem danych pierwotnych zajmujemy się w rozdziałach poświęconych metodom badawczym.
- 2 O sposobach kodowania piszemy szerzej w części poświęconej badaniom ilościowym, na str. 43.

Niestety w Polsce dostęp do surowych statystyk publicznych nadal jest poważnie utrudniony. Urzędy zazdrośnie strzegą swoich skarbów, dzieląc się danymi bardzo niechętnie lub odpłatnie. Dzieje się tak, mimo że bazy danych są tworzone przez administrację publiczną za pieniądze podatników i teoretycznie powinny być na wyciągnięcie ręki. Inną perspektywę przyjęły np. rządy amerykańskie i australijskie, które na specjalnych portalach - <http://www.data.gov> oraz <http://data.australia.gov.au>, uwolniły ilość danych, która przyprawia o zawrót głowy.³ Użytkownicy portali mogą samodzielnie porównywać wybrane przez siebie kategorie, wskaźniki, terytoria i zmiany w czasie i wrzucać takie opracowania, aby pokazać innym swoją perspektywę. O klik myszki oddalone są od siebie zbiory informacji z tak tematycznie odległych instytucji amerykańskich jak Biuro Transportu, Departament Obrony Narodowej i Federalna Komisja Wyborcza.

Rządy kierowały się tutaj zasadą, że wspólny wysiłek bardzo wielu osób może przynieść wiele dobrego nie tylko samym użytkownikom, ale także administracji. Jak czytamy w powitaniu na stronie australijskiej: „Zachęcamy cię do sprawienia, by rządowe dane stały się jeszcze bardziej użyteczne – baw się nimi, dowolnie je ze sobą miksuj, aby stworzyć coś nowego i ekscytującego!”. To bardzo odświeżające podejście do statystyk publicznych. A wiadomo, że zabawa jest świetnym sposobem na dokonanie genialnych odkryć. Co ciekawe, wcale nie trzeba mieć świetnej wiedzy statystycznej, żeby pobawić się danymi. Powstaje dużo aplikacji, opracowywanych przez internautów, które są bardzo łatwe w obsłudze. Strona <http://www.datamasher.org>, gdzie zgromadzono różne statystyki z poziomu amerykańskich stanów, pozwala na bardzo proste miksowanie różnych danych każdemu laikowi.

Miejmy nadzieję, że na fali upowszechniania się idei „otwartej nauki” i „otwartej wiedzy” (por. www.creativecommons.pl) również i polskie statystyki zostaną wypuszczone na wolność.

O polskim serwisie „Moja Polis” zbierającym różne dane statystyczne przeczytasz na stronach 23 i 24.

3 Podobne strony prowadzą także: Wielka Brytania (<http://data.gov.uk>), Estonia (<http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/statfile1.asp> - strona dostępna w języku angielskim), Kanada (<http://openparliament.ca>), Norwegia (<http://data.norge.no>) i Nowa Zelandia (<http://www.data.govt.nz>).

Przeważnie jednak posługujemy się **danymi** w jakimś stopniu **przetworzonymi**. To wszystkie informacje, które zostały opracowane przez kogoś innego (przy czym, jak zobaczymy w dalszej części rozdziału, ich autorem nie musi być koniecznie człowiek). Natykamy się na nie na każdym kroku i tylko granice naszej wyobraźni stanowią barierę w znajdowaniu ich kolejnych źródeł.

Podczas przeprowadzania diagnozy lokalnej w pierwszym odruchu myślimy prawdopodobnie przede wszystkim o dostępnych statystykach publicznych gromadzonych np. przez Główny Urząd Statystyczny (na stronie internetowej GUS-u www.stat.gov.pl można znaleźć Bank Danych Regionalnych)⁴, czy obserwatoria rynku pracy (np. www.obserwatorium.malopolska.pl). Posługując się nimi, poznamy szerszy kontekst dla sytuacji na badanym przez nas terenie, zobaczymy także jak stan rzeczy zmieniał się w czasie.

Często jednak dane dostępne w zbiorach statystyk publicznych nie uwzględniają poziomu lokalnego (czyli są zagregowane na wyższym poziomie – na przykład powiatu, województwa lub kraju). Nie możemy na ich podstawie z pewnością twierdzić, jak kształtuje się sytuacja w danej gminie, wsi czy na wybranym osiedlu. Dodatkowo, nie zawsze zawierają one dane, które nas szczególnie interesują. Fakt, że pewne dane i opracowania wskazują, że w naszym województwie, czy nawet w sąsiednim mieście istnieje jakieś zjawisko, nie oznacza, że występuje ono również u nas. To, że pewne regiony zmagają się z wysokim bezrobociem nie oznacza automatycznie, że i u nas ten problem jest najważniejszy. **W diagnozie pewnego miasteczka wśród głównych bolączek wymieniono bezdomność, lecz przy bliższym przyjrzeniu się sprawie, okazało się, że mieszka tam tylko jedna osoba bezdomna.** Dlatego warto w jak największym stopniu korzystać z danych dostępnych i wytwarzanych lokalnie oraz nie przekładać automatycznie zaślyszanych opinii na naszą okolicę.

Sytuację rozproszenia danych z wielu instytucji i niedoreprezentowania poziomu lokalnego, chcą zmienić twórcy serwisu „Moja Polis” (www.moja-polis.pl). Stowarzyszenie Klon/Jawor, które administruje serwisem, tworzy miejsce, gdzie w przystępny sposób prezentowane są dane o wybranych

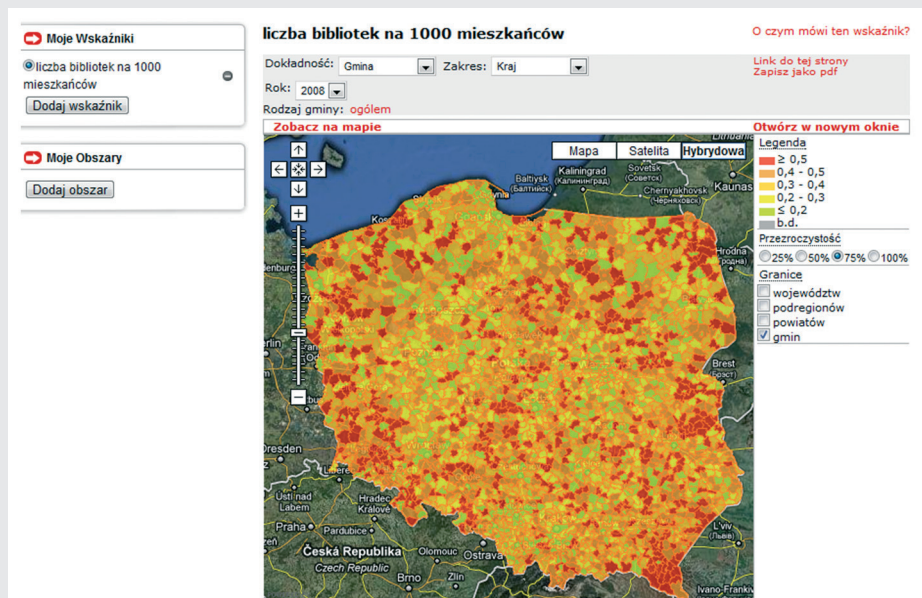
4 Od 2007 roku GUS przygotowuje się do stworzenia Banku Danych Lokalnych, jednak informacje na temat postępów prac są dość skąpe.

aspektach kondycji społeczności lokalnych. Dostępne wskaźniki dotyczą m.in. jakości życia, demografii, różnych dziedzin gospodarki, rynku pracy, środowiska naturalnego, edukacji i rozmaitych aspektów życia lokalnego. W jednym miejscu można znaleźć dane pochodzące np. z Banku Danych Regionalnych, badań sondażowych przeprowadzanych przez ośrodki akademickie i na zlecenie instytucji publicznych, statystyki pochodzące z rozmaitych urzędów. Dzięki temu serwis jest świetnym narzędziem dla osób i instytucji zajmujących się tworzeniem diagnoz społeczności oraz prowadzeniem projektów służących rozwojowi lokalnemu.

Serwis ma postać interaktywnej, skalowalnej mapy oraz przeglądarki umożliwiającej inne sposoby prezentacji danych (takie jak wykresy, zestawienia tabelaryczne, rangowania). Użytkownik serwisu może samodzielnie budować interesujące go kwerendy danych w postaci różnego rodzaju zestawień, rankingów i porównań.

Strona jest cały czas rozwijana, w miarę pozyskiwania nowych baz danych od instytucji. Warto więc często na nią zaglądać!

Rysunek 2. Przykładowe przedstawienie danych w serwisie „Moja Polska” – liczba bibliotek na 1000 mieszkańców w podziale na gminy



Źródło: www.mojapolsa.pl

Dużo lokalnych instytucji (publicznych lub nie) gromadzi dane na użytek bieżącej działalności i sprawozdawczości, produkuje różne dokumenty. Wystarczy tu wymienić uchwały władz, strategie, programy, budżety, protokoły, sprawozdania, raporty. Sporo z nich dostępnych jest na stronach internetowych odpowiednich podmiotów (np. w biuletynach informacji publicznej), po większość z nich trzeba się jednak udać osobiście.

Miejsca, do których możemy się wybrać na poszukiwania to np.

- a. urzędy gminne, ich wydziały i komisje (np. biuro planowania przestrzennego, komisja ds. przeciwdziałania problemom alkoholowym, wydział lokalowy, edukacji czy spraw społecznych),
- b. ośrodki pomocy społecznej, powiatowe centra pomocy rodzinie (np. raporty i opracowania OPS-ów na temat udzielanych świadczeń, sytuacji rodzin w trudnym położeniu),
- c. powiatowe urzędy pracy (PUP-y) - (np. dane na temat bezrobocia wśród absolwentów szkół),
- d. placówki opiekuńcze i oświatowe (np. przedszkola, żłobki, szkoły, domy dziecka, świetlice środowiskowe),
- e. policja i straż miejska (np. dane na temat interwencji policyjnych, miejsc niebezpiecznych),
- f. centra i domy kultury, biblioteki (np. informacje o działalności kulturalnej oraz uczestnictwie dzieci w zajęciach),
- g. ośrodki zdrowia (np. statystyki dotyczące szczepień małych dzieci, opieki nad kobietami w ciąży),
- h. parafie, koła Caritasu (np. informacje na temat rodzin korzystających z pomocy),
- i. lokalne organizacje pozarządowe (np. przebieg dotychczasowych działań, grupy odbiorców).

Część z wymienionych powyżej placówek to instytucje publiczne i w związku z tym większość wytwarzanych przez nie dokumentów powinna być udostępniana na mocy ustawy o dostępie do informacji publicznej (ustawa z dnia 6 września 2001 r.). Zapewnia ona obywatelom możliwość wglądu w dokumenty urzędowe oraz we wszystkie informacje, które wiążą się ze sposobem wydatkowania pieniędzy publicznych. Jeżeli działamy w ramach międzysektorowego partnerstwa

przeprowadzającego diagnozę społeczności, nasze szanse na uzyskanie danych rosną. Nie bez znaczenia są również lokalne sieci kontaktów, dzięki którym możemy nie tylko zdobyć interesujące nas dane, ale również dowiedzieć się o mniej oczywistych źródłach informacji. Więcej o dostępie do informacji publicznej można dowiedzieć się na stronie www.informacjapubliczna.org.pl.

Warto także pamiętać o istnieniu raportów i analiz opracowanych przez ośrodki naukowe (np. Diagnoza Społeczna prowadzona cyklicznie przez prof. Janusza Czaplińskiego, www.diagnoza.com), badawcze (takie jak CBOS), think-tanki, organizacje pozarządowe, jak również o sięganiu do materiałów zgromadzonych w bibliotekach i archiwach.

Osobną kategorię danych stanowią informacje publikowane w mediach (telewizji, gazetach, internecie, radiu). Dzięki nim możemy stwierdzić, czy dana kwestia istnieje w dyskursie publicznym i jak jest postrzegana. Być może ktoś napisał kiedyś krytyczny komentarz na temat sposobów wykorzystywania zasobów naturalnych w naszej gminie (zanieczyszczona rzeka, brak informacji turystycznej) lub zauważył fantastyczną inicjatywę, która umknęłaby inaczej naszej uwadze (zespół ochotników - piłkarskich trenerów podwórkowych). Warto również niekiedy zajrzeć na strony internetowe, fora (prowadzone lokalnie lub w ramach większych serwisów społecznościowych, takich jak grono.net, nasza-klasa.pl), oraz blogi prowadzone przez młodych ludzi.

2.3. Jak sobie radzić z danymi?

Dane zastane otaczają nas na każdym kroku. Wraz z rozwojem internetu, przybywa w niesamowitym tempie źródeł informacji i dostępnych materiałów. Musimy się zatem zmierzyć nie tylko z rozproszeniem informacji, ale też z ich nadmiarem, czyli wyposażyć się w narzędzia pozwalające na ich selekcję i odpowiedni dobór. Warto przed rozpoczęciem poszukiwań i w trakcie ich trwania mieć z tyłu głowy kilka podstawowych pytań.

✓ **Czego szukamy?**

Należy się przede wszystkim zastanowić, jaki temat nas najbardziej interesuje, czy informacja, którą znaleźliśmy wniesie coś nowego do już posiadanej przez nas wiedzy oraz czy będzie adekwatna.

Możemy tu zatem brać pod uwagę:

- **poziom zbierania danych** (lokalny, regionalny, krajowy),
- **szczegółowość dostępnych informacji**,
- **aktualność danych i czas**, w którym były zbierane lub analizowany przedział czasowy (obserwujemy sytuację na przestrzeni lat czy miesięcy?). Warto tu zwrócić uwagę, w jakim momencie były gromadzone – czy zewnętrzne czynniki nie wpłynęły na interesujące nas zmienne, np. czy momentu badania nie poprzedziło bezpośrednio istotne wydarzenie, czy było ono przeprowadzane w okresie świątecznym, wyborczym, wakacyjnym,
- **wiarygodność danych**, autorów opracowań i badań oraz zleceńodawców.

✓ **„Nie wszystko złoto, co się świeci”.**

Podchodząc do źródeł różnego typu musimy zachować pewną czujność. Nie bez racji są tu porównania do detektywa czy historyka, którzy z dostępnych tropów muszą odtworzyć fragment rzeczywistości. Zwróćmy uwagę, czy źródła z jakich korzystamy są wiarygodne oraz z jakiej perspektywy zostały stworzone. Przyjrzeć się należy, kto jest autorem tekstów – czy instytucje lub osoby są wiarygodne, mają udokumentowany dorobek. O ile niektórzy w dalszym ciągu zbyt nieufnie podchodzą do informacji znajdujących w internecie, o tyle istnieją entuzjaści wierzący we wszystkie rzeczy tam znalezione. Materiały w internetowej encyklopedii „Wikipedia” (pl.wikipedia.org) tworzonej społecznie przez internautów, mogą być świetnym punktem wyjścia, na pewno jednak nie można na nich poprzestawać.

Nie bez znaczenia jest, do jakich celów dokumenty zostały pierwotnie opracowane oraz czy mają potwierdzenie w danych z innych źródeł. Sprawozdania i komunikaty publikowane przez różne instytucje mogą wymagać pewnej dozy krytycznego spojrzenia (jeśli ich celem było przedstawienie autorów w dobrym świetle). **Nade wszystko trzeba być uważnym, aby rozdzielać fakty od opinii.** Czytając materiały, zwracamy uwagę na trzy poziomy interpretacji:

- treść przekazaną wprost,
- treść przemilczaną – to, że się o czymś nie mówi, nie znaczy, że nie miało to miejsca, niekiedy jest pomijane świadomie lub nieświadomie (np. ponieważ dana kwestia nie jest postrzegana jako zagadnienie godne uwagi),
- to, co wynika z formy przekazu (np. używanie określonych sformułowań).

✓ Zebraliśmy dane i...?

Samo zebranie danych nie równa się sporządzeniu diagnozy. Nie tylko wymagają one uzupełnienia badaniami innego typu – wywiadami lub ankietami, należy je również odpowiednio przeanalizować. Zestawienia danych w postaci tabeli czy raportu często nie przemawiają do wyobraźni, podczas gdy nawet najprostsze dane zestawione ze sobą na mapie mogą otworzyć oczy na niedostrzegane do tej pory problemy, okazując się inspirującym źródłem informacji. Powstają wtedy mapy społeczne, które wiążą zagadnienia społeczne (stosunki demograficzne, warunki socjalno-bytowe) ze strukturą zagospodarowania przestrzennego i geografią terenu.

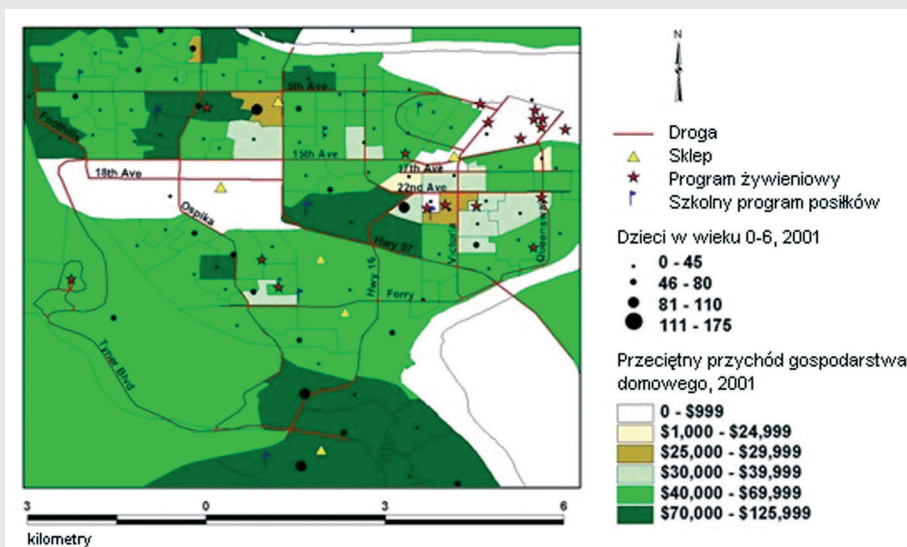
Wystarczy zatem розміścić na mapie gminy miejsca, gdzie mieszkają małe dzieci i sprawdzić, jak na ich tle wygląda gminna mapa ubóstwa sporządzona na podstawie danych z ośrodków pomocy społecznej. Dzięki temu uzyskujemy odpowiedź na pytanie, jaka grupa dzieci znajduje się w środowisku, w którym mogą być niezaspokajane podstawowe potrzeby. Czy skupiska małych dzieci oddalone są od centrum miejscowości? Czy istnieje w ich pobliżu jakakolwiek infrastruktura ułatwiająca życie młodym matkom i ojcom?

Dobłą ilustracją zestawień danych zastanych w postaci map społecznych są dwa przedsięwzięcia kanadyjskie i amerykańskie, przytoczone poniżej.

W ramach kanadyjskiej międzysektorowej, partnerskiej inicjatywy Children First w Kolumbii Brytyjskiej stworzono kompleksową analizę sytuacji dzieci do lat 6 na terenie miasta Prince George. W jej ramach opracowano między innymi mapy dostępu do żywności (Rysunek 3, str. 29). W prezentowanym poniżej przykładzie wykorzystano następujące dane socjoekonomiczne pozyskane z różnego rodzaju badań: liczebność

populacji dzieci poniżej 6 roku życia, lokalizację sklepów spożywczych i programów żywieniowych oraz dane dotyczące średnich dochodów gospodarstw domowych. Analizę tę wykonano, by sprawdzić, czy Prince George wychodzi naprzeciw potrzebom rodzin z niższym dochodem umożliwiając im korzystanie z dostępnych sklepów. Dzięki temu można było określić, w którym miejscu najlepiej wdrożyć programy żywieniowe (banki żywności, społeczne uprawy i kuchnie).

Rysunek 3. Mapa przedstawiająca populację dzieci w wieku 0-6 lat, średni dochód gospodarstw domowych oraz lokalizację sklepów spożywczych i programów żywieniowych w Prince George.



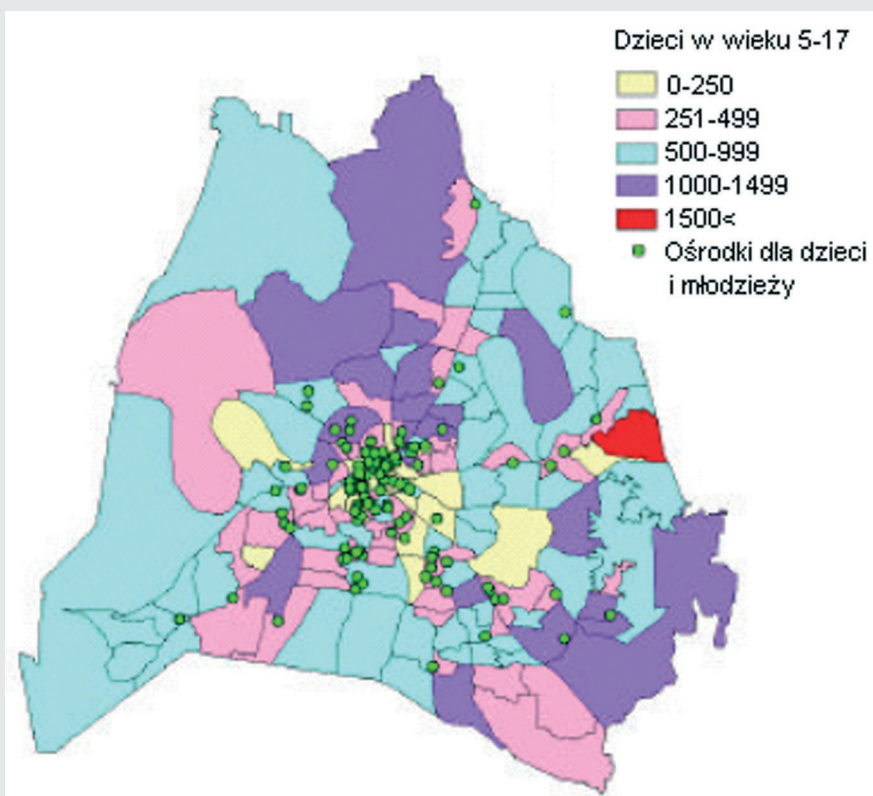
Źródło: <http://www.childrenfirstpg.com/assetmapping.htm>

W amerykańskim hrabstwie Nashville-Davidson (Tennessee) Urząd ds. Dzieci i Młodzieży przeprowadził diagnozę sytuacji dzieci i młodzieży zamieszkujących hrabstwo. Dzięki współpracy z ośrodkami zbierającymi dane o tej grupie lub świadczących usługi na jej rzecz, zebrano bogaty zbiór danych oraz opracowano szereg wskaźników opisujących jakość życia dzieci i młodzieży. Bezcenne okazały się również dane spisowe, które zapewniły informacje o strukturze rodzin, ich dochodach, poziomie ubóstwa oraz udziale rodziców na rynku pracy. Niezwykle ważną częścią

opracowania było zidentyfikowanie zasobów, które umożliwiały zaspokojenie potrzeb dzieci i młodzieży oraz luk w systemie usług.

Na prezentowanej mapie (Rysunek 4) zestawiono dane o liczebności populacji dzieci w wieku 5-17 lat oraz ośrodki świadczące usługi dzieciom i młodzieży. Okazało się, że wiele części hrabstwa, które dzieci zamieszkują najliczniej, nie dysponuje odpowiednim zapleczem. W wyniku tej prostej operacji wyraźnie widoczne stało się, gdzie powinny zostać uruchomione nowe placówki lub programy dla młodzieży.

Rysunek 4. Populacja dzieci i młodzieży w wieku 5-17 lat oraz dostępne ośrodki świadczące usługi dla tej grupy osób w hrabstwie Nashville-Davidson



Źródło: U.S. Census Bureau Using Census Data to Help Local Communities: Census Information Centers at Work CLO/03-CIC U.S. Government Printing Office, Washington, DC 20402

✓ **Podsumowując...**

Poszukiwanie materiałów w naszym otoczeniu, w bezpośredniej bliskości instytucji zbierających dane, umożliwia nam dostęp do bardzo interesujących informacji. Pozwalają one na dość szczegółowy opis wybranej społeczności. Ułatwia to pogłębioną analizę interesującego nas obszaru z dokładnością do ulicy czy osiedla. Dzięki temu poznajemy lepiej odbiorców naszych działań oraz warunki ich życia. Ogląd ten jest oczywiście niepełny – zatem kolejnym krokiem powinny być badania wykonane samodzielnie, o czym szerzej piszemy w następnych rozdziałach.

III Metody ilościowe

3.1. Do czego służą?

Badania ilościowe to kolejny typ badań społecznych. Tym razem jednak mamy zasadniczy wpływ na to, w jaki sposób zostaną wytworzone dane. Badania ilościowe mają za zadanie ukazać proporcje, rozkład opinii na jakiś temat, hierarchię preferencji. Podstawowe pytanie, na które przynoszą odpowiedź badania ilościowe, to pytanie „ile”. Możemy się więc dowiedzieć, jaki procent mieszkańców jakiejś miejscowości (kraju, kontynentu... - dowolnie określonej jednostki geograficznej) ma psa, ogląda program „Teraz MY”, ma dostęp do internetu, bywa w teatrze. Słowem: możemy uzyskać ilościowy wskaźnik jakiegoś stanu rzeczy, o które zdecydowaliśmy się zapytać.

3.2. Kogo badamy?

Badania ilościowe są zazwyczaj prowadzone na tzw. próbach. Oznacza to, że nie pytamy wszystkich, których opinie nas interesują. Próby te są odpowiednio dobierane tak, by uzyskane wyniki można było generalizować na szerszą populację – tzn. uznać, że odpowiedzi np. 100 przebadanych osób dobrze reprezentują opinie w mieście. Mówimy wtedy o tzw. **reprezentatywności**.

W badaniach ilościowych realizowanych przez instytuty badawcze przestrzega się rygorystycznych zaleceń dotyczących doboru próby, losowości czy reprezentatywności. W wielu przypadkach można jednak przyjąć mniej rygorystyczne zasady doboru próby. Przekłada się to oczywiście na możliwość uogólniania uzyskanych wyników. W kontekście lokalnym rzadko mamy szansę na profesjonalny dobór osób badanych. Nie przekreśla to jednak szansy na uzyskanie lepszej orientacji w jakiejś kwestii.

Typy doboru próby:

- Próba kwotowa

Próba dobrana w ten sposób, aby rozkład (kwoty) wybranych cech w tej grupie był taki sam jak w badanej populacji. Jeśli w ba-

danej szkole uczy się 52% dziewcząt, to dbamy o to, aby w naszej próbie dziewczęta stanowiły 52 %.

- Próba losowa

Zupełnie przypadkowy dobór osób do badania, np. co 4 gospodarstwo domowe.

- Próba celowa

Próba, do której dobiera się osoby, które naszym zdaniem będą miały najwięcej do powiedzenia lub z jakiś innych powodów będą dla nas użyteczne, np. naszą próbę stanowią tylko użytkownicy jakiegoś produktu.

Na potrzeby naszych badań dobrze będzie stosować **dobór mieszany**. Czyli – dbać o istotne dla nas kwoty (np. wiek, płeć), w ramach określonych kwot stosować dobór losowy, dbając aby w próbie nie zabrakło tych, na których opiniach szczególnie nam zależy.

Pojawia się pytanie, ile ankiet należy zrobić. To zależy od badanej populacji. Kilkadziesiąt ankiet to już całkiem zadowalająca próba w małych badaniach lokalnych. Ważne natomiast, aby za każdym razem **podawać liczebność próby**, tak aby odbiorcy wyników mogli mieć pojęcie o skali badania.

3.3. Jak budować kwestionariusz?

Układając kwestionariusz na jakiś temat, musimy zdać sobie sprawę z tego, że dowiemy się z niego tylko tyle, ile sami do niego „włożymy”. Ponieważ jest to narzędzie ustrukturyzowane, prowadzone w sposób zestandaryzowany, niepozwalający na wprowadzanie zmian w trakcie badania, to kluczowe jest odpowiednie przygotowanie do ułożenia pytań kwestionariuszowych. Dobrze jest na tym etapie zadać sobie następujące pytania: Jaki jest cel badania? Na jakie pytania chcę odpowiedzieć? Co muszę wiedzieć, żeby udzielić tej odpowiedzi? Kiedy odpowiemy sobie na te pytania, będziemy mogli stworzyć schemat problemu, w którym wyróżnimy te aspekty, o które należy zapytać.

Przykładowo, chcąc zrozumieć, dlaczego tak niewielu mieszkańców przychodzi na spotkania wspólnoty mieszkaniowej, trzeba rozważyć następujące kwestie:

Rysunek 5.



To tylko przykładowe aspekty, które wchodzi w grę. Być może samodzielnie nie uda się nam wymyślić wszystkich istotnych czynników. Dlatego warto na tym etapie skonsultować się z innymi osobami. Można zapytać o ich doświadczenia w tym zakresie, przedyskutować naszą „mapę”. Dobrym rozwiązaniem jest zorganizowanie burzy mózgów, w czasie której warto pomyśleć o nawet najbardziej nieprawdopodobnych czynnikach, które mogą wpływać na to, że ktoś chodzi lub nie na spotkania wspólnoty mieszkaniowej.

Kiedy stworzy się taką „mapę problemu”, można przystąpić do formułowania pytań. Pytania powinny dotyczyć każdego z aspektów, które zidentyfikowaliśmy jako istotne dla niego. W ten sposób będziemy mogli się dowiedzieć, który z czynników odgrywa najważniejszą rolę.

3.4. Pytania w kwestionariuszu

Pytania w kwestionariuszu (ankiecie) mają zwykle charakter zamknięty, tzn. odpowiedzi udziela się poprzez wybór jednej z kilku zaproponowanych możliwości.

Czy brałeś w ciągu ostatniego roku udział w projektach dla młodzieży, realizowanych w ramach grantu, przez jakąś grupę lub organizację społeczną?

- | |
|------------------|
| 1. nie brałem |
| 2. tak, w jednym |
| 3. tak, w kilku |

Kwestionariusz może dotyczyć jednego lub kilku tematów. Zwykle staramy się zadać kilka pytań do każdego tematu – tak, by zwiększyć wiarygodność naszych wyników i zebrać bardziej szczegółowe informacje. Pytamy zwykle o różne aspekty jakiejś kwestii, o różne typy zachowań oraz częstotliwość ich występowania.

Osobną grupą pytań, która powinna być elementem każdego kwestionariusza są tzw. **pytania metryczkowe**. Dotyczą one podstawowych informacji o naszym respondencie i mają kluczowe znaczenie dla analiz, które chcemy potem prowadzić. Pytania te dotyczą: płci, wieku, poziomu wykształcenia, wykonywanego zawodu, sytuacji rodzinnej czy miejsca zamieszkania. To, jak szeroka i jak szczegółowa jest metryczka zależy od celu badania i autora kwestionariusza. Zwykle jest ona umieszczana na końcu kwestionariusza.

1. Proszę powiedzieć ile ma Pan/i lat?

2. Proszę zaznaczyć płeć.

2.1. K

2.2. M

3. Jaki jest Pana/i stan cywilny?

3.1. Zamężna / żonaty

3.2. Wolny

3.3. Wdowa/wdowiec

3.4. Rozwódka/rozwódziona

4. Ile osób liczy Pana/i gospodarstwo domowe, włączając Pana/ią?
..... (wpisać liczbę osób)

5. A ile dzieci? (wpisać liczbę dzieci)

W kwestionariuszu możemy też użyć bardziej złożonych pytań:

- **Pytanie z filtrem** - Pytanie w którym od wybrania konkretnej odpowiedzi zależy, czy zadane zostanie kolejne pytanie

1. Czy masz rodzeństwo?
 - a. Tak – przejdź do pytania nr. 2
 - b. Nie – przejdź do pytania nr. 3
2. Ile masz rodzeństwa? -----Wpisz liczbę rodzeństwa

- **Pytania tabelaryczne** - Pytania, w których respondent ma zgrupowane ze sobą pytania, na które może odpowiadać w ten sam sposób.

	Czy brałeś udział w następujących działaniach (zaznacz właściwą odpowiedź)	tak	nie
1	Udział w diagnozie lokalnej (rozmowy na temat tego, co robię i co myślę o moim miejscu zamieszkania)		
2	Informowanie mieszkańców o realizacji projektu		
3	Spotkanie wszystkich uczestników podsumowujące projekt		
4	Prezentacja końcowa projektu przed mieszkańcami		

Osobną kategorią są **pytania otwarte**. Wymagają one oddzielnej analizy, o czym mowa w rozdziale dotyczącym analizy danych. W pytaniu otwartym zostawiamy miejsce, w którym respondent wpisuje dowolną odpowiedź.

Jakie trzy określenia wybrałbyś, aby opisać swoją szkołę?

.....
.....

3.5. Najczęściej popełniane błędy w pytaniach

Przy tworzeniu kwestionariusza trzeba wystrzegać się błędów, które mogą wypaczać wyniki badania.

- Pytanie sugerujące – w sposób pośredni wskazuje, jaka odpowiedź jest „poprawna” (np. poprzez powołanie się na autorytet, albo formę pytania retorycznego)

Czy nie uważasz, że palenie w miejscach publicznych powinno być zabronione?

- a. Zdecydowanie tak
- b. Raczej tak
- c. Raczej nie
- d. Zdecydowanie nie
- e. Trudno powiedzieć

Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem Jana Pawła II, że nie można wykluczać religii z życia publicznego?

- a. Zdecydowanie tak
- b. Raczej tak
- c. Raczej nie
- d. Zdecydowanie nie
- e. Trudno powiedzieć

- Pytanie podwójne – nie wiadomo, na którą część pytania należy odpowiedzieć

Czy chciałbyś pójść na studia i zamieszkać bez rodziców?

- a. Zdecydowanie tak
- b. Raczej tak
- c. Raczej nie
- d. Zdecydowanie nie
- e. Trudno powiedzieć

- Pytanie z przeczeniem - respondent nie wie, czy odpowiedź oznacza potwierdzenie czy zaprzeczenie

Ogólnie rzecz biorąc, nie mam problemów aby angażować innych w swoje działania

- a. Zdecydowanie tak
- b. Raczej tak
- c. Raczej nie
- d. Zdecydowanie nie
- e. Trudno powiedzieć

- Sugerująca kolejność pytań – poprzez zastosowaną kolejność wzmacniamy znaczenie kwestii, o którą pytamy.

Czy spotkałeś się ze zjawiskiem przemocy fizycznej w Twojej szkole?

- a. Tak
- b. Nie

Czy słyszałeś o zjawisku przemocy w innych szkołach?

- a. Tak
- b. Nie

Czy uważasz, że przemoc fizyczna w szkole to ważny problem społeczny?

- a. Tak
- b. Nie

Trzeba też pamiętać o tym, że ludzie nie zawsze chcą przyznać się do tego, co naprawdę myślą, nie zawsze też chcą przyznać się do tego, że czegoś nie wiedzą. Mówi się o tym, że badania społeczne są wrażliwe na kwestię tego, co jest akceptowane społecznie, a także normę poprawności politycznej. Przejawia się to tym, że ludzie nie przyznają się do swoich uprzedzeń czy obaw (np. mówią, że nie mają nic przeciwko temu, żeby ich zięciem został ktoś czarnoskóry, kiedy tak naprawdę obawialiby się tego). Z kolei w przypadku wyborów np. samorządowych obserwuje się prawidłowość taką, że partie, które są w mediach wyśmiewane, krytykowane, uzyskują w sondażach mniejsze poparcie niż w rzeczywistych wyborach – ponieważ ludzie wstydzą się przyznać do swoich autentycznych preferencji politycznych.

Aby poradzić sobie z tymi kłopotami, trzeba zapewnić ludziom anonimowość w czasie odpowiadania na pytania kwestionariusza, tak by czuli, że mogą naprawdę szczerze odpowiadać. Trzeba też zachować ostrożność w przypadku pytań o kwestie drażliwe społecznie. Przede wszystkim nie należy ich umieszczać na początku kwestionariusza. Dobrze jest ulokować je gdzieś w środku, tak by respondenci mieli szansę na oswojenie się z sytuacją badania.

Pytania, które zamieszcza się w kwestionariuszu, powinny dotyczyć tego, o czym ludzie mogą nam bez trudu opowiedzieć. Najłatwiej mówić o tym, co nam się przydarzyło, co miało miejsce. Wtedy po prostu opowiadamy o swoim doświadczeniu. Dlatego najlepszymi pytaniami są takie, które odwołują się do tego, co respondent naprawdę robi lub robił w przeszłości.

Należy unikać pytań o deklaracje (tam, gdzie jest to możliwe). Ludzie często ze zwykłej grzeczności chcą przytakiwać osobie prowadzącej badanie i np. mówią, że chętnie kupią coś, co sprzedajemy. Potem jednak okazuje się, że tego nie robią.

Układając pytania kwestionariuszowe, trzeba pamiętać o przestrzeganiu następujących zasad:

- układ pytań musi tworzyć logiczny ciąg (bloki tematyczne);
- przechodzimy od pytań ogólnych do szczegółowych;
- trudne pytania umieszczamy w środku kwestionariusza - te wymagające mniej zastanowienia na początku i na końcu;
- pytania nie mogą się powtarzać (za wyjątkiem tych, które są pytaniami kontrolnymi);
- pytania muszą wynikać z podjętej problematyki badawczej i zasad budowy kwestionariusza;
- pytania powinny być przystępne i zrozumiałe dla każdego respondenta;
- znaczenie pytania musi być takie samo dla pytającego, jak i respondenta;
- każde pytanie może się odnosić tylko do jednego zagadnienia;
- pytania muszą być neutralne – nie mogą sugerować odpowiedzi;
- pytania muszą być jednoznaczne;
- pytania muszą dawać możliwość udzielenia wyczerpującej odpowiedzi;

- nie możemy umieszczać pytań, które mogą stwarzać możliwość do udzielenia nieszczerých odpowiedzi;
- należy unikać pytań drażliwych i na tematy osobiste;
- najważniejsze przy opracowaniu kwestionariusza jest umieszczenie dokładnej instrukcji udzielania odpowiedzi.

3.6. Kafeteria

Kolejnym wyzwaniem jest przygotowanie zestawu odpowiedzi. W badaniach ilościowych możemy oczywiście stosować pytania otwarte, polegające na tym, że respondent musi wpisać swoją odpowiedź, ale trzeba mieć świadomość tego, że takich pytań w kwestionariuszu nie może być zbyt wiele. Nie każdy umie ubrać w słowa swoje myśli i doświadczenie (zwłaszcza, kiedy nie ma czasu lub ochoty). Doświadczenie uczy, że badani często pozostawiają pole pod pytaniem otwartym puste bądź porzeczają na zdawkowej odpowiedzi. Pytania otwarte są także trudne do analizowania, ponieważ trzeba je grupować w osobne kategorie, co może być uciążliwe przy dużej ilości ankiet. Dlatego do większości pytań w kwestionariuszu trzeba opracować dla badanych zestaw odpowiedzi do wyboru. Zestaw odpowiedzi będzie wynikał z treści pytania. Można jednak wskazać kilka podstawowych formatów odpowiedzi.

Kiedy pytamy o opinie, zwykle prosimy respondenta o oznaczenie, na ile zgadza się z jakimś stwierdzeniem. Taki format odpowiedzi jest bogatszy od prostego zróżnicowania na „tak”-„nie” i umożliwia bogatsze analizy.

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem „pracująca zawodowo matka może zapewnić swoim dzieciom równie dużo ciepła i bezpieczeństwa, co matka nie pracująca”.

1. zdecydowanie się zgadzam;
2. raczej się zgadzam ;
3. ani się zgadzam, ani się nie zgadzam;
4. raczej się nie zgadzam;
5. zdecydowanie się nie zgadzam.;
6. nie mam zdania;

Możemy też posłużyć się skalą ocen, w której opiszemy tylko krańce tej skali. Wówczas możemy badać natężenie opinii.

Dziewczynki są mniej utalentowane jeśli chodzi o nauki ścisłe

(Zaznacz na skali, na ile prawdziwe lub fałszywe jest dla Ciebie to stwierdzenie)

FAŁSZ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 PRAWDA

Możemy też podawać możliwości odpowiedzi, które dla nas są istotne, i które narzucamy badanym.

Jak Pan(i) sądzi, jakie korzyści wynikają dla Polski z racji współorganizowania Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku?

1. Zbudowanie w kilku miastach wysokiej klasy stadionów;
2. Zbudowanie autostrad i tras szybkiego ruchu;
3. Inwestycje w miastach goszczących Euro 2012 (remonty, poprawa rozwiązań komunikacyjnych);
4. Rozbudowa bazy noclegowej i turystycznej;
5. Podniesienie poziomu polskiej piłki nożnej;
6. Zwiększenie zainteresowania piłką nożną wśród polskiego społeczeństwa;
7. Przygotowanie dużej grupy wolontariuszy – osób współpracujących przy obsłudze Euro 2012;
8. Podniesienie poziomu kibicowania;
9. Przyciągnięcie do Polski turystów;
10. Poprawa wizerunku Polski na arenie międzynarodowej;
11. Zwiększenie zainteresowania Polską.

Przy niektórych pytaniach może nam zależeć na uzyskaniu jednej odpowiedzi, a czasem dopuszczamy zaznaczanie kilku (jak w ostatnim przykładzie). Wówczas trzeba to wyraźnie zaznaczyć – jako instrukcję dla ankietera lub respondenta.

3.7. Jak realizować badanie ilościowe?

Aby uzyskać odpowiedzi na przygotowane przez nas pytania, można zastosować kilka strategii. Zawsze trzeba jednak pamiętać o tym, by zachować zasadę anonimowości badanych.

Najbardziej polecaną metodą jest **wywiad bezpośredni** – ankieter odwiedza respondenta w domu lub w miejscu pracy, podchodzi do kogoś na ulicy czy w parku. Ta metoda pozwala na realizację dłuższych kwestionariuszy, dodatkowo – ankieter może pomóc respondentowi w przypadku niezrozumiałego pytania. Minusem tego rozwiązania jest to, że respondent może ulegać wpływowi ankietera, a po drugie trzeba „mieć” ankietera. Ankieterem może być wolontariusz po odpowiednim przeszkoleniu – szkolenie to dotyczyć powinno przede wszystkim zasad anonimowości respondenta i powinno polegać na bardzo szczegółowym objaśnieniu zasad danego kwestionariusza ankieterowi.

Możemy po pierwsze rozesłać nasz kwestionariusz pocztą (**ankieta pocztowa**). Kwestionariusz papierowy rozesłamy wraz z listem przewodnim informującym o celu badania, prośbach kierowanych do respondenta (w tym o odesłanie wypełnionej ankiety). Zaletą tego rozwiązania jest stosunkowo niski koszt realizacji i wysoki stopień anonimowości. Są jednak również wady – należą do nich: niski wskaźnik odpowiedzi, brak kontroli nad tym, jak respondent wypełnia ankietę (w jakiej kolejności odpowiada na pytania, czy robi to samodzielnie, czy w ogóle czyta pytania czy tylko zakreśla odpowiedzi), a także stosunkowo długi czas realizacji (list musi dojść w obie strony).

W przypadku badań młodzieży najczęstszą metodą jest tzw. **ankieta audytoryjna** – która polega na rozdaniu kwestionariusza wszystkim osobom, które znajdują się np. na lekcji. Jest to duża wygoda, choć i w tym przypadku trudno uniknąć uzgadniania przez respondentów odpowiedzi między sobą.

Nowe technologie pozwalają na jeszcze jedną formę prowadzenia badań ilościowych, a mianowicie przez **Internet**. Elektroniczna forma kwestionariusza jest umieszczana na stronie internetowej – aktualnie funkcjonuje kilka darmowych stron tego typu. Zaletą tej metody jest niski koszt i szybka realizacja badania. Problemem jest jednak to, że badanie to jest ograniczone do osób posiadających Internet. Dodatkowo osoby same zgłaszają się do wzięcia udziału w badaniu, a to może sprawić, że zgromadzimy wyniki, które będą pod jakimś względem skrzywione.

3.8. Jak analizować dane?

Badanie ilościowe pozwala nam zobaczyć zakres pewnych zjawisk czy postaw, wymaga więc od nas **liczenia**.

Ponieważ w badaniu ilościowym mamy zwykle więcej respondentów niż w badaniu jakościowym, dobrze jest ułatwić sobie liczenie, kodując różne typy odpowiedzi. Na czym polega kodowanie? Na uporządkowaniu zebranych danych przez przyporządkowanie odpowiedzi respondentów odpowiednim cyfrom (kodom). Można to zobaczyć na prostym przykładzie pytań:

1. Czy korzystasz z internetu?
 1. Tak [kod:1]
 2. Nie [kod 2]
2. Gdzie korzystasz z internetu? (zaznacz wszystkie prawdziwe odpowiedzi)
 1. w domu [kod:1]
 2. w pracy [kod:2]
 3. w szkole [kod:3]
 4. u znajomych [kod:4]
 5. w bibliotece miejskiej [kod:5]
 6. w kawiarniach [kod:6]
 7. w innych miejscach [kod:7]

Każdy typ odpowiedzi różni się numerem, a my możemy zliczać ilość 1 (jedynek), 2 (dwójek), 3 (trójek) itd. W drugim pytaniu ilość wszystkich częstości nie będzie nam się sumować do 100%, bo każdy respondent może wybrać kilka odpowiedzi.

Ważne, żeby zakodować również dane z metryczki, zwykle jest to wiek, płeć, wykształcenie i miejsce zamieszkania. Możemy wtedy odpowiedzieć na pytanie jak zmieniają się badane przez nas zmienne, gdy policzymy odpowiedzi dzieci albo osób 50+, albo jak różni się rozkład odpowiedzi u mężczyzn i u kobiet, u osób z małych wsi i dużych miast. W pytaniach metryczkowych ilości wszystkich udzielonych odpowiedzi muszą nam się sumować do 100% (w każdym pytaniu respondent może udzielić tylko jednej odpowiedzi).

Czasem w naszych ankietach mamy pytanie otwarte, np.
Jakie zajęcia ma w swojej ofercie lokalny Dom Kultury? Dopisz takie, których nie ma w odpowiedziach.

- a. teatralne
- b. plastyczne
- c. muzyczne
- d.
- e.
- f.
- g.

Ostatnie cztery odpowiedzi zależą od respondentów. Takie pytania też można zakodować, choć jest to trudniejsze. Możemy się zastanowić jakie kategorie są dla nas ważne (w tym przypadku możemy podzielić przykłady zajęć na np. kulturalne, sportowe, społeczne) i kodować odpowiedzi po ich przyporządkowaniu do tych kategorii. I tak - dopisane zajęcia z ceramiki mogą mieć kod 4 (kulturalne), treningi pilatesu 5 (sportowe), a spotkania Rady Osiedla jako społeczne kod 6. Sposób kodowania może też nasunąć się nam po przeczytaniu odpowiedzi na pytania otwarte. Jest możliwe, że wszyscy respondenci będą dopisywać konkretne typy zajęć, których nie będzie dużo. Jeśli odpowiedzi naszych respondentów będą bardzo różnorodne, stworzenie szerszych, logicznych kategorii jest jedynym sposobem rozsądnego kodowania.

Pytań w naszej ankiecie jest zwykle więcej niż jedno, więc kodując dobrze jest od razu porządkować sobie informacje w tabeli, gdzie wiersze to poszczególne pytania (ponumerowane), a kolumny to kolejni respondenci (też ponumerowani). Kodowanie może nam bardzo ułatwić arkusz kalkulacyjny (Microsoft Excel lub darmowy Calc Open Office), w którym jest opcja zliczania albo program statystyczny (SPSS).

Numer pytania/numer respondenta	Respond 1.	Respond 2.
Metryczka		
1. płeć	K.	M.
2. Rok urodzenia	1986	1988
3. miejsce zamieszkania miasto do 50 tys. [kod 1] miasto pow. 50 tys [kod 2] wieś [kod 3]	2	3

4. dostęp do sieci jest – 1. nie ma - 2	1	2
5. korzystanie w domu tak – 1 nie - 2	1	1
6. korzystanie w pracy tak – 1 nie - 2	2	1

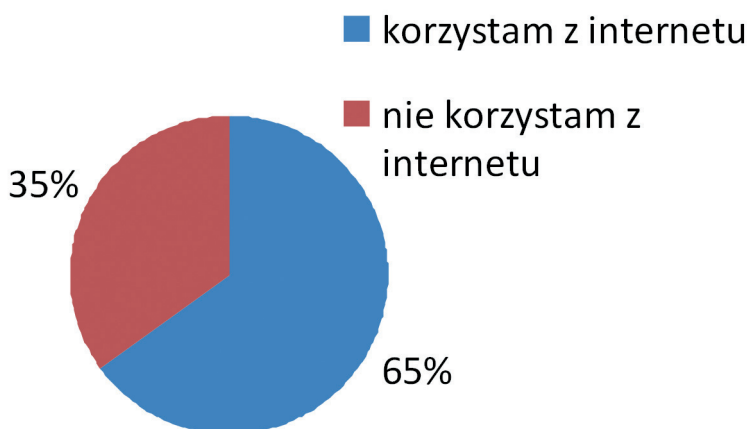
Gdy wiemy już, ile osób odpowiedziało na poszczególne pytania w określony sposób, zabieramy się za drugi etap analizy, czyli wnioskowanie na podstawie zebranych danych.

Jeśli zadaliśmy odpowiednie pytania, same zliczone i pokazane wyniki są już ważną informacją. Najkorzystniej pokazać je w formie wykresu. Tabele z liczbami słabo obrazują wyniki.

Rysunek 6.

Czy korzystasz z internetu?

N=100

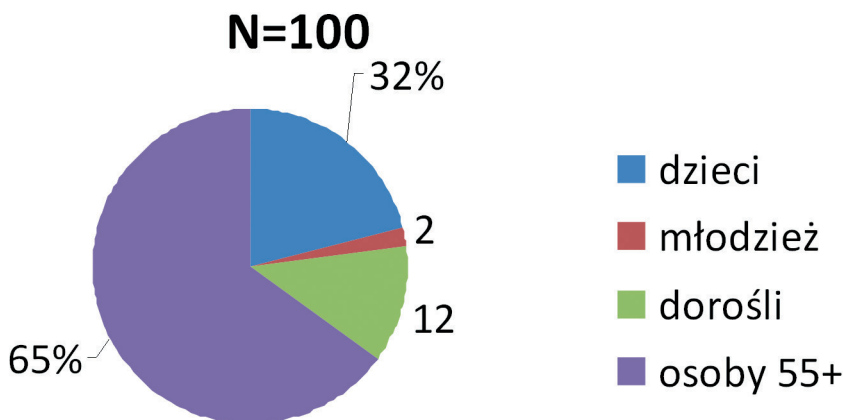


Prosty wykres pokazuje, ile z badanych osób korzysta z internetu.

Teraz pojawiają się bardziej szczegółowe pytania, na które możemy uzyskać odpowiedzi, jeśli dopilnowaliśmy, by badani wypełnili metryczkę. Możemy na przykład przyrzeć się jakie cechy demograficzne (czyli wiek/płeć/wykształcenie/miejsce zamieszkania) mają korzystający z internetu, jak i niekorzystający. W ten sposób zobaczymy, która z cech wpływa na badaną przez nas cechę (jaką jest korzystanie z internetu) i spróbować odpowiedzieć sobie na pytanie, dlaczego tak się dzieje.

Rysunek 7.

Rozkład wieku osób nie korzystających z internetu

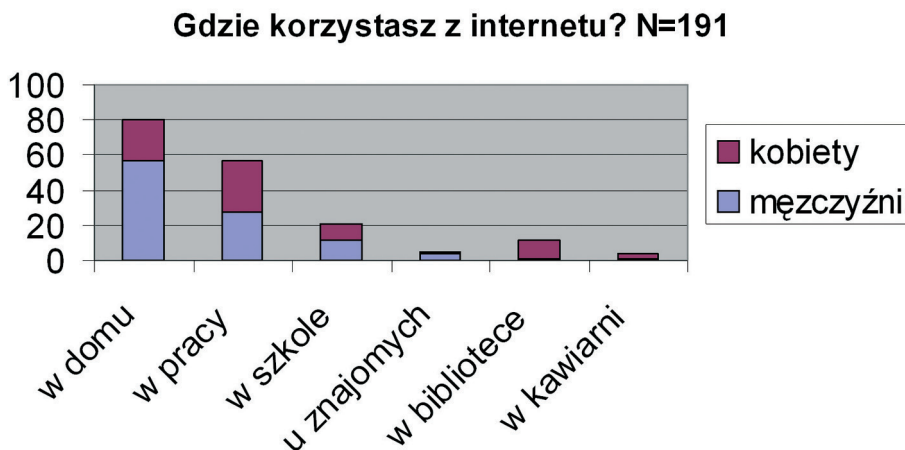


Ten wykres pokazuje strukturę wieku grupy osób, które na pierwsze pytanie odpowiadały „nie korzystam z internetu”. Widzimy wyraźnie, że zarówno młodzież jak i dorośli są w internetowej awangardzie i niezwykle rzadko się zdarza, żeby ich przedstawiciele nie mieli styczności z internetem. Te dwie grupy są zwykle aktywne zawodowo albo chodzą do szkoły. Gdy przyjrzymy się dwóm grupom, które w największym stopniu nie korzystają z internetu, zobaczymy, że to grupy, które często nie podlegają już (albo jeszcze) żadnej instytucji, która zmusza do nabywania pewnych kompetencji (w tym kompetencji związanych z nowoczesnymi technologiami). To może być ważna informacja dla organizacji, która chce stworzyć ofertę zajęć dla seniorów albo dla dzieci, bo pozwala przypuszczać, że największą motywacją do korzystania z sieci jest pozostawanie

w grupie, która z sieci korzysta i znajdujące dla internetu konkretnych zastosowań.

Poniższy wykres pokazuje odpowiedzi na pytanie „Gdzie korzystasz z internetu”?

Rysunek 8.



Ten wykres dotyczy oczywiście tylko osób, które z internetu korzystają. Nie ma tu żadnych zaskakujących danych, ale gdy spojrzymy na to, kto korzysta z internetu w domu, możemy pokusić się o interpretację, że dostęp do sieci jest nierówny między kobietami i mężczyznami. W badaniu jakościowym możemy pogłębić naszą wiedzę w zakresie domowych strategii dostępu do internetu. Może jest tak, że kobiety nie mają czasu na surfowanie po sieci, bo mają w domu więcej obowiązków? A może komputer jest zwykle tylko jeden i kobieta przegrywa w dostępie do niego ze swoimi dziećmi i mężem. Z perspektywy pracowników bibliotek ważną informacją może być to, że kobiety korzystają z sieci w bibliotekach. Dlaczego? Bo tylko one tam przychodzą? Czy może tam mają łatwiejszy dostęp? A może w bibliotece spotykają się ze znajomymi?

Jak widać wyniki z badań ilościowych przynoszą twarde dane i pewne tropy do dalszych dociekań. Np. gdy już wiemy ile osób korzysta z sieci możemy policzyć ile z tej grupy jest osób z małego miasta czy ze wsi. Pokazując rozkłady wybranych cech na wykresach możemy doszukiwać się przyczyn, a hipotezy testować w części jakościowej.

✓ **Podsumowując...**

Do czego może nam się przydać ankieta?

- Do zebrania konkretnych informacji – np. ile czasu dziennie uczniów poświęca na odrabianie lekcji, ile czasu dojeżdża do szkoły, do jakich kół zainteresowań należy;
- Do zapytania o zdanie większej ilości osób – np. Czy jesteś za tym, aby w domu kultury stworzono kawiarnię?

Do czego nam się nie przyda ankieta?

- Do tego, aby lepiej zrozumieć, czemu nasi respondenci myślą właśnie w ten sposób;
- Do tego, aby uzyskać wiążące odpowiedzi – Czy korzystałbyś z basenu, gdyby go wybudowano w naszej miejscowości (większość osób zapewne odpowie, że „tak”);
- Do tego aby generować nowe pomysły;

Tak więc, wiedzę zdobytą w badaniu ilościowym warto poszerzyć o wiedzę z badań jakościowych, o których mowa w następnym rozdziale.

IV Metody jakościowe

4.1. Do czego służą?

Badania jakościowe koncentrują się na pytaniu „jak?”, skąd bardzo blisko do innego, ważnego pytania, czyli „dlaczego?”. Wykorzystując metody jakościowe mamy szansę dowiedzieć się o postawach, ocenach, potrzebach i motywacjach osób przez nas badanych. To okazja, by spojrzeć na otoczenie oczami osób, z którymi rozmawiamy. Dzięki temu uzyskamy wielowymiarowy obraz naszej społeczności i przeprowadzimy jej pogłębioną analizę. Zyskamy wiedzę na temat tego, jak ludzie komunikują się ze sobą oraz działają. O ile w badaniach ilościowych pozostajemy na zewnątrz społeczności (mamy zamknięty, zdefiniowany przez badacza kwestionariusz, rola respondenta jest ograniczona do odpowiadania na konkretnie zadane pytania), o tyle badania jakościowe w większym stopniu pozwalają nam się w nią zanurzyć. Ograniczona kontrola nad rozwojem sytuacji sprawi, że poczujemy się jak odkrywcy, poznamy wymiary rzeczywistości niewidoczne na powierzchni, o których istnieniu nie mieliśmy pojęcia.

Proces przeprowadzania badań jakościowych można przedstawić na prostym schemacie. Na podstawie obserwacji formułujemy pewne hipotezy, które potem weryfikujemy, zbierając dane z wykorzystaniem specjalnie przygotowanych narzędzi (przeprowadzenie badania) i analizując je. W efekcie spoglądamy coraz bardziej w głąb naszej społeczności. Cykl kończy się ponowną obserwacją otoczenia, w wyniku której modyfikujemy narzędzia lub hipotezy. Taki cykl badawczy w zasadzie nie

Rysunek 9.



ma końca. Badania jakościowe są w związku z tym metodą **rozwijającą się w czasie**, ponieważ elastycznie reagujemy na informacje zwrotne od naszych rozmówców. W toku badania możemy odkryć, że kwestia, która na początku wydawała nam się istotna, w rzeczywistości posiada nowe aspekty. W związku z tym adekwatnie modyfikujemy pytania i scenariusze w trakcie badania.

Podczas układania scenariusza wywiadu, założyliśmy, że samotne matki mieszkające na osiedlu popegeerowskim są bezrobotne. Według naszej pierwszej hipotezy działa się tak, ponieważ świadczenia udzielane przez instytucje pomocy społecznej zniechęcają je do aktywności. W związku z tym skoncentrowaliśmy układanie pytań właśnie na relacji samotnych matek z OPS-ami. Podczas badań okazało się, że główna przyczyna bierności tej grupy wynika z faktu, że nie ma dostępu do taniej opieki dla ich dzieci (publiczny żłobek, przedszkole), a dodatkowo z osiedla bardzo trudno wyjechać do pracy. Rzadko kursujący autobus jest dostosowany do godzin lekcyjnych dzieci, a większości mieszkańców osiedla nie stać na utrzymanie samochodu. W związku z tym tak modyfikujemy plan wywiadu, aby poznać kontekst nowo poznanych wątków.

Metody jakościowe stwarzają niepowtarzalną okazję na bezpośrednie i otwarte spotkanie z rozmówcami, mieszkańcami naszej okolicy. Mamy okazję na bieżąco dopytywać o interesujące nas zagadnienia. Możemy zostać zaskoczeni, że niektóre sprawy nie przyszły nam do głowy, gdy układaliśmy pierwsze hipotezy. Powtarzanie badań pozwala również na spotkanie z samym sobą, doskonalenie umiejętności słuchania i rozmowy. Możemy przeanalizować nagrania z wywiadów i zbadać reakcje rozmówców na nasze zachowanie, sposób formułowania wypowiedzi, ucząc się na własnym przykładzie [więcej o dokumentacji wywiadów na stronach 59 i 60].

Podstawowym narzędziem badań jakościowych są **wywiady (indywidualne lub grupowe)**. W tym rozdziale przedstawione będą również inne metody, takie jak **obserwacja**, **badania partycypacyjne** oraz **mapowanie społeczne**. Dobór metod zależy od celu, jaki nam przyświeca, tematu, jaki chcemy lepiej poznać. Najlepiej wykorzystać podczas badania kilka różnych metod, by uzyskać możliwie jak najbardziej trójwymiarowy obraz społeczności.

4.2. Wywiady

Każdy z nas prowadzi codziennie wiele rozmów, podczas których zbiera informacje, dowiaduje się o interesujących nas rzeczach. Aby rozmowa stała się jednak narzędziem badawczym i przeistoczyła w **wywiad**, powinniśmy podejść do niej systematycznie i odpowiednio ją zaplanować. W dużym uproszczeniu: wybieramy temat dociekań, grupę rozmówców, metodę badania i przygotowujemy zestaw pytań lub kwestii, które chcemy z nimi poruszyć.

Dobór respondentów

Niektórzy patrzą z wyższością na badania jakościowe, zarzucając im **niereprezentatywność statystyczną**, której osiągnięcie umożliwiają badania ilościowe. To znaczy, że nie możemy przekładać wyników naszego badania na całą populację, np. na podstawie siedmiu wywiadów indywidualnych z gimnazjalistami orzekać o wszystkich uczniach danej szkoły. W przypadku badań jakościowych mamy do czynienia z tzw. **reprezentatywnością tematyczną**. W przypadku badań jakościowych zależy nam bardziej na obejrzeniu danego tematu w możliwie wszechstronny sposób, zidentyfikowaniu różnych typów problemów, potrzeb, postaw i doświadczeń, z jakimi możemy mieć do czynienia w naszej społeczności. Odpowiednio rekrutując naszych rozmówców będziemy mieć dostęp do przedstawicieli interesujących nas grup, tzw. **kluczowych informatorów**, którzy pozwolą nam w pogłębiony sposób spojrzeć na dane zagadnienie. Możemy zastosować dwie strategie doboru respondentów – poszukiwać przypadków bardzo od siebie odmiennych, by poznać możliwie pełny wachlarz opinii lub osoby podobne do siebie, aby skupić się szczegółowo na określonej grupie. Nie musimy rozmawiać ze wszystkimi osobami bezrobotnymi w naszej miejscowości, wystarczy, że wybierzemy kilka osób, charakterystycznych z punktu widzenia tej grupy. Wyboru można dokonać kierując się płcią respondentów, ich wiekiem, wykształceniem, sytuacją życiową, rodzinną, miejscem pracy czy zamieszkania. Ważne jest to, co uważamy, że będzie miało wpływ na udzielane odpowiedzi.

Pojęcie „przeciętny obywatel” może dać ogólny obraz pewnego zagadnienia, jednak niekoniecznie będzie przydatne w dokładnym pozna-

niu lokalnej społeczności i zaprojektowaniu naszych działań. Celując w uśrednione oczekiwania, tak naprawdę kierujemy się do wszystkich i do nikogo. Dlatego przeprowadzając badania warto szukać typów, grup, które są w jakiś sposób charakterystyczne, mają określone potrzeby i oczekiwania i których sytuację chcemy rozpracować.

4.2.1. Wywiady indywidualne

Wywiady jakościowe możemy podzielić na dwa podstawowe rodzaje – **wywiady indywidualne** oraz **wywiady grupowe**. Wywiady indywidualne możemy podzielić z kolei na **pogłębione wywiady niestrukturyzowane** (narzędziem jest tu scenariusz bądź dyspozycje do wywiadu) oraz **wywiady strukturyzowane** (z ustalonymi szczegółowymi pytaniami). Wywiady indywidualne wybierzemy, gdy chcemy pogłębić temat i znaleźć szczegółowe informacje, a także gdy interesuje nas zdanie przedstawiciela danej grupy czy środowiska. Wywiadami grupowymi posłużymy się, aby zdobyć szersze spojrzenie na wybrany temat. Zgodnie z teorią, wywiady przeprowadza się do momentu **nasycenia tematycznego**, czyli gdy kolejne rozmowy nie przynoszą nowych informacji, a wyniki pochodzące od danej grupy respondentów zaczną się powtarzać. Pamiętajmy jednak, że analiza wywiadów polega na gruntownym zapoznaniu się z ich treścią, w związku z czym kilkanaście pogłębionych wywiadów to obszerny materiał badawczy.

Indywidualne wywiady pogłębione mają ustalony schemat wątków i tematów poruszanych w trakcie rozmowy, w celu uzyskania jak najwięcej szczegółowych informacji. Rozmowa wymaga aktywności ze strony osoby prowadzącej. Rozmowa jest prowadzona według wcześniej założonego scenariusza – przewodnika wywiadu. Badacz zachowuje się więc w tym wypadku jak górnik, który wie, gdzie i jak powinien fedrować. Wie, jakie kwestie chce drążyć oraz zdaje sobie sprawę, że aby dotrzeć do sedna sprawy powinien utrzymać ustaloną kolejność poruszania się po badanym terenie. Badacz prosi o precyzowanie wypowiedzi, uzasadnianie opinii i rozwinięcie myśli.

O kolejności i sposobie formułowania pytań decyduje na bieżąco osoba prowadząca rozmowę. Scenariusz wywiadu jest zarysem rozmowy z wypunktowanymi problemami oraz pytaniami pomocniczymi (np. Jak w Pana/Pani odczuciu mieszka się w Kopytkowie? Dlaczego? Co na to

wpływa? Która z tych spraw jest najważniejsza z Pana/Pani punktu widzenia? itd.) Dbamy o to, aby zadawać jak najwięcej pytań otwartych, które zachęcają do rozbudowanych odpowiedzi.

Na pytania zaczynające się od „czy”, można odpowiedzieć krótko „tak” lub „nie”, a to bardzo zamyka rozmowę. Kiedy nie jesteśmy pewni, czy dobrze zrozumieliśmy odpowiedź lub jeśli dotyczy ona nieznanego nam tematu, warto dopytać o tę sprawę w inny sposób, parafrazując usłyszane słowa. Można powiedzieć: „To bardzo ciekawe, czy dobrze zrozumiałam, że...?”. Uważnie rozdzielajmy pytanie o fakty (np. ile razy? Od kiedy? Jak długo?) i opinie (np. jak Pana/Pani zdaniem wygląda...? Co Pan/Pani sądzi o....?). Nie bójmy się dopytywać, jeśli mamy wrażenie, że coś pozostaje dla nas niejasne. Zachęcajmy rozmówców do mówienia własnymi słowami.

Podczas wywiadu, dzięki umiejętnie prowadzonej rozmowie, osoba badana ma możliwość pełnego wyrażenia własnych odczuć i emocji. Może wyjaśnić motywy postępowania lub zaprezentować swoje doświadczenia życiowe. W indywidualnym wywiadzie pogłębionym, odbywającym się bez wpływu osób trzecich i w atmosferze zrozumienia i poufności, można stworzyć warunki do rozmowy o tematach kontrolowanych i osobistych.

Wywiad krok po kroku

Zaczynamy od przedstawienia się i celu badania.

Dzień dobry, nazywam się Jestem ze Stowarzyszenia „Młodzi Aktywni” i prowadzę badanie na temat tego, jak mieszkańcy postrzegają naszą miejscowość. Chciał/a/bym porozmawiać z Panem/Panią na ten temat. Badanie ma charakter poufny, Pana/Pani dane nie będą możliwe do zidentyfikowania. Będę nagrywać naszą rozmowę na dyktafon, mam nadzieję, że nie ma Pan/Pani nic przeciwko temu. Nasza rozmowa potrwa ok.

Następnie poświęcamy chwilę na wejście w temat rozmowy

- Proszę opowiedzieć, od jak dawna Pan/Pani mieszka w tej miejscowości. [Jeśli respondent się tutaj przeprowadził – dopytaj w jakich okolicznościach]
- Jak Pan/Pani postrzega naszą miejscowość?

- Co się w niej Panu/Pani podoba?
- Co warto by w niej zmienić?

Przeważnie zaczynamy od spraw bardziej ogólnych, żeby następnie przejść do zagadnień bardziej szczegółowych – można to sobie wyobrazić na przykładzie lejka. Pytamy ogólnie o miejscowość, by w efekcie dojść np. do sprawy dostosowania dróg do potrzeb różnych grup użytkowników.

Na zakończenie wywiadu warto podkreślić, że rozmowa była bardzo przydatna.

Dziękuję, to chyba wszystko o czym chciałem/łam porozmawiać. Czy chciał/a/by Pan/Pani coś jeszcze dodać? Może pominęliśmy coś ważnego? To, co dzięki Panu/Pani usłyszałem/łam było bardzo ciekawe i bardzo pomoże mi w mojej pracy.

Wywiad strukturyzowany

W czasie wywiadu strukturyzowanego badacz podąża torami wyznaczonymi przez uprzednio przygotowaną, kompletną listę pytań, której powinien się ściśle trzymać. Metoda ta pozwala na szybkie przeprowadzenie wywiadu i jest przydatna zwłaszcza dla mniej doświadczonych osób prowadzących wywiady, ogranicza jednak możliwość pojawienia się nieprzewidzianych w scenariuszu wątków i pogłębiania ich. Można z niej skorzystać, gdy chcemy otrzymać w wyniku badania jak najbardziej porównywalne dane.

4.2.2. Wywiady grupowe

Wywiad grupowy (fokusy, z angielskiego *focus group interview*) to rozmowa niewielkiej grupy osób prowadzona przez moderatora. W idealnej sytuacji uczestniczy w nim sześć do dwunastu osób – wtedy grupa jest na tyle duża, by dyskusja była różnorodna i wartka, jednak na tyle mała, by można było zapanować nad respondentami. Moderator kieruje przebiegiem dyskusji w taki sposób, by uczestnicy omówili wszystkie zagadnienia przewidziane w wytycznych do wywiadu lub w scenariuszu. Zaletą wywiadów grupowych jest stosunkowo krótki czas zebrania informacji (taki wywiad trwa z reguły 1,5 - 2 godziny) oraz wgląd w dynamikę relacji pomiędzy uczestnikami. Grupa osób zainteresowanych tematem może wspólnie wypracować pew-

ne rozwiązania, diagnozy, do których jedna osoba, ograniczona przez swoją perspektywę, nie będzie zdolna.

Zgodnie z regułami sztuki uczestnicy wywiadów grupowych są dobrani ze względu na przynależność do wybranej grupy (np. turyści, czytelnicy z biblioteki, pacjenci), nie mogą być krewnymi, bliskimi przyjaciółmi ani pozostawać w stosunku zależności służbowej. Zaburzałoby to relacje między uczestnikami grupy, sprawiając, że część osób znajdowałaby się w sytuacji odmiennej od pozostałych rozmówców. Uczestnicy wspólnie pracują nad rezultatem badania, świadomie lub nieświadomie na siebie oddziałując. Poczucie bezpieczeństwa stwarzane przez grupę zachęca do spontanicznych wypowiedzi, otwierania się i dużego zaangażowania w dyskusję. Stąd bardzo duża odpowiedzialność spoczywa na moderatorze, którego zadaniem jest stworzenie odpowiedniej, sprzyjającej do rozmowy atmosfery. Powinien dać wszystkim uczestnikom szansę swobodnego wypowiedzenia się.

Na początku wywiadu grupowego uczestnicy powinni się przedstawić i poznać nawzajem. Dobrze, by zapisali swoje imiona na kartkach i zwracali do siebie nieformalnie i bezpośrednio (w zależności od składu grupy można zaproponować przejście na „ty” na czas wywiadu lub zwracanie się w formie „pani Anno”, „panie Waldemarze”). Moderator powinien zapamiętać kto jest kim (może zrobić sobie ściągawkę).

Na początku wywiadu prowadzący przedstawia reguły pracy, np.:

- mówimy pojedynczo,
- słuchamy się z szacunkiem,
- nie krytykujemy wypowiedzi innych,
- nie przerywamy sobie,
- opinie wszystkich są równie ważne
- wyłączamy telefony komórkowe,
- oraz, co najważniejsze, **nie ma złych i dobrych odpowiedzi**, każdy uczestnik jest ekspertem, bo jako badaczom zależy nam na poznaniu opinii każdej z osób.

Moderator kieruje ruchem. Jest możliwie przezroczysty, **nie faworyzuje żadnego z rozmówców, stroni od wygłaszania własnych sądów i opinii**. Czuwa nad realizacją scenariusza (zmienia temat, zadaje pytania, kontroluje czas), **dba by wszyscy wypowiadali się po równo**. Czuwa nad kulturą wypowiedzi i porządkiem dyskusji. Powinien tak pokierować rozmową, posługu-

jąc się metodami werbalnymi i niewerbalnymi, by szanse na wypowiedzenie miały także nieśmiałe osoby, a zbyt dominujący uczestnicy zostawili dla nich przestrzeń. Podczas przeprowadzania wywiadu grupowego warto korzystać z flipczarta, na którym moderator w widoczny dla wszystkich sposób zapisuje istotne kwestie podnoszone przez uczestników. Takie notatki będą potem dobrym materiałem, porządkującym wnioski z wywiadu.

Wywiady grupowe są sporym wyzwaniem dla badacza. W porównaniu z wywiadami indywidualnymi, badacz ma słabszą kontrolę nad przebiegiem wywiadu, a w jego wyniku otrzymuje dane dość trudne do analizy. Kluczowe znaczenie mają umiejętności moderatora, czyli to jak radzi sobie w pracy z grupą. Rekrutacja uczestników wymaga również więcej wysiłku – należy zaprosić grupę osób i odpowiednio dobrać termin. Miejsce wywiadu powinno sprzyjać nieformalnej rozmowie.

Scenariusz wywiadu zogniskowanego z osobami młodszymi

Główne tematy:

1. Styl życia i nastawienie do życia
2. Spędzanie czasu wolnego. Spotkania
3. Podejmowanie decyzji
4. Kontakty ze światem – co ułatwia te kontakty, jakie są trudności

Pomoce: flipczart, flamastry

Moderator: *Wyjaśnij zasady prowadzenia wywiadu grupowego – słuchamy się nawzajem, nie przerywamy sobie, nie krytykujemy wypowiedzi, wszystkie szczere opinie są bardzo cenne, i że masz nadzieję, że pytania będą ciekawe i uczestnicy mile spędzą czas.*

Rozgrzewka (poszukiwane informacje: ogólne nastawienie respondentów – optymizm/pesymizm, zakorzenienie lokalne)

Proszę, opowiedzcie parę słów o sobie – jak się nazywam, gdzie mieszkam, co lubię robić i jakie byłyby moje wymarzone wakacje

Moja miejscowość (poszukiwane informacje: związanie z gminą, stosunek do tego co dzieje się lokalnie)

Gdzie tu można pójść, żeby z kimś sobie posiedzieć, pobyć razem z ludźmi, czy jest jakieś ciekawe miejsce? (spisz na tablicy te miejsca, które zostaną wymienione).

Co jest takiego miłego w tych miejscach?

Ok, dzięki, że opowiedzieliście mi o fajnych, ciekawych miejscach tutaj. Co jeszcze uznalibyście za dodatnie strony tej miejscowości, gdyby na przykład ktoś chciał się tu sprowadzić z rodziną, to jak można by tę osobę zachęcić?

A czy są jakieś mniej korzystne strony tej miejscowości, przed czym trzeba by tę osobę ostrzec? Co to może być?

Moderator: *Dbaj o właściwą równowagę mocnych i słabych stron, ograniczaj też powtarzanie przez respondentów tych samych wypowiedzi.*

Czy uważacie, że nasza gmina jest odpowiednio promowana?

Co tu dałoby się promować, aby przyciągnąć turystów?

Co według Was dzieje się tutaj ciekawego? Kto robi jakieś ciekawe rzeczy, organizuje coś dla ludzi? Jakie to są osoby, instytucje?

Moderator: *Najważniejsze rzeczy spisuj na tablicy.*

Spotkania *(poszukiwane informacje: jakie są w gminie miejsca, gdzie ludzie lubią się gromadzić, spędzać czas, czy brakuje takich miejsc, jak one powinny wyglądać)*

Powiedzieliście już o Waszych ulubionych miejscach, a jakie miejsca wybierają na przykład Wasi rodzice, aby się spotykać?

Moderator: *Omów wszystkie wypisane miejsca*

A czy są takie typy miejsc, obiektów, których tutaj ludziom brakuje? Co to za miejsca? Komu są one najbardziej potrzebne?

Podejmowanie decyzji *(poszukiwane informacje: w jaki sposób racjonalizują wybory i czy pojawiają się w tym nowe technologie)*

Mówiliśmy trochę o spotkaniach, o miejscach w których można spotkać inne osoby – teraz chciał(a)bym porozmawiać o decyzjach, które zdarza się nam podejmować. Proszę, abyście przypomnieli sobie jedną, ważną decyzję dotyczącą siebie, lub taką, którą podejmowała Wasza rodzina w ciągu ostatniego roku.

Chodzi o coś, co wiąże się z wysiłkiem organizacyjnym i finansowym: wyjazd zagraniczny, wakacje, większy zakup – pralka, samochód, pójście na

studia, znalezienie pracy, przyłączenie się do jakiejś akcji, podjęcie jakiegoś nowego hobby...

Co to była za decyzja?

Czy mieliście z kim pogadać o tej decyzji?

Jakich informacji szukaliście przed podjęciem tej decyzji?

Czy udało się Wam zrealizować tę decyzję, postanowienie – dlaczego tak, dlaczego nie?

Moderator: *Nie zapisuj wszystkiego. Pozwól wszystkim powiedzieć krótko o sobie, ale nie pozwól się rozgadywać.*

Kontakty ze światem, co ułatwia te kontakty, jakie są trudności

Czy tutaj, w miejscowości X, jest dla Was gdzieś „za daleko”?

Jakie typy instytucji, gdzie można coś załatwić, są „za daleko”? (*dopytać o usługi dla nich osobiście, np. czy żeby znaleźć informację o pracy, trzeba gdzieś pojechać?*)

Czy uważacie, że więcej rzeczy powinno dać się załatwić przez Internet?

Co na przykład?

W jaki sposób można radzić sobie z odległością różnych ważnych miejsc?

Podsumowanie

Dowiedziałem się dziś od Was ciekawych rzeczy, na przykład (podać kilka przykładów) i myślę, że to bardzo ważne, co usłyszałem. Bardzo dziękuję za Wasz czas i zaangażowanie!

Poczęstunek

4.2.3. Jak rozmawiać? – o organizacji i etyce wywiadów

We wszystkich rodzajach wywiadów pytania powinny być jasne i zrozumiałe, czyli takie, na które respondent jest w stanie odpowiedzieć. Te same reguły stosuje się do badań ilościowych. Starajmy się formułować je w języku bliskim rozmówcy, unikać niezrozumiałego, sztucznego żargonu, jak również nie sugerować odpowiedzi. Pytajmy o jedną rzecz na raz [patrz fragment o zadawaniu pytań w części poświęconej badaniom ilościowym, s. 35-41]. Jeżeli chcemy zapytać o sprawy trudne dla roz-

mówców, róbnmy to w możliwie delikatny, łagodny sposób i nie na samym początku wywiadu. Używamy pytań otwartych, stale doprecyzowujemy odpowiedzi rozmówców. Warto rozpocząć rozmowę od rozgrzewki, porozmawiać chwilę o niezobowiązującej sprawie, łagodnie wejść w temat wywiadu. Sprawi to, że respondent poczuje się pewniej i przyzwyczai do sytuacji badania. Nie bójmy się ciszy – w oczekiwaniu na odpowiedź często zdarza się, że badacz zagaduje rozmówcę lub dorzuca kolejne pytania. Warto zwyciężyć tę pokusę – każdy potrzebuje chwili do namysłu!

Podczas przeprowadzania wywiadów niezwykle ważne jest zbudowanie **relacji zaufania** z respondentem, stworzenie przyjaznej atmosfery, zapewnienie dobrej, bezpiecznej przestrzeni do przeprowadzenia rozmowy. Nastawienie rozmówcy i miejsce przeprowadzania wywiadu bardzo wpływa na to, jakie treści w nim uzyskamy.

Ważne jest, by nasz rozmówca czuł się podczas wywiadu swobodnie, by był on przeprowadzany w neutralnym miejscu. Tak jak niektóre osoby dostają gęsiej skórki czując zapach szpitala, tak nasi rozmówcy mogą stresować się rozmową w urzędzie czy szkole, co może zniekształcać ich wypowiedzi. Nawet nieświadomie będą starali wpasować się w narzucone przez okoliczności ramy wywiadu. Szukajmy zatem miejsc, które są naturalne dla naszych rozmówców. Rozmowy np. z młodymi ludźmi warto organizować w miejscach przez nich zaprzyjaźnionych – na przykład w lokalnym klubie młodzieżowym, w organizacji pozarządowej, domu kultury czy bibliotece (w zależności od tego jak są lokalnie kojarzone). Jednocześnie jednak zwracajmy uwagę, by było to miejsce spokojne, nie rozpraszające i na tyle kameralne, by nasi rozmówcy mieli pewność, że nikt postronny nie przysłuchuje się ich wypowiedziom.

Warto zadbać o dokumentację naszego wywiadu, łatwiej będzie nam wtedy przeanalizować to, co powiedzieli nam respondenci. Najlepiej przebieg rozmowy nagrać na dyktafon. Dzięki temu utrwalamy cały przebieg rozmowy, a po odsłuchaniu nagrania lub przy lekturze transkrypcji wywiadu, zwrócimy uwagę na pominięte do tej pory kwestie i szczegóły. Użycie dyktafonu nie zawsze jest jednak możliwe, zwłaszcza jeżeli prowadzimy nasze badania w małej społeczności, gdzie wszyscy się znają. Za każdym razem, gdy zamierzamy skorzystać z takiego urządzenia, powinniśmy zapewnić respondenta o poufności prowadzonej rozmowy

oraz uzyskać jego zgodę na nagranie. Nie przejmujemy się zaledwie tym, że nagrywanie stwarza sztuczną atmosferę. Praktyka pokazuje, że bardzo szybko po włączeniu dyktafonu rozmówca zapomina o jego istnieniu i się rozluźnia. Niekiedy respondent może poprosić o wyłączenie na chwilę dyktafonu podczas rozmowy, należy wtedy to uwzględnić.

Jeżeli jednak spotkamy się z odmową nagrania, nie należy się przejmować. Może się tak wydarzyć z różnych względów. Nie wszyscy lubią być nagrywani. Nasz rozmówca może być nieśmiały, nigdy wcześniej nie uczestniczył w nagrywanej rozmowie lub może obawiać się, że nagranie zostanie wykorzystane niezgodnie z jego intencją. Najlepiej wtedy na bieżąco robić notatki. Ponieważ nie sposób zanotować wszystkiego, wybieramy rzeczy, które wydają nam się istotne w danym momencie. Taka metoda wymaga pewnej wprawy, ponieważ trudno jest skupić się w całości na prowadzeniu rozmowy. Innym rozwiązaniem jest sporządzenie notatek na świeżo, zaraz po zakończeniu spotkania, zwłaszcza gdy pisanie w trakcie wywiadu jest z jakiegoś względu niewykonalne. Można także w trakcie wywiadu zapisywać hasła, które pomogą nam później w rekonstrukcji przebiegu rozmowy. Pamięć jest ulotna, nie odlewajmy więc zaledwie spisywania wrażeń, cytatów i obserwacji. Sprzęt bywa zawodny, dlatego warto mieć przy sobie zaledwie notes i coś do pisania, nawet gdy jesteśmy przekonani, że rozmówcy zgodzą się na nagranie. Z tego samego względu należy trzymać pod ręką zapasowy zestaw baterii.

Kluczową sprawą w badaniach jest zapewnienie rozmówcom poufności. Badacz co prawda wie, kto wypowiedział dane słowa, jednak nie ujawni tego osobom trzecim. Przy sporządzaniu diagnozy nie możemy w związku z tym podawać nazwisk rozmówców oraz powinniśmy w jak największym stopniu unikać umieszczania informacji, które mogą ułatwić identyfikację rozmówcy. Chyba, że przytaczamy oficjalne stanowisko badanego jako przedstawiciela instytucji, jednak wtedy należy go wyraźnie o tym uprzedzić.

Respondent jest naszym ekspertem. Na wstępie rozmowy warto podkreślić, że nie ma złych odpowiedzi, że zależy nam na poznaniu opinii tej właśnie osoby. Dobrze motywować rozmówcę, pokazując, że udzielone przez niego informacje są naprawdę przydatne. Aby utrzymać zaangażo-

wanie osoby badanej i przekonać ją o naszej uwadze, możemy parafrazować jej wypowiedzi, sprawdzając czy poprawnie zrozumieliśmy ich sens.

Szanujemy prawo do odmowy odpowiedzi!

W miarę możliwości, zapoznaj rozmówcę z wynikami badań. To bardzo ważne – pokazuje, że czas spędzony na wywiadzie był ważny i przydatny.

Powtórzmy na koniec zasady (w takim samym stopniu odnoszą się one do sytuacji, gdy badanie prowadzone jest za pomocą kwestionariusza). Przeprowadzając wywiad czy prosząc kogoś o wypełnienie ankiety musimy zawsze:

- Przedstawić się i powiedzieć jaką instytucję reprezentujemy;
- Opisać w jasny sposób jaki jest cel naszej rozmowy/ankiety;
- Zapytać czy możemy nagrywać wywiad na dyktafon i zapewnić, że wypowiedzi będą anonimowe;
- Zadbać o to, by badana osoba mogła zapoznać się z wynikami naszego badania (musimy dać jej adres naszej strony albo mejla, by mogła się z nami skontaktować);
- W przypadku odmowy nagrywania – ograniczamy się do notatek;
- Po analizie danych – niszczymy materiały (nagrania, notatki);
- Piszząc raport staramy się unikać możliwości, że nasz rozmówca zostanie zidentyfikowany;
- W trakcie rozmowy nie możemy niczego respondentom obiecywać (np. zapewniać, że urząd miasta na pewno coś zrobi).

4.3. Obserwacja

Kolejną jakościową metodą badawczą jest obserwacja. Stosując tę metodę, osobiście uczestniczymy w wydarzeniach, jesteśmy świadkami różnych sytuacji. Obserwujemy otoczenie, mając oczy i uszy szeroko otwarte, szukając informacji ważnych z punktu widzenia naszego badania. Możemy robić to sposób jawny, gdy inni uczestnicy sytuacji zdają sobie sprawę z badania (np. gdy badacz uczestniczy w zajęciach szkolnych) lub niejawny, gdy wtapiamy się w obserwowaną grupę (np. gdy jako jeden z rodziców uczestniczymy w zebraniu szkolnym).

Można obserwować zachowanie osób w naturalnym środowisku (na ulicy, w urzędach, szkole) oraz sposoby korzystania z przestrzeni (w jaki sposób wykorzystywany jest park, plac zabaw czy rynek). **Obserwacja to nie zwykle podglądanie. Należy się do niej odpowiednio przygotować.** Powinniśmy wcześniej wiedzieć, na co chcemy zwracać uwagę. Najlepiej przygotować arkusz obserwacyjny, na którym na gorąco lub po fakcie będziemy odnotowywać nasze spostrzeżenia – okoliczności wydarzeń, informacje na temat uczestników i tego, co się wydarzyło. Dzięki temu będziemy w stanie porównać ze sobą obserwacje przeprowadzone w różnych momentach i miejscach. Warto spisywać zarówno fakty, jak i nasze opinie na temat tego, co się wydarzyło. Można też dokumentować na bieżąco to, co obserwujemy np. robiąc zdjęcia. Nie zawsze jest to jednak możliwe – zwłaszcza, gdy obserwowane przez nas osoby nie wyrażą zgody na fotografowanie.

Szczególnym przykładem obserwacji uczestniczącej jest technika „**tajemniczego klienta**”. Osoba prowadząca badanie udaje potencjalnego klienta, aby sprawdzić jakość obsługi w placówce handlowej, usługowej czy instytucji. Obserwacja prowadzona jest z wykorzystaniem arkusza obserwacyjnego, może być także rejestrowana. Można w ten sposób zweryfikować deklaracje instytucji o sposobie traktowania jej klientów. Oczywiście im mniejsza społeczność, tym trudniej przeprowadzić takie badanie incognito.

Podobne badania przeprowadzają także dziennikarze. Dziennikarka „Gazety Praca”, Małgorzata Kolińska-Dąbrowska, chodziła do urzędów pracy jako bezrobotna szukająca zatrudnienia. Odkrywała trudności z jakimi borykają się osoby bezrobotne w wieku 50+. Na własnej skórze mogła zobaczyć, jak wygląda obsługa w urzędzie pracy. Swoje doświadczenia opisywała w cyklu „Przychodzi baba do pośredniaka”.

✓ Co po obserwacji?

Takie wyjście w teren pozwala nam poznać lepiej kontekst, spojrzeć świeżym okiem na naszą okolicę, a także niekiedy zweryfikować słowa respondentów. **Wnioski z obserwacji, podobnie jak w przypadku wywiadów jakościowych, warto opracować podczas pracy grupowej.** Wspólnie zastanowić się, co z nich wynika, jakie mogą mieć zastosowa-

nie i konsekwencje dla prowadzonych badań (na przykład dla naszych hipotez lub scenariuszy).

Stowarzyszenie Liderów Lokalnych Grup Obywatelskich prowadziło obserwację konsultacji społecznych organizowanych przez samorządy. Badacze wprowadzali informacje na specjalne kwestionariusze, które przypominały im na co mają zwracać uwagę. Brali pod uwagę m.in. czas trwania i przebieg spotkania, grupy uczestników, rodzaj materiałów informacyjnych udostępnionych przez organizatorów, sposób odnoszenia się do postulatów zgłoszonych przez osoby biorące udział w wydarzeniu, dostępność miejsca konsultacji dla osób z niepełnosprawnościami.

4.4. Działania partycypacyjne

Tradycyjne badania jasno wyznaczają granice między badaczem a osobą badaną, ekspertem interpretującym wyniki a respondentem udzielającym informacji. Wyniki nie wpływają bezpośrednio na zmianę w społeczności, w której zostały zebrane. Zwykły proces badawczy angażuje przede wszystkim badaczy, respondenci odgrywają w nim ważną, aczkolwiek epizodyczną rolę. Obraz rzeczywistości, otoczenia konstruowany jest wyłącznie przez profesjonalistów na podstawie zebranego materiału, wyjaśnia rzeczywistość, lecz jej nie kształtuje.

W warunkach lokalnych społeczności, zwłaszcza w przypadku tworzenia różnego rodzaju diagnoz warto wykorzystać metody z **rodziny badań uczestniczących/aktywnych (*participatory action research*)**. Włączają one członków społeczności w cały proces badawczy. Badanie tworzone jest przez mieszkańców i przeprowadzane dla nich. Skupia się na kwestiach zidentyfikowanych przez wspólnotę jako najbardziej istotne, a rezultaty są wykorzystywane do uporania się z lokalnymi potrzebami. Rozważenia godne jest nie tylko wspólne opracowywanie tradycyjnych narzędzi badawczych, ale również realizowanie prac w sposób warsztatowy, aktywnie włączający uczestników.

4.4.1. Warsztaty

Metody warsztatowe, które wykorzystują nieszablonowe pomoce takie jak mapy, wizualizacje, dramę, modele, burze mózgów znacznie lepiej poruszają wy-

obraźnię i uruchamiają kreatywne spojrzenie na swoje środowisko. Uwzględnienie w działaniach różnych grup daje głos także osobom zwykle wykluczonym, jak również pozwala uczestnikom spotkać się z odmiennymi perspektywami, argumentami i wizjami przyszłości. Pełni niebagatelną funkcję edukacyjną – uczestnicy uczą się trudnej sztuki dialogu i osiągnięcia kompromisu. Dodatkowo mamy dostęp do wielu źródeł informacji na raz, co dwie wspólnie pracujące głowy, to nie jedna. Jednocześnie, co nie do przecenienia, zyskujemy sojuszników, którzy wesprą nas w naszych działaniach podejmowanych w przyszłości. Działania partycypacyjne wykorzystywane są przy wspólnotowym opracowywaniu wizji rozwoju społeczności, mapy zasobów i potrzeb, partycypacyjnym planowaniu przestrzeni i inwestycji. Inspirujące może być wykorzystanie materiałów angażujących różne zmysły i łączących różne rodzaje doświadczenia – na przykład tworzenie **map partycypacyjnych / poznawczych**.

4.4.2 Mapy partycypacyjne / poznawcze

Mapy prezentowane w rozdziale o analizie danych zastanych (s. 20-31) wykorzystywały zastane dane ilościowe. Praktyka badawcza pokazuje jednak, że taki typ danych ilustruje jedynie wybrany wycinek rzeczywistości. Mapowanie społeczności warto poszerzyć, konfrontując się z ludzkim doświadczeniem, dodając wymiar jakościowy, wykraczający także poza słowny opis. Często właśnie w tym momencie okazuje się, że niektóre informacje nie przystają do rzeczywistości oraz dowiadujemy się, jakich danych nam brakuje.

Społeczność lokalna istnieje w określonej przestrzeni, na danym terytorium. Kiedy myślimy o swoim osiedlu czy ulicy, stają nam przed oczami konkretne budynki, miejsca, zdarzenia. To jak czujemy się w tej przestrzeni, wynika bezpośrednio z naszego doświadczenia. Warto zatem sięgnąć do partycypacyjnych technik tworzenia map z udziałem mieszkańców. Tak tworzone mapy nazywa się mapami partycypacyjnymi (ponieważ powstają przy aktywnym udziale uczestników procesu) lub mapami poznawczymi (ponieważ dzięki nim możliwe jest poznanie indywidualnego wyobrażenia każdego uczestnika o danej przestrzeni i środowisku). Na schematyczne mapy okolicy (tworzone przez samych mieszkańców lub uprzednio przygotowane) uczestnicy nanoszą swoje oceny i preferencje, określając na przykład przyjazność tych miejsc, aktywność przestrzenną (swoje codzienne szlaki), zaznaczają miejsca, z którymi się iden-

W kontekście tworzenia diagnoz lokalnych ćwiczenie z mapami może okazać się bardzo inspirujące. Co ważne, zastosowanie takiej metody pozwala dać głos różnym grupom społecznym, wskazać na potencjalne konflikty interesów, a także możliwe pola współdziałania. Może pomóc w dostrzeżeniu różnych perspektyw, np. tego jak różni się percepcja przestrzeni gminy z punktu widzenia matek małych dzieci i urzędników. Dowiemy się, jak rodzice postrzegają przystosowanie okolicy do życia z małymi dziećmi. Pracownicy socjalni mogą oznaczyć na mapach strefy problematyczne, obszary wysokiego ryzyka, czyli takie, gdzie występuje na przykład problem alkoholizmu lub przemocy w rodzinie. Abstrakcyjne dane zostają dzięki temu osadzone w konkrecie, mając bezpośrednie przełożenie na wymiar przestrzeni.

Podczas badania przeprowadzonego w Szczecinie przy okazji przygotowania do rewitalizacji jednej z ulic, poproszono mieszkańców o wskazanie na schematycznym planie dzielnicy miejsc, gdzie nie czują się bezpiecznie. Uzyskane w ten sposób mapy dopełniają obraz przestępczości w tej okolicy (Rysunek 10, s. 65). Wskazują wprost, gdzie należałoby poprawić bezpieczeństwo, np. poprzez zwiększenie liczby patroli, ustawienie lamp ulicznych. W pewien czas po przeprowadzonych inwestycjach badanie takie można by powtórzyć, sprawdzając, czy rewitalizacja miała wpływ na zmianę obszarów postrzeganych wcześniej jako niebezpieczne.

4.5. Co dalej z danymi jakościowymi?

Dane jakościowe najlepiej na samym początku zebrać razem w formie spisanej (notatki z wywiadów, warsztatów, mapy, arkusze obserwacji). Kolejny krok to kilkukrotne uważne czytanie. Następnie – najlepiej grupowo – zastanowić się, czy w posiadanych danych da się zauważyć jakieś **prawidłowości**. Należy sobie zadać kilka kluczowych pytań. Pokażemy to na przykładzie badania wpływu rodziców na decyzję gimnazjalistów o wyborze szkoły średniej.

1. Częstość – jak często dane zjawisko pojawia się w wypowiedziach. Jak często w wypowiedziach uczniów pojawiał się wątek nacisku rodziców na wybór szkoły średniej.

2. Nasilenie - jak uczniowie odnosili się do tego, co sugerowali im rodzice? Czy uznawali to za ważne? Czy odnoszą się do tego w sposób emocjonalny? Czy wydają się przywiązani do opinii rodziców?

3. Struktura – jakie były formy/typy wpływu rodziców? Czy zawsze były to komunikaty wprost? Czy były to tylko sugestie, a może całkowite przejęcie kontroli?

4. Procesy - Jak dokładnie wyglądał proces podejmowania decyzji? W którym momencie pojawia się tam udział rodziców? W którym momencie rodzice zaczynają rozmawiać o tym z dziećmi? Do kogo należy ostateczna decyzja?

5. Przyczyny – Cemu w danych przypadkach zaistniał określony wpływ? Jakie wspólne cechy (społeczne, psychologiczne) posiadają rodzice, którzy mocno ingerują w decyzje dzieci? Jaki wpływ na zaangażowanie rodziców miał proces podejmowania decyzji?

6. Konsekwencje – jak swój wybór szkoły oceniają uczniowie, którzy byli pod mocnym wpływem rodziców? Jakie są losy szkolne w zależności od typu wpływu?

✓ **Na co szczególnie należy zwrócić uwagę:**

1. Sprzeczności – mogą prowadzić do zaskakujących wniosków. Motywują nas do szukania nieoczywistych wyjaśnień. Np. niejednoznaczna ocena oferty domu kultury, może nas popchnąć do tego, aby bardziej szczegółowo przyjrzeć się proponowanym tam zajęciom, a także ich dostępności, infrastrukturze.

2. Ogólniki – gdy wszyscy gładko zgadzają się na jakiś temat – może to oznaczać, że funkcjonuje silny stereotyp, a wiedza o tym obszarze jest bardzo powierzchowna i nie zakorzeniona w doświadczeniu. Np. wszyscy uważają, że warto chodzić na zebrania lokalne (a tak naprawdę nikt nigdy tam nie był, nie uważa tego za ciekawe, ale myśli, że wypada je chwalić).

3. Emocje i komunikaty niewerbalne – ujawniają nasz prawdziwy stosunek do omawianych kwestii. Pozwalają czytać między wierszami.

4. Kwestie przemilczane – może okazać się, że dotykamy jakiegoś silnego tabu. Np. na terenach z bolesną historią, ludzie celowo będą przemilczać przeszłość i koncentrować się na teraźniejszości.

5. Język - należy bardzo uważnie zastanowić się, czemu zostało użyte jakieś charakterystyczne pojęcie. Czy jest ono w jakiś sposób nacechowane, czy wynika z tradycji, z emocji? Czy np. o danej instytucji respondenci wyrażają się z szacunkiem, neutralnie, lekceważąco?

Prawidłowości, które odnajdujemy, pozwalają nam na stawianie hipotez i poszukiwanie wyjaśnień – o czym w następnym rozdziale.

V Co po zebraniu informacji?

Samo zebranie informacji, czyli badanie, nie jest końcem pracy nad naszą diagnozą. Teraz czeka nas porządny namysł nad tym, czego udało nam się dowiedzieć w dokumentach, w rozmowach, obserwacjach i ankietach. Najlepiej po skończonym etapie badania spotkać się w gronie wszystkich osób, które brały w nim udział i spróbować na gorąco podsumować nasze doświadczenia. Do takiego spotkania dobrze się jakoś przygotować, spisać na kartce najważniejsze nasze hipotezy, wątpliwości, rzeczy na które nie znajdujemy odpowiedzi. Wszystko, by potem razem je przedyskutować i wzajemnie uzupełniać swoją wiedzę. Musimy być otwarci na odmienne od naszych perspektywy rozumienia diagnozowanej przez nas rzeczywistości.

5.1. Spotkanie. Wspólnie dobrze się myśli

Spotkanie po badaniu powinno być podobne do tego, od którego zaczynaliśmy naszą diagnozę. Dobrze jest zapisywać wszystkie najważniejsze wątki, a nawet zobaczyć jak wyglądał nasz plan diagnozy i na ile poznaliśmy wszystkie obszary i kwestie, które chcieliśmy zbadać.

Można zacząć od odpowiedzi na pytanie **„Co nas zaskoczyło w trakcie diagnozy?”**

Wypiszmy wszystkie nasze impresje i luźne myśli, które się nam nasuwają. Często generalne wrażenie np. „Biblioteka jest brzydka....” prowadzi do ważnych wniosków i jasnych rekomendacji. W przypadku biblioteki może to być zadbanie o jej estetykę, zakup nowych firanek, wykładzin czy foteli. Zanim jednak stworzymy rekomendacje, sprawdźmy na ile nasze wnioski i spostrzeżenia pokrywają się ze spostrzeżeniami innych. Pamiętajmy, żeby zachować równowagę między naszymi subiektywnymi ocenami, dokładnym przytaczaniem faktów i opinii osób, z którymi się zatknęliśmy.

Pytania, które warto sobie zadać:

- Co zostało powiedziane?
- Przez kogo zostało to powiedziane?
- Dlaczego to właśnie ta osoba to powiedziała?
- Co nie zostało powiedziane?

Możemy również zacząć od pewnej konkretnej kwestii (np. osoby starsze na naszym osiedlu) i następnie wypełniać ją wszystkimi uwagami, danymi z różnych źródeł i informacjami, które zebraliśmy z wykorzystaniem różnych metod (np. statystyki liczby i wieku mieszkańców, sprawozdania z działań lokalnego NGO pracującego z seniorami, wywiad z pracownikiem OPS-u, ankieta wśród starszych mieszkańców osiedla, obserwacja). **Zobaczmy na ile te różne elementy się pokrywają, czy dane z jednego źródła potwierdzają inne dane. Równie ciekawe są jednak różnice i za-stanowienie się, z czego one wynikają.**

Świetny czy kiepski nauczyciel?!

Ten sam nauczyciel może mieć znakomitą opinię wśród dobrych uczniów i obiektywnie wybitne osiągnięcia (wysokie miejsca jego wychowanków na olimpiadzie przedmiotowej), a jednocześnie być źle ocenianym przez słabych uczniów i innych nauczycieli. Dopiero zebranie informacji od nich wszystkich pozwala wysnuć wniosek, że nauczyciel ma strategię polegającą na inwestowaniu tylko w najlepszych, ale ignorowaniu potrzeb przeciętnych i słabych uczniów.

5.2. Sztuka wnioskowania

Myślenie o zdobytych przez nas informacjach i tym, co z nich wynika jest najtrudniejszym elementem diagnozy. Możemy w budowaniu wniosków wytyczyć sobie pewną logiczną kolejność analizowania danych. Szkielet najłatwiej zbudować na faktach, które zdobyliśmy w dokumentach urzędów, statystykach publicznych, badaniach ankietowych. To uchroni nas przed stawianiem zupełnie fałszywych hipotez, niepopartych w rzeczywistości.

Najczęstsze błędy w szukaniu przyczyn

1. **Subiektywność i przywiązanie do swoich doświadczeń.** Nawet najlepszym badaczom bardzo trudno jest wyjść poza swoje poglądy, przekonania i stereotypy. Trzeba na to bardzo uważać, bo często wypacza to nasze wnioski, pozwala ignorować informacje, które nie zgadzają się z naszym przekonaniem i wypuklają przyjemne dla nas potwierdzenia naszego sposobu myślenia.

2. **Ignorowanie ważnych dowodów i sensownych hipotez.** Czasem, jakieś wytłumaczenie jest na tyle dobre, że nie szukamy dalej i w konsekwencji możemy zgubić prawdziwe przyczyny.
3. **Mylenie przyczyny ze skutkiem.** Np. w szkołach pedagogicznych kształci się więcej nauczycieli o specjalizacji humanistycznej, ponieważ wydaje się, że większość dzieci ma takie zainteresowania. Może się jednak okazać, że dzieci bez mocnego wsparcia nauczycieli w naukach ścisłych, nie są w stanie opanować matematyki i fizyki, więc wtórnie interesują się przedmiotami humanistycznymi.
4. **Fałszywe dylematy.** Często wydaje nam się, że wytłumaczenie powinno być jedno i tracimy energię na obalanie przeciwnych hipotez. Tymczasem wiele zjawisk, szczególnie społecznych, nie ma jednej przyczyny, a kształtowanych jest przez zbiór czynników.

Proces tworzenia wniosków z diagnozy można podzielić na takie etapy:

1. Po badaniu mamy **opisy zjawisk** i dane na temat częstości i właściwości ich występowania;
2. Analizując tworzymy **hipotezy, które są próbami ich wyjaśnienia** (im więcej ich stworzymy tym lepiej);
3. Każdą **hipotezę sprawdzamy i próbujemy obalić**, za pomocą informacji z innych źródeł, innych opinii, alternatywnych dokumentów;
4. Wszystkie **hipotezy**, które znalazły swoje potwierdzenia, **tworzą zbiór zwany teorią**, która najlepiej wyjaśnia obraz zjawisk jaki zobaczyliśmy w wyniku badania;
5. Teoria jest spójnym wyjaśnieniem pozwalającym na **tworzenie efektywnych planów działania**.

Na szkielet z faktów możemy nakładać dane, które zdobyliśmy metodami jakościowymi, czyli w wywiadach indywidualnych i grupowych. Są one zwykle pełniejsze, mają charakter opinii, pozwalają zdobyć informacje, których nie przewidzieliśmy budując pytania do ankiet. Zawsze jednak musimy brać pod uwagę, że są one nieobiektywne i konstruowane z jakiegoś punktu widzenia. Jeśli nie znajdujemy dla nich potwierdzeń w faktach, które zdobyliśmy, powinniśmy to wyraźnie zaznaczyć i skupić się na wyjaśnieniu, skąd takie rozbieżności. Na koniec możemy dołączyć

nasze spostrzeżenia z wywiadów czy z obserwacji uczestniczącej, które często dobrze dopełniają obrazu.

Co to jest dobra hipoteza?

Stawianie hipotez (czyli wyjaśnień) powinno być naszym nieustannym umysłowym ćwiczeniem w czasie przeprowadzania diagnozy. Warto, żeby hipotezy formułować w sposób, który umożliwia nam ich sprawdzenie. Muszą być więc realistyczne i niezbyt ogólne, opisywać mierzalne wskaźniki. **Dobra hipoteza to taka, którą można sprawdzić.**

Hipoteza nie do sprawdzenia (niefalsyfikowana):

Dzieci nie uczestniczą w zajęciach pozalekcyjnych, bo są leniwe. (Jak zmierzyć lenistwo dzieci? Co dokładnie znaczy leniwy?)

Hipotezy do sprawdzenia (falsyfikowane):

- a. Dzieci nie korzystają z popołudniowych zajęć szkolnych, bo nie mają jak na nie dojechać (można sprawdzić jak daleko od szkoły mieszkają, co ile jeździ autobus, sprawdzić czy rodzice mają samochody)
- b. Dzieci nie korzystają z popołudniowych zajęć szkolnych, bo są one płatne (można zobaczyć ile kosztują, znaleźć informacje o przeciętnych dochodach w miasteczku)
- c. Dzieci nie korzystają z popołudniowych zajęć szkolnych, bo nie odpowiadają na ich zainteresowania (łatwo zapytać dzieci co chciałyby robić popołudniami)

5.3. Zebranie i pokazanie naszych wniosków

Gdy uda nam się przebrnąć przez trud tworzenia i testowania hipotez, a w naszej głowie będziemy mieli kilka spójnych teorii, które dobrze opisują otaczającą nas rzeczywistość w badanym przez nas obszarze, możemy zabrać się do ich spisania. Pisanie dokumentu z diagnozy nie jest tylko sztucznym wymogiem, a przydatnym zwieńczeniem badań, na który zawsze możemy się powołać i do którego sami zawsze możemy zająrzeć.

✓ Skup się na najważniejszym

Rzetelnie zrobiona diagnoza przyniesie nam bardzo dużo materiałów, bardzo ważnych na etapie testowania hipotez, ale potem zbędnych. Pisanie podsumowania czy raportu nie polega na wypisaniu wszystkiego czego się dowiedziałeś, ale na przedstawieniu najważniejszych i najbardziej przydatnych nam informacji, hipotez i teorii. Najwięcej miejsca powinniśmy poświęcić tym, które posłużą nam do tworzenia naszych strategii działania. Te rzeczy, na które nie mamy wpływu możemy zasygnalizować, ale nie dogłębnie analizować.

✓ Nie pisz za dużo

O wadze i przydatności Twojej diagnozy nie świadczy ilość jej stron. Pamiętaj, że robimy diagnozę, żeby móc skutecznie działać. Dlatego może się okazać, że kilka rzetelnych i innowacyjnych teorii przyda się wszystkim znacznie bardziej niż nawet najbardziej dogłębne i wielostronowe opisanie szczegółów. Pokazywanie wszystkich wyników i informacji (szczególnie kilkunastu tabel z odpowiedziami) nie zwiększa wiarygodności, a nudzi i powoduje zamęt w odbiorcy. Oczywiście, nie przesadzaj z lakonicznością. Pomyśl dobrze, które z informacji, które zdobyłeś, dobrze tłumaczy twój sposób myślenia oraz twoje hipotezy, i tylko te przedstaw w dokumencie.

✓ Podziel się swoją wiedzą

Twoja diagnoza może być krokiem milowym nie tylko dla Twojej organizacji, ale i dla całej społeczności lokalnej. Jeśli rzetelnie ją przygotowaliście, na pewno zawiera ona w sobie informacje ważne dla wielu instytucji i organizacji. Cała sztuka polega na tym, by przekazać wiedzę w niej zawartą w sposób, który nikogo nie urazi, nie skonfliktuje, ale pokaże potencjalne drogi działania i współdziałania. Może warto zorganizować warsztat dla lokalnych NGOśców, zaprosić mieszkańców na spotkanie lub zrobić konferencję dla lokalnych mediów.

✓ Zadbaj o estetykę swojego dokumentu

Wygląd nie jest najważniejszy, ale może znacznie zwiększyć szanse na to, że diagnoza zostanie zauważona przez różne osoby i instytucje, w tym

przez media. Jeśli zorganizujesz jakieś wydarzenie, które zaprezentuje Ważną diagnozę szerszej publiczności, warto poświęcić chwilę na ułożenie kilku, atrakcyjnych slajdów w prezentacji multimedialnej. Bardzo ważnym i dobrze opisującym kwestię dodatkiem są zdjęcia. Często jedno zdjęcie powie więcej o badanym obszarze niż kilka stron, nawet najwspanialszego opisu.

DOBRY PRZYKŁAD. KACZY DOŁEK

Ciekawym przykładem dobrze zrobionej diagnozy lokalnej jest inicjatywa „Lot nad Kaczym Dołkiem” zrealizowana przez Stowarzyszenie Pastwisko.org z Suwałk. Cały dokument, który jest zwieńczeniem tej diagnozy jest uporządkowany, atrakcyjny, ciekawy i prowadzi do zrozumiałych i przydatnych wniosków (zobacz na www.pastwisko.org)

Na czym polega sukces tej diagnozy?

1. **Dobrze określony cel.** Nie za wąski, ani nie za szeroki, a poza tym konsekwentnie realizowany przez badanie i co ważne... osiągnięty. „Celem tego badania jest pokazanie środowiska społecznego okolic Kaczego Dołka, zwłaszcza pod kątem udziału mieszkańców w imprezach organizowanych przez suwalskie organizacje pozarządowe”. Autorzy wyraźnie zaznaczają co z przedstawionych przez nich danych jest faktem, a co opinią.

2. **Obrazowe przedstawienie.**

Pokazanie kawałka osiedla ze stawem w środku, mimo szczegółów geograficznych i urbanistycznych, jest uzupełniane zdjęciami z lotu ptaka, mapami, rysunkami, które świetnie oddają charakter miejsca, nawet dla osób, które nigdy nie były w Suwałkach. Diagnoza skutecznie wprowadza w charakter miejsca. Podane informacje są idealnie wyważone, ani nie zbyt szczegółowe, ani nie powierzchowne. Wiemy jak wyglądają okoliczne bloki, jakie rosną tam drzewa, kto jest właścicielem terenu i jakie problemy są uciążliwe dla mieszkańców (brak miejsc do parkowania, nielogiczny przebieg ulic). Informacje są dobierane ze względu na ich użyteczność, podane są te, które okazują się kluczowe w codziennym korzystaniu z tego terenu.

3. **Ograniczone zaufanie do danych plus dociekliwość.**

Podane informacje ze statystyk publicznych, są rzetelnie uzupełnione informacjami z wywiadów i obserwacji, których nie da się znaleźć w żadnych dokumentach. Mamy więc informacje o wszystkich grupach wiekowych mieszkańców, ale z zastrzeżeniem, że nie zawierają one informacji o dużej grupie młodych rodzin, z małymi dziećmi, które mieszkania na osiedlu wynajmują, więc nie są „rejestrowane”. Bez czujności w czasie zbierania danych, tej niezwykle ważnej dla opisu i zrozumienia społecznych aspektów funkcjonowania osiedla informacji by nie było.

4. **Widzenie procesów, a nie rejestrowanie stanów.**

Autorzy odwołują się do procesów demograficznych, które od kilkudziesięciu lat kształtują tkankę społeczną miasta. Zwracają uwagę na ważne w tym aspekcie czynniki, jak na przykład rozwój zakładów przemysłowych sprzed trzydziestu lat, który przyciągnął tysiące osób do osiedlenia się w mieście. Starają się prognozować dalszy ciąg tego procesu. Nie skupiają się na stanie, a rejestrują demograficzne zmiany i ich konsekwencje.

5. **Nie egocentrycznie. Czujność na inne organizacje.**

Rzetelnie listują wszystkie instytucje i organizacje, które mają wpływ na lokalną społeczność. Wskazują również drogi ewentualnej współpracy i obszary konfliktogenne.

6. **Dobra i prosta metoda badania.**

Kluczowym źródłem danych jest prosta ankieta, którą wykonano na przypadkowo spotkanych spacerowiczach Kaczego Dołka. Zapytano ich o to, jak daleko mają stąd do domu, co robią na Kaczym Dołku, dlaczego tu przychodzą i z kim. Co ważne, zapytano ich również o to jakich zmian by w tym miejscu chcieli. Dzięki prostym i dobrze wymyślonym pytaniom, diagnoza dokładnie realizuje swój cel i pokazuje jasne kierunki do działań dla wszystkich zainteresowanych instytucji.

7. **Niestampowe zakończenie.**

Po wynikach ankiety mamy osobistą wypowiedź animatora kultury, który opowiada o swoich związkach z miejscem, relacjonuje imprezy, które tam organizował, odtwarza klimat miejsca, swoją jego wizję i komentuje wyniki diagnozy. Nie jest to wymóg w diagnozie, ale pozostawia czytelnika z przekonaniem, że się to miejsca zna.

5.4. Wykorzystanie diagnozy

Starannie wykonana diagnoza nie służy do tego, aby kurzyć się na półce. Można ją wykorzystać w wielu działaniach projektowych.

✓ **Autoewaluacja**

Wyniki diagnozy pozwalają nam w nowy sposób przyrzeć się temu, co do tej pory robiliśmy. Podstawowe pytanie, które możemy sobie zadać, to czego do tej pory nie wiedzieliśmy i jak możemy nową wiedzę wykorzystać.

✓ **Rozmowy z kluczowymi partnerami**

Przystępując do planowania działań i poszukiwania sojuszników, możemy wykorzystać przygotowany przez nas dokument jako materiał uwiarygodniający nas jako ekspertów w danym temacie. Pokazuje to nasze zaangażowanie i włożony wysiłek.

✓ **Promocja medialna**

Dziennikarze chętnie korzystają z przygotowanych opracowań, dokumentów, raportów. Już samo ukazanie się diagnozy może być lokalnym newsem. Prasa albo portale internetowe mogą być miejscem debaty nad raportem. A każda dyskusja o diagnozie to promocja jej autorów.

✓ **Podtrzymanie kontaktu z respondentami**

Często wielu z naszych respondentów jest też potencjalnymi odbiorcami naszych działań. Przekazanie im wyników naszej pracy jest wyrazem wdzięczności za ich pomoc, a zarazem zaproszeniem do dyskusji i dalszej współpracy.

✓ Przygotowanie wniosków

Większość wniosków, poprzez które aplikuje się o fundusze, zawiera w sobie część diagnostyczną. Powołanie się na przeprowadzone badania uwiarygadnia to, co piszemy.

VI Kilka słów na koniec

Trudno jest nauczyć się diagnozowania z książek. Przepis na dobre badanie to garść wiedzy teoretycznej, dobry zmysł obserwacyjny, trochę intuicji i bardzo dużo doświadczenia. Każde badanie nas czegoś uczy, każde badanie po jego zakończeniu, chcielibyśmy zrobić trochę inaczej.

Dlatego nasza główna rada to... spróbować. A z każdym kolejnym badaniem coraz śmielej eksperymentować z metodami, nie chować wyników pod poduszką, dyskutować o wnioskach ze społecznością lokalną.

Wiele takich projektów już zostało z sukcesem przeprowadzonych lub właśnie w tej chwili się dzieje. Mamy nadzieję, że realizatorami następnych będą czytelnicy tej publikacji. Powodzenia!

VII Bibliografia

1. Earl Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2005
2. Chava Frankfort - Nachmias, David Nachmias, *Metody Badawcze w naukach społecznych*, Wyd. Zys i ska, Poznań 2001
3. Nowotny A., Sztandar-Sztanderska K., Daszkowska-Kamińska A. (2008). *Jak diagnozować środowisko lokalne?* Równać Szanse, Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności.
4. Sułek A. (2002). *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar
5. Foland A. *Psychokartografia w praktyce. Badania psychologicznych własności przestrzeni*, Pracownia Badań Środowiskowych, Katedra Psychologii Społecznej Wydziału Psychologii UW, <http://www.psychokartografia.foland.pl>
6. Kowalewski M., Kołodziejczak S., Kowalewski J. *Społeczność lokalna północnych dzielnic Szczecina wobec rewitalizacji (Rejon ul. Światowida). Raport z badań socjologicznych*, Instytut Socjologii i Psychologii, Uniwersytet Szczeciński
7. Lewicka M. (2004). „Ewaluatywna mapa Warszawy: Warszawa na tle innych miast” w: J. Grzelak, T. Zarycki (red.), *Społeczna mapa Warszawy. Interdyscyplinarne studium metropolii warszawskiej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar
8. Zaborska K. (2006). „Metody badań środowiskowych. Projektowanie przestrzeni społecznej”, Seminarium konkursu „Miasto i demokracja”
9. The Community Toolbox <http://ctb.ku.edu/en/Default.htm>
10. Community Action Toolkit <http://www.nzfvc.org.nz/communityaction/part1.shtml>
11. North Central Regional Center for Rural Development <http://www.ncrcrd.iastate.edu/takecharge/curriculum/assessment.pdf>
12. <http://www.childrenfirstpg.com/assetmapping.htm>

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

[illegible]

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.