

Ewa BACIA¹

BADANIA GOSPODARKI SPOŁECZNEJ I POTRZEB LOKALNYCH:

OPIS METODY I REKOMENDACJE

W pierwszym półroczu 2007 roku w ramach Priorytetu Badawczego Partnerstwa na Rzecz Rozwoju „Tu jest praca” zespół badawczy, składający się z pracowników naukowych Instytutu Studiów Politycznych PAN oraz Instytutu Polityki Społecznej Uniwersytetu Warszawskiego, przeprowadził terenowe badania uwarunkowań rozwoju lokalnej gospodarki społecznej w kontekście diagnozowanych jednocześnie potrzeb wybranych społeczności lokalnych. Miały one również cel metodologiczny – stworzenie narzędzi do badań jakościowych potrzeb społeczności lokalnych oraz uwarunkowań rozwoju gospodarki społecznej.

GLÓWNE ZAŁOŻENIA BADAŃ

Badania służą określeniu skali i charakteru niezaspokojonych potrzeb lokalnych społeczności oraz wskazaniu efektywnych metod ich zaspokajania.

Założono, iż z jednej strony możliwe jest wyróżnienie kategorii potrzeb całego środowiska lokalnego, z drugiej zaś, że możliwe jest wskazanie zasobów i czynników, które są niezbędne do rozwoju tego środowiska (czyli metod zaspokajania potrzeb).

Potrzeby środowiska lokalnego są konsekwencją występujących w nim problemów. W związku z tym punktem wyjścia analiz dotyczących niezaspokojonych potrzeb musi być diagnoza stwierdzonych w środowisku lokalnym problemów/braków. W odniesieniu do problemów społecznych istotne dla dalszych analiz są następujące cechy:

1. hierarchia (które z problemów są najbardziej/najmniej dotkliwe?; natężenie których jest największe/najmniejsze?; które potrzeby wymagają zaspokojenia w pierwszej kolejności?);
2. obszar występowania (czy problemy społeczności lokalnej występują na określonym obszarze?; czy dotyczą wyodrębnionych grup społecznych?);

¹ Członkini zespołu badającego uwarunkowania rozwoju lokalnej gospodarki społecznej w ramach Priorytetu Badawczego Partnerstwa na Rzecz Rozwoju „Tu jest praca”, pracownik naukowy Instytutu Polityki Społecznej Uniwersytetu Warszawskiego.

3. charakterystyka jakościowa (jaka jest specyfika poszczególnych problemów?; jakie są ich cechy wyróżniające?).

Po zdiagnozowaniu występujących w środowisku lokalnym potrzeb kolejnym etapem badań jest analiza metod ich zaspokajania. Problemy społeczne kształtują popyt na określone dobra i usługi. Inne czynniki tworzące popyt w środowisku lokalnym to zasoby kapitału ekonomicznego, ludzkiego i społecznego, którym może dysponować lokalna społeczność.

Kolejnym założeniem, ważnym na tym etapie badań, jest przyjęcie za Karlem Birkhölzerem² perspektywy, zgodnie z którą zaspokojenie potrzeb lokalnych oraz zapewnienie niezależnego i stabilnego rozwoju wymaga:

1. systemu zaufania (kapitał społeczny);
2. dobrze funkcjonujących sieci organizacji (infrastruktura instytucjonalna);
3. „rozwoju od wewnątrz”, który opiera się na lokalnych podmiotach, w tym dysponujących częścią zasobów terytorium i decydujących o ich spożytkowaniu w interesie wspólnoty (inicjatywa, motywacja i chęć do działania ze strony lokalnych aktorów instytucjonalnych i indywidualnych).

Według najnowszych koncepcji rozwoju lokalnego³, sektor publiczny i rynek nie są wystarczającymi źródłami zaspokajania potrzeb wspólnot lokalnych i regulatorami rozwoju lokalnego. Rozwój ten wymaga szerokiej gamy instytucji umożliwiających prowadzenie różnego typu transakcji: podmiotów gospodarki społecznej, instytucji publicznych i kooperujących z nimi – na rzecz lokalnej społeczności – firm rynkowych.

W prezentowanych tu badaniach przyjęto, że szczególnie ważnym, stosunkowo nowym i rozwijającym się sektorem instytucjonalnym, nastawionym na zaspokajanie potrzeb lokalnych jest sektor gospodarki społecznej. W związku z tym jako drugi cel badań (obok zdiagnozowania niezaspokojonych potrzeb społeczności lokalnych) wyznaczono opis i analizę uwarunkowań rozwoju lokalnej gospodarki społecznej (jako istotnego sektora zaspokajającego te potrzeby).

DEFINICJE PODSTAWOWYCH POJĘĆ

W niniejszych badaniach niezaspokojone potrzeby diagnozowane są na poziomie społeczności lokalnej. *Spółeczność lokalna jest tu rozumiana jako zbiorowość mieszkańców stosunkowo niewielkiego obszaru (najczęściej jest to rejon wydzielony administracyjnie, na przykład gmina czy dzielnica w dużym mieście), którego mieszkańcy połączeni są więziami*

² Karl Birkhölzer, *Lokalny rozwój gospodarczy i jego potencjał*, referat na seminarium „Lokalny rozwój gospodarczy” zorganizowanym przez Sieć Stowarzyszeń Władz Lokalnych Europy Południowo-Wschodniej (The Network of Associations of Lokal Authorities of South-Eastern Europe), 14–15 kwietnia 2005, Brco, Bośnia i Hercegowina.

³ Carlo Borzaga, wykład na temat rozwoju lokalnego, Warszawa, luty 2006.

społecznymi różnego typu (więzi sąsiedzkie, instytucjonalne itp.) oraz mają poczucie przynależności do tej wspólnoty (a więc identyfikują się z nią).

Zdając sobie sprawę, że w środowiskach lokalnych zamieszkują osoby, rodziny, zbiorowości ludzi o bardzo zróżnicowanych potrzebach, założono, że można wyróżnić pewne grupy potrzeb całego środowiska lokalnego, a również – wskazać zasoby i czynniki, które są niezbędne dla rozwoju społecznego całego środowiska lokalnego.

Dążąc do powiązania diagnozy potrzeb z perspektywami rozwoju gospodarki społecznej (m. in. w kierunku dostarczania określonych dóbr i usług dla społeczności lokalnej), w badaniach przyjęto, że dla każdej społeczności niezbędne jest istnienie w środowisku lokalnym infrastruktury społeczno-ekonomicznej, umożliwiającej tej społeczności prawidłowe funkcjonowanie, integrację i rozwój (indywidualnych osób, gospodarstw domowych, władz lokalnych, przedsiębiorców, sformalizowanych i niesformalizowanych organizacji społeczeństwa obywatelskiego oraz całej społeczności).

W badaniach przyjęto, że w środowisku lokalnym *niezaspokojone potrzeby objawiają się jako problemy społeczne*. W obszarze badań uwzględniono tylko wybrane *problemy społeczne rozumiane jako brak możliwości zaspokojenia potrzeb odczuwanych w społeczności lokalnej* (na przykład potrzeb edukacyjnych czy potrzeb pracy zawodowej). Poza zakresem naszego zainteresowania znajdują się więc lokalne problemy związane z konfliktem między grupami, funkcjonowaniem instytucji przedstawicielskich itp.

TWORZENIE NARZĘDZI BADAWCZYCH

Badanie potrzeb (*needs assessment*) to: „systematyczny proces zbierania i analizy danych, służący głównie podejmowaniu decyzji o alokacji zasobów. W szczególności ma on identyfikować dobra i usługi, które są dostarczane danej społeczności w niewystarczającym zakresie (w porównaniu do przyjętych standardów) i co do których istnieje zgoda, że powinny być one przedmiotem publicznej prowizji”⁴.

W prezentowanych tu badaniach posłużono się dwiema technikami badań jakościowych: pogłębionym wywiadem indywidualnym oraz zogniskowanym wywiadem grupowym.

Zastosowanie pogłębionych wywiadów indywidualnych zgodne jest z metodą *key informant approach*. Celem przeprowadzanych tą metodą wywiadów indywidualnych jest zdobycie informacji i poznanie opinii osób aktywnie uczestniczących w kształtowaniu warunków życia społeczności lokalnej. Chodzi tu o osoby zajmujące ważne stanowiska w strukturze społecznej (a więc mające wpływ na życie wspólnoty poprzez posiadane kompetencje i pracę w określonych instytucjach), działaczy lokalnych (kształtujących życie lokalne przez własną aktywność i realizowanie własnych inicjatyw / inicjatyw grup, które reprezentują) oraz liderów społeczności lokalnej (osoby, które mają wpływ na to,

⁴ *Needs Assessment. A Guide for Planners*. United Way of America, 1982, s. 9.

co dzieje się we wspólnocie, ponieważ są powszechnie szanowane i ludzie zważają na ich opinie – są to więc liderzy opinii).

Zaletą wywiadów indywidualnych jest możliwość poznania obrazu społeczności i ocen występujących w tej społeczności potrzeb – w opinii osób, które przez swoje działania lub/i posiadany przez siebie autorytet mają wpływ na warunki życia w tej społeczności.

Wadą wywiadów indywidualnych przeprowadzanych z przedstawicielami „lokalnych elit” może być subiektywizm wypowiedzi, brak reprezentatywności głoszonych opinii dla całej społeczności. Pracownikom lokalnych instytucji czy działaczom lokalnym może też zależeć na stworzeniu określonego, pozytywnego obrazu swej społeczności, ukazaniu wyłącznie jej dobrych stron. Przynależność do lokalnych „elit” może również oznaczać trudność przedstawienia rzeczywistych potrzeb lokalnej wspólnoty, potrzeb wspólnych członkom całej społeczności. Z tego względu zdecydowano się uzupełnić badania techniką wywiadów grupowych ze „zwykłymi” członkami społeczności lokalnej. Chodzi tu o osoby, które nie piastują szczególnie ważnych funkcji, lecz utożsamiają się z daną społecznością i potrafią określić występujące lokalnie problemy społeczne.

Technika wywiadu grupowego zastosowana w naszym badaniu służy zdiagnozowaniu niezaspokojonych potrzeb społecznych. Ponadto również w wywiadach indywidualnych zawarto znaczny blok pytań nakierowanych na wnikliwą analizę uwarunkowań rozwoju lokalnej gospodarki społecznej jako czynnika, poprzez który postrzegane są ważne do zaspokojenia potrzeby społeczności lokalnej.

DOBÓR MIEJSCOWOŚCI DO BADAŃ

W badaniach zdecydowano się na metodę całościowej, pogłębionej analizy przypadków (*case studies*) w czterech społecznościach lokalnych. Dobrano je opierając się na zasadzie zgodności (zmienna zależna pozostaje stała; zmienne niezależne przyjmują skrajnie różne wartości). Zastosowano dwie zmienne niezależne: przynależność do znacznie różniących się sytuacją ekonomiczną i społeczną województw oraz stopień urbanizacji badanych społeczności lokalnych. Wybrano dwa województwa (wielkopolskie oraz warmińsko-mazurskie) niemalże skrajnie różniące się sytuacją ekonomiczną, poziomem bezrobocia oraz tradycjami społeczno-obywatelskimi.

Z kolei wyższy poziom urbanizacji wiązał się – zgodnie z naszymi założeniami – z wyższym poziomem zasobów ekonomicznych i większą otwartością na trendy modernizacyjne, w tym np. takie zjawiska, jak tworzenie organizacji pozarządowych czy przedsiębiorstw społecznych.

Zmienną zależną był w relacjonowanych badaniach sukces dobrze funkcjonującej lokalnej gospodarki społecznej. By stwierdzić, w których miejscowościach o określonym stopniu urbanizacji w wybranych województwach istnieje silna gospodarka społeczna, posłużono się wynikami dostępnych badań, informacjami z opracowań naukowych oraz kontaktami z lokalnymi informatorami (na przykład pracownikami naukowymi uni-

wersytetów i jednostek badawczych w danym województwie). Na tej podstawie wybrano do badań cztery miejscowości.

PROCEDURA WYBORU ROZMÓWCÓW

Procedurę wyboru rozmówców do wywiadów indywidualnych rozpoczęto od poszukiwania instytucji istotnych dla zaspokajania potrzeb lokalnej społeczności, w tym z przedstawicielami podmiotów gospodarki społecznej. W pierwszej kolejności zwrócono się do przedstawicieli instytucji samorządowych na poziomie gminy i powiatu. W każdej miejscowości prośbę o zgodę na przeprowadzenie rozmowy skierowano do: burmistrza / prezydenta miasta / wójta, starosty, dyrektora Ośrodka Pomocy Społecznej, kierownika Powiatowego Urzędu Pracy, dyrektora Powiatowego Centrum Pomocy Rodzinie.

W przypadku, gdy w ramach samorządu danej miejscowości wyodrębniono struktury istotne dla określania potrzeb społeczności czy rozwoju lokalnej gospodarki społecznej⁵, docierano również do potencjalnych rozmówców z tych instytucji.

Do przedstawicieli samorządowych władz lokalnych zwrócono się z prośbą o udostępnienie informacji na temat działających w danej społeczności podmiotów gospodarki społecznej (organizacje pozarządowe, spółdzielnie, zakłady pracy chronionej itp.).

Na podstawie tak uzyskanych danych oraz na podstawie informacji zebranych w kwerendzie internetowej, stworzono listę instytucji, których działanie powinno być nastawione na zaspokajanie różnego rodzaju potrzeb w danej społeczności lokalnej. Na liście wybranych instytucji znalazły się między innymi: spółdzielnie (w tym spółdzielnie socjalne), organizacje pozarządowe (stowarzyszenia, fundacje), zakłady aktywności zawodowej, centra integracji społecznej, kluby integracji społecznej, warsztaty terapii zajęciowej, towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych, zakłady pracy chronionej, organizacje społeczne typu kluby sportowe, WOPR, ochotnicze straże pożarne, organizacje młodzieżowe, PCK, organizacje kościelne.

Kolejnym wstępnym etapem badań było przeprowadzenie wywiadów telefonicznych z przedstawicielami wszystkich organizacji i instytucji wyszukanych w pierwszym etapie badań. Badacze przeprowadzający wywiady pytali m.in. o profil działalności instytucji, liczbę osób objętych jej działaniem, źródła finansowania, realizowane programy, współpracę z instytucjami samorządowymi i innymi organizacjami. Po przedstawieniu i omówieniu zebranych danych zespół badawczy dokonywał wyboru instytucji, z przedstawicielami których należy umówić się na wywiad indywidualny. Przy wyborze podmiotów gospodarki społecznej kierowano się zasadą różnorodności. Do dalszego etapu badań wybrano te instytucje, które – przyjmując różne formy organizacyjne – prowadzą wielokierunkową działalność obejmującą możliwie liczną grupę odbiorców. Założono, iż takie kryteria wy-

⁵ Na przykład w społeczności lokalnej nr 4 (*Dzielnica*) przeprowadzono wywiady z Pełnomocnikiem Urzędu Miasta do Spraw Współpracy z Organizacjami Pozarządowymi oraz z pracownikami Biura Kształtowania Relacji Społecznych przy Urzędzie Miasta.

boru umożliwią zidentyfikowanie i wyodrębnienie całego zestawu potrzeb społeczności lokalnej, a także rozmaitych czynników warunkujących rozwój lokalnej gospodarki społecznej obejmującej różne typy instytucjonalne i różne wzorce organizacyjne. Następnie ponownie skontaktowano się z wybranymi instytucjami, by w rozmowie telefonicznej ustalić termin i miejsce spotkania.

Każdego z rozmówców, po zakończonym wywiadzie, proszono o wskazanie trzech lokalnych liderów, osób, których zdanie się liczy i które mają wpływ na to, co dzieje się w lokalnej społeczności. Na podstawie zebranych wskazań stworzono swoisty ranking lokalnych liderów opinii. Osoby z pierwszych trzech miejsc w każdej miejscowości poproszono o udzielenie wywiadu indywidualnego. Wywiady te dotyczyły określenia potrzeb społeczności lokalnej oraz pomysłów na ich zaspokojenie.

Ostatecznie w jednej z badanych społeczności przeprowadzono 14 wywiadów indywidualnych, w pozostałych trzech – po 17 wywiadów. Każdorazowo od 4 do 6 rozmówców było przedstawicielami sektora publicznego, pozostali zaś – organizacji wspierających lokalną gospodarkę społeczną. Dodatkowo w każdej społeczności przeprowadzono po 3 pogłębione wywiady indywidualne z lokalnymi liderami opinii. Liczba wywiadów zależna była od przyjętych kryteriów doboru rozmówców oraz trudności, które wystąpiły w trakcie umawiania wywiadów.

Prowadząc badania terenowe, nawiązywano kontakty z potencjalnymi uczestnikami wywiadu grupowego. O kontakt do takich osób proszono rozmówców w trakcie wywiadów indywidualnych. Założenia odnośnie wywiadu grupowego sformułowano następująco:

- wywiad ma zostać przeprowadzony z grupą około dziesięciu osób związanych z badaną społecznością;
- w jej skład mają wchodzić przedstawiciele sektora publicznego, sektora gospodarki społecznej i sektora komercyjnego (tak, by zebrać informacje od osób pracujących w różnych sektorach instytucjonalnych);
- żadna z tych osób nie powinna być nazbyt wpływową w stosunku do innych uczestników dyskusji grupowej, aby w trakcie badania nie zdominować ich lub nie ograniczyć swobody ich wypowiedzi;
- należy unikać zbyt dominujących osobowości.

DOBÓR ROZMÓWCÓW

Większość przedstawicieli organizacji wytypowanych do przeprowadzenia wywiadów indywidualnych chętnie zgadzała się na udział w badaniach. Wyrażali zainteresowanie przedmiotem badań. Umawianie wywiadów sprawniej przebiegało w małych miejscowościach niż w większych miastach. W małych miejscowościach szczególnie duże zainteresowanie przedmiotem badań wyrażali przedstawiciele instytucji samorządowych.

Pewną trudność sprawiło ustalenie terminu spotkania z pojedynczymi przedstawicielami organizacji pozarządowych. Trudność ta nie wynikała z niechęci tych osób do wzięcia

udziału w badaniach, lecz z ich ograniczonych możliwości czasowych (są to osoby pracujące, prowadzące jednocześnie działalność społeczną w swoich organizacjach).

Rzeczywisty opór wobec badania napotkano ze strony kierownictwa kilku zakładów pracy chronionej oraz spółdzielni produkcyjno-handlowych. Osoby te odnosiły się nieufnie do badaczy i czuły się niepewnie w trakcie prowadzenia rozmów. Na etapie wstępnego zbierania informacji z niechęcią odpowiadały na pytania, nie chciały udzielać informacji na temat swych instytucji, zasłaniając się tajemnicą handlową. Napotykać na tak duży opór już na etapie telefonicznego zbierania informacji, zrezygnowano z realizacji badania z przedstawicielami tychże organizacji, wychodząc z założenia, że jeżeli nie chcą rozmawiać o swoich zakładach pracy w kontekście ich roli społecznej, to najpewniej ich działalność nie jest nakierowana na cele społeczne.

Problematyczne okazało się umówienie rozmówców na wywiady grupowe oraz wywiady indywidualne z lokalnymi liderami. Rekrutacja respondentów przebiegała w trzech przypadkach odmiennie od założeń przyjętych w projekcie.

Osoby wskazane jako lokalni liderzy w pierwszej turze badań w większości przypadków odmówiły wzięcia udziału w badaniu, tłumacząc się brakiem czasu, obciążeniem obowiązkami zawodowymi oraz wyjazdami służbowymi. Dwie z dziewięciu osób wskazanych w wywiadach indywidualnych jako liderzy społeczności lokalnej kategorycznie odmówiły udziału w badaniach, mówiąc o braku zaufania do dziennikarzy i naukowców, którzy „zawsze przekręcają to, co się w dobrej wierze mówi i szukają sensacji”⁶. Ostatecznie w żadnej z miejscowości nie udało się przeprowadzić wywiadów z kompletem trzech liderów lokalnych, wytypowanych na podstawie liczby wskazań we wcześniej przeprowadzonych wywiadach. W tej sytuacji umawiano się na spotkania z kolejnymi osobami z listy stworzonej na podstawie wspomnianej liczby wskazań.

Największym wyzwaniem okazało się zebranie grupy respondentów do wywiadów grupowych. Na udział w rozmowie zgadzali się przedstawiciele sektora publicznego oraz organizacji pozarządowych, choć i oni narzekali, że trudno im będzie znaleźć dwie godziny na taką rozmowę. Natomiast przedstawiciele przedsiębiorstw nastawionych na zysk odmawiali udziału w badaniach, mówiąc o braku czasu, a często także o braku zainteresowania tematem badań. W jednej z badanych społeczności próby zapraszania uczestników na wywiad grupowy napotkały opór ze strony przedstawicieli skonfliktowanego wewnętrznie środowiska organizacji pozarządowych.

Kolejną trudnością w umawianiu się na wywiad grupowy było ustalenie odpowiadającego wszystkim terminu spotkania. Część rozmówców (przede wszystkim przedstawiciele sektora publicznego) była gotowa na udział w rozmowie tylko w godzinach swej pracy, natomiast znaczna część (głównie prywatni przedsiębiorcy) sugerowała godziny późnopołudniowe lub wieczorne.

⁶ Cytat z wypowiedzi jednego z potencjalnych respondentów, który w rozmowie telefonicznej odmówił udziału w badaniach.

Rekrutacja osób do badania przebiega dużo sprawniej, jeżeli jest wspomagana (na przykład w formie wcześniejszego kontaktu telefonicznego) przez osobę lokalnie znaną i cieszącą się zaufaniem w środowisku potencjalnych respondentów. Taką osobą może być badacz, który już wcześniej pracował w danej miejscowości lub też osoba należąca do danego środowiska, poproszona przez badaczy o współpracę i pomoc w umawianiu wywiadów. Pomoc taka jest niezbędna zwłaszcza przy umawianiu wywiadów grupowych, gdzie z prośbą o poświęcenie swego czasu na udział w badaniach zwracamy się również do osób ze środowisk i grup zawodowych zupełnie niezwiązanych i niezainteresowanych poruszaną tematyką.

Ważne jest również, by zgłaszając się do określonych instytucji, mieć przygotowane na piśmie informacje dotyczące projektu badawczego z prośbą o zgodę na udział w badaniach (pismo powinno być podstemplowane i podpisane w imieniu prowadzącej badania instytucji naukowej).

Umawiając się na wywiady z osobami piastującymi znaczące stanowiska (takimi jak prezydent miasta czy prezes dużej firmy), należy być przygotowanym na to, że rozmówca zaproponuje odległy termin spotkania czy wywiadu telefonicznego.

Planując czas na umawianie się z rozmówcami oraz terminy samych badań, należy uwzględnić możliwe utrudnienia w okresie przedświątecznym czy urlopowym.

PRZEPROWADZANIE WYWIADÓW INDYWIDUALNYCH

Przedstawiciele podmiotów gospodarki społecznej udzielali w trakcie wywiadów szczegółowych informacji na temat swych organizacji. Spotkania trwały przeciętnie około godziny. Rozmówcy byli życzliwi i otwarci wobec badaczy. Przedstawiciele samorządu byli również życzliwi, choć urzędnicy w dużych miastach – bardziej oficjalni w kontaktach. Przed rozpoczęciem wywiadu informowali, ile czasu przeznaczają na rozmowę, a udzielane przez nich informacje nie były tak bogate w szczegóły, jak w przypadku podmiotów gospodarki społecznej. Odpowiadali tylko z pozycji urzędnika, nie chcąc prezentować swych własnych poglądów na określone tematy.

W pojedynczych przypadkach rozmówcy wykazywali dużą nieufność wobec badaczy. Wskazywało to na konflikty w lokalnym środowisku i obawy przed ich upublicznieniem oraz krytyczną oceną. W trakcie badań pojawiały się niekiedy problemy organizacyjne. Niektórzy rozmówcy zmieniali terminy spotkań, co wywoływało konieczność korekty całego grafiku terminów. Ostatecznie udało się przeprowadzić wszystkie rozmowy w zakładanym czasie.

Badania wykazały, że przygotowane wcześniej scenariusze z pytaniami muszą być stosowane w sposób elastyczny. Scenariusze zawierały wiele dosyć szczegółowych pytań. Rozmówca, któremu stawiano pytanie sformułowane ogólniej, często odpowiadał jednocześnie na kilka różnych pytań. Od uwagi i umiejętności prowadzenia wywiadu przez badacza zależało, czy wychwycił wszystkie ważne, a już poruszone wątki, bez powtarzania pytań, na które odpowiedź została już udzielona. Czasem także pytania różniły się od siebie nieznacznie,

a jednak te małe różnice są istotne, by zebrać precyzyjne informacje do dalszych analiz. Respondent może się poczuć poirytowany „powtarzającymi się” pytaniami. Zadaniem badacza jest w tej sytuacji wyjaśnić, o uzyskanie jakich informacji dokładnie mu chodzi.

W trakcie opisywanych badań udało się dotrzeć do bardzo różnych organizacji, porozmawiać z osobami, mającymi bardzo różny stosunek do badaczy i samego wywiadu. Niezbędna była elastyczność w posługiwaniu się scenariuszem rozmowy. Jeśli w danej organizacji szczególnie ważna była jej historia, należało zadawać więcej pytań w tej dziedzinie. Jeśli organizacja borykała się z problemami szczególnego rodzaju, należało zadawać pytania pozwalające dotrzeć do istoty problemu. Prowadzenie wywiadów wymagało od badaczy również określonej wiedzy, na przykład na temat prawodawstwa dotyczącego danego rodzaju podmiotów gospodarki społecznej czy też współpracy samorządu z organizacjami pozarządowymi, a także podstawowej wiedzy na temat instytucji, z przedstawicielami których prowadzono wywiad. Respondent wyczuwający, że ma do czynienia z osobą kompetentną i przygotowaną do rozmowy, chętniej i dokładniej odpowiadał na pytania.

Scenariusze wywiadów były na bieżąco uzupełniane i udoskonalane. Po każdym wyjeździe badawczym odbywało się spotkanie całej grupy badawczej z osobami prowadzącymi wywiady w danej miejscowości. Omawiano tam przebieg badań oraz problemy, które się w ich trakcie pojawiły. Dyskutowano o sposobach ich uniknięcia w przyszłości. Wykreślano ze scenariusza pytania, które w praktyce okazały się nieadekwatne. W przypadku niektórych typów instytucji inaczej formułowano pytania, które okazały się niejasne dla respondentów. Każdy wyjazd badawczy wykazywał, że w przypadku różnych podmiotów gospodarki społecznej (różniących się na przykład stopniem profesjonalizacji czy czasem działania) inny zestaw pytań okazuje się tym najbardziej znaczącym. Ogólny scenariusz dla danego typu instytucji musi jednak zawierać pytania dotyczące wielu wspólnych zagadnień i problemów.

PRZEPROWADZANIE WYWIADÓW GRUPOWYCH

Więcej problemów pojawiało się w trakcie wywiadów grupowych. Tylko w jednej miejscowości udało się przeprowadzić wywiad według wcześniejszych założeń. Pierwszą trudność sprawiał już zebranie grupy do badania (opisane powyżej). Kolejnym problemem było to, iż zaproszeni rozmówcy mimo uzgodnienia ich udziału w badaniu oraz telefonicznego potwierdzenia często nie stawiali się w określonym terminie i miejscu. Rzadko też informowali wcześniej, że nie przyjdą. Zdarzyło się też, że pojedyncze osoby wychodziły z sali w trakcie przeprowadzania badania i wbrew zapewnieniom, że zaraz wrócą – nie wracały.

Ci respondenci, którzy ostatecznie wzięli udział w badaniu, najczęściej znali się między sobą. Nie udało się zrealizować założenia badań grupowych, iż uczestnikami wywiadu nie powinny być osoby sprawujące ważne stanowiska. Przykładowo: mimo prośby, by w wywiadzie wzięł udział pracownik socjalny czy sprzedawczyni, na spotkanie przychodził dyrektor Ośrodka Pomocy Społecznej czy właściciel sklepu. Ponieważ byli to przedstawiciele miej-

scowych elit, znali się między sobą. Miało to również swoje zalety. Początkowo atmosfera była nieco oficjalna, lecz szybko się rozluźniała. Po paru minutach uczestnicy rozmów czuli się swobodnie, pewnie i dzięki temu wypowiadali się otwarcie na poruszane tematy. W niektórych jednak przypadkach taki układ uczestników dyskusji grupowej powodował, że respondenci wypowiadali się bardziej w imieniu reprezentowanych przez siebie instytucji niż w swoim własnym. Ponownie wprowadzało to oficjalną atmosferę i skłaniało to tego, by pozytywnie wypowiadać się o „swoich” organizacjach, pomijając punkt widzenia zwykłego obywatela – tak przecież istotny dla tych badań w związku z diagnozowaniem potrzeb i problemów lokalnej społeczności. Dodatkowo zdanie innych „mniej ważnych” w społeczności lokalnej osób uczestniczących w dyskusji nie było prezentowane w równie wyrazisty sposób a nawet występowały trudności, by w ogóle zostało ujawnione.

By uniknąć przynajmniej części problemów, które pojawiły się w tych badaniach, należałoby nieco zmienić ich formułę – zrezygnować z zapraszania tylko i wyłącznie respondentów niepiastujących żadnych ważnych stanowisk. Osoby zajmujące takie stanowiska są zazwyczaj bardziej chętne do udzielania wywiadów, pewniejsze siebie, a także bardziej kompetentne i lepiej poinformowane w kwestiach społecznych czy gospodarczych.

Trzeba też rozważyć zorganizowanie większej liczby dyskusji w jednym środowisku lokalnym, przy czym każda z tych rozmów winna odbywać się z osobami z jednego lub maksymalnie dwóch ważnych środowisk badanej społeczności lokalnej. Większa liczba dyskutantów z jednego środowiska pozwoli na lepszą artykulację potrzeb odczuwanych przez badane środowiska, ocen obecnych metod ich zaspokajania oraz pozwoli być może wygenerować innowacyjne i adekwatne rozwiązania.

Rozsądne byłoby również zapraszanie większej liczby osób. Doświadczenie pokazuje bowiem, że wielu rozmówców wycofuje się wtedy, gdy już jest za późno na zapraszanie innych osób. Konieczne jest także, by w przeddzień lub odpowiednio wcześniej w dniu przeprowadzania wywiadu potwierdzać telefonicznie udział w badaniach poszczególnych osób.

Zarówno w przypadku wywiadów indywidualnych, jak i grupowych wskazane jest skorzystanie z pomocy osoby znanej w danym środowisku. Osoba taka skuteczniej może przekonać potencjalnych respondentów do udziału w badaniu niż ktoś im nieznanymi.

W trakcie przeprowadzania wywiadu grupowego należy zadbać o to, by rozmówcy czuli się swobodnie, by wiedzieli, że udzielane przez nich informacje i wygłaszane opinie nie będą użyte przeciwko nim. Przed rozpoczęciem właściwej dyskusji badacze powinni przedstawić uczestnikom spotkanie siebie, temat badań oraz instytucję, przez którą są one prowadzone. Powinni również nakreślić cel badania i odpowiedzieć na wszelkie pojawiające się na ten temat pytania.

PODSUMOWANIE

Przeprowadzone wywiady umożliwiły stworzenie narzędzi do badania niezaspokojonych potrzeb społeczności lokalnych oraz uwarunkowań rozwoju gospodarki społecznej. Są to narzędzia do badań jakościowych w wybranych społecznościach lokalnych.

Zaletą tych narzędzi jest możliwość przeprowadzenia przy ich użyciu pogłębionych badań docierających do istoty problemów danej społeczności. Połączenie wyników z wynikami badań uwarunkowań rozwoju gospodarki społecznej daje bogaty materiał do szczegółowych analiz przyczyn problemów i możliwości zaspokajania potrzeb społeczności lokalnych.

Wadą opracowanych narzędzi jest fakt, że przeprowadzane przy ich użyciu badania wymagają stosunkowo dużego nakładu czasu oraz grupy osób posiadających wiedzę i doświadczenie w przeprowadzaniu badań jakościowych.

Niniejsze badania przeprowadzone w ramach Priorytetu Badawczego Partnerstwa na Rzecz Rozwoju „Tu jest praca” nie miały charakteru reprezentatywnego. Pozwoliły jednak zdiagnozować główne potrzeby społeczne badanych społeczności lokalnych oraz zrozumieć przebieg procesów warunkujących rozwój gospodarki społecznej w tychże społecznościach.