



GRZEGORZ KACZMAREK

Związek Miast Polskich
ORCID 0000-0002-2494-6170

IWONA BORKOWSKA

Związek Miast Polskich
ORCID 0000-0003-3305-784X

BADANIA SPOŁECZNE W PRAKTYCE SAMORZĄDOWEJ

Słowa kluczowe: badania społeczne, wyniki badań, wiedza i samowiedza społeczna, narzędzia badań społecznych, jednostki samorządu terytorialnego, partycypacja, komunikacja społeczna, uspołecznienie badań

Abstrakt. W artykule przedstawiono kwestię niedostatecznego dostępu do wiedzy społecznej (samowiedzy) na temat społeczności zarządzanych przez administrację samorządową oraz umiejętności jej wykorzystywania. Na podstawie doświadczeń badawczych i doradczych autorzy stawiają tezę, że sposobem zmniejszenia tego typu barier oraz podnoszenia kompetencji zarządczych samorządów mogą być badania społeczne, podejmowane i inspirowane przez samą administrację samorządową. W tekście przedstawiono użyteczność i funkcjonalność badań społecznych w praktyce zarządzania samorządowego. W artykule wskazano przykłady narzędzi i form wsparcia stosowanych w praktyce doradczej Związku Miast Polskich (ZMP) dla jednostek samorządu terytorialnego (JST), ze szczególnym uwzględnieniem projektu program Rozwój lokalny¹. Zawarto też rekomendacje dla JST dotyczące instytucjonalnego przygotowania do realizacji oraz wykorzystywania takich badań nawet przez małe miasta.

Social research in local government practice

Keywords: social research, research results, social knowledge and self-knowledge, social research tools, local government units, participation, social communication, socialization of research

Abstract. The article addresses the issue of access to social knowledge (self-knowledge) about managed communities by the local government administration and the ability to use it. Based on research and consultancy experience, the authors argue that social

¹ Wyniki przywoływanych tu badań, jak też omawianych w kolejnym artykule badań młodzieży, są owocem projektów z ostatnich dwóch lat i nie były jeszcze nigdzie publikowane. Służyły dotychczas wyłącznie jako źródło i materiał dla pogłębionych diagnoz JST uczestniczących w rzeczonych projektach. Ich surowe zbiorcze opracowania wraz ze źródłowymi bazami danych znajdują się w dokumentacji projektów ZMP.

research, undertaken and inspired by the self-government administration itself, may be a way to reduce such barriers. The text describes the understanding of social research, shows its usefulness and functionality in the practice of local government management. The article is based on examples of tools and forms of support used in the advisory practice of the Association of Polish Cities for local government units, especially in Local Development Programme. The text includes recommendations for local government units on how to prepare institutionally for the implementation and use of such surveys even by small towns.

Świat społeczny nie jest taki jaki jest, ale taki jak ludzie myślą, że jest.

Czesław Znamierowski

Wprowadzenie

Rzetelna, dobrze udokumentowana wiedza jest najlepszą podstawą racjonalnego planowania i szerzej – zarządzania miastem. *Evidence-based policy* – polityka oparta na dowodach, danych, wiedzy, będąca standardem nowoczesnego administrowania i zarządzania w krajach wysokorozwiniętych (Parkhurst, 2017), powoli „przebija się” w organizacji procesu decyzyjnego w polskich JST (OECD, 2020). Proces ten nie obejmuje jednak wciąż wielu wymiarów złożonego makrokosmosu miasta (Norman, Moorhouse, 2011). Mamy tu na uwadze wymiar społeczny i kulturowy, a tym samym jego aspekt wspólnotowy i tożsamościowy. Można ten rodzaj wiedzy nazywać samowiedzą społeczności i to on będzie decydował o jakości życia w miastach (Hausner, 2019; Bendyk, 2020).

W badaniach społecznych stosuje się wiele technik i narzędzi, które rozwijają się obecnie za sprawą technologii informatycznych (Babbie, 2021). Ankiety, wywiady, obserwacje można dziś przeprowadzić za pomocą aplikacji i coraz częściej używa się ich nie tylko do celów naukowych, ale właśnie w inicjatywach praktycznych. W badaniach tych dominuje metodologia diagnostyczno-porównawcza, a ich przedmiot i kultura koncentrują się na problematyce gospodarczej, demograficznej czy socjalnej. Wykorzystują one przede wszystkim „twarde” dane zastane ze statystyki publicznej. W artykule tym skoncentrowano się na badaniach społecznych, gdzie dane są dopiero uzyskiwane i odkrywane, a źródłem wiedzy o cechach i potrzebach rozwojowych społeczności lokalnych i ich samorządów jest sama społeczność i tzw. monitoring społeczny (np. badania opinii, ankiety ewaluacyjne, spotkania obywatelskie, debaty, warsztaty, konsultacje społeczne).

Funkcje i pożytki z badań społecznych w praktyce samorządowej

Wiedza i doświadczenie zdobyte przez zespół doradczy ZMP, w zakresie wsparcia JST przy użyciu technik ankietowych, wywiadów, FGI, obserwacji i debat publicznych, pozwala wyróżnić kilka ważnych funkcji badań społecznych już realizowanych w praktyce samorządowej:

1. Uzyskane dzięki tym badaniom dane i informacje pogłębiają oraz poszerzają diagnozy i analizy (wykonywane wg podobnych logicznych schematów) w większości dokumentów/opracowań strategicznych.
2. Stały się podstawą do bardziej analitycznych, lepiej uzasadnionych i co ważne, społecznie legitymizowanych decyzji administracji samorządowej – od kierunkowych i ogólnopolitycznych, poprzez lokalne polityki sektorowe po konkretne decyzje inwestycyjne i planistyczne. Ugruntowuje je na artykułowanych potrzebach, opiniach i aspiracjach mieszkańców.
3. Badania społeczne i stosowane w ich ramach techniki i narzędzia (ankiety, wywiady, FGI, obserwacje, warsztaty, debaty) są zarazem formami konsultacji i partycypacji społecznej, a w każdym razie znakomicie mogą je uzupełniać. Mogą dotyczyć kwestii bardzo ogólnych i żywotnych dla wszystkich mieszkańców miasta lub zagadnień bardzo szczegółowych i ważnych dla ściśle określonych grup mieszkańców.
4. Tym samym pełnić mogą funkcje animacyjne i edukacyjne oraz integracyjne. W organizację badań włączane mogą być lokalne instytucje (starostwa powiatowe, szkoły, organizacje pozarządowe, lokalne media itp.), a wyniki (przekazywane wszystkim uczestnikom i zainteresowanym/interesariuszom) powinny być wspólnie analizowane i dyskutowane. W ten sposób stają się tworzywem społecznej świadomości i tożsamości oraz oddziałują na procesy integracyjne wspólnoty mieszkańców, jej aktywność i zaangażowanie.
5. Dzięki tym uspołecznionym procedurom i praktykom tworzy się grunt dla wzrostu (samo)wiedzy i kompetencji zarówno uczestników procesu badawczego – mieszkańców miasta, jak i dysponentów wyników – samorządowej administracji i jej instytucji. Można je wzmacniać przez informację i promocję, motywowanie do uczestnictwa oraz dyskutowanie wyników za pomocą komunikatorów i mediów społecznościowych.
6. Prowadzenie własnych badań społecznych, gromadzenie unikatowych danych i wiedzy na temat miasta i jego społeczności daje asumpt do tworzenia przez samorząd własnych baz danych, banków informacji oraz zasobów wiedzy społeczno-kulturowej. W dalszej perspektywie ich instytucjonalizacji i standaryzacji.

Badania społeczne dostarczają „socjologiczne” dane – opinie, które interpretować należy zgodnie z dyrektywami „rozumienia”, tj. z perspektywy badanego mieszkańca. To nie znaczy, że są mniej ważne i mniej wiarygodne. Oznacza tylko, że tak ludzie widzą świat, o który ich pytamy. Często nie ma też obiektywnego wskaźnika danego stanu rzeczy, istnieje tylko społeczny jego obraz i ocena. Dotyczy to całej sfery tzw. jakości życia, poczucia satysfakcji/zadowolenia z różnych aspektów życia miasta. W innych, jak np. sfera bezpieczeństwa, mierzalne – tzw. twarde wskaźniki (jak np. liczba przestępstw, wypadków) – dopełnione być powinny przez te subiektywne i niemierzalne ilościowo – jak poczucie bezpieczeństwa czy zagrożenia. Można powiedzieć, że badania społeczne generują niezwykle ważne dla samorządu „pytania dopełnienia” – np. dlaczego mieszkańcy tak, a nie inaczej postrzegają miasto, jego administrację, liderów, ich działania i decyzje. Dane umiejętnie analizowane mogą być podstawą ważnej dla społeczności (samo)wiedzy o charakterze ilościowym i jakościowym (Walasek-Jarosz, 2013).

Użyteczność badań społecznych dla praktyki samorządowej wzrasta w miarę ich systematycznej powtarzalności (cykliczności), porównywalności oraz możliwości kumulowania ich wyników. Prowadzone regularnie pozwalają śledzić zjawiska i procesy zachodzące w społeczności lokalnej, ich dynamikę, badać skuteczność działań, programów i polityk samorządu. Walorem badań własnych jest też to, że ich zasoby i potencjał (bazy i wyniki badań, narzędzia, metodologia) pozostają do dyspozycji samorządu: mogą być ponownie wykorzystane, kontynuowane i rozwijane.

Doświadczenia i narzędzia badań społecznych ZMP

Związek Miast Polskich stosuje, w ramach prowadzonych przez siebie programów wsparcia doradczego (w tym w programie Rozwój lokalny oraz projekcie „Pilotaż Centrum Wsparcia Doradczego”) kilka typów badań i narzędzi – przykładowymi, stosowanymi do diagnozy wyzwań i szans rozwojowych samorządów, są:

1. Ankieta skierowana do młodzieży w wieku 16–19 lat, badająca ich plany edukacyjne i zawodowe, stosunek do przedsiębiorczości oraz miejsca zamieszkania. Narzędzie to składa się z kilku modułów zawierających łącznie kilkanaście pytań dotyczących oceny życia w miejscu zamieszkania, edukacji, rynku pracy, aktywności życiowej.
2. Ankieta (narzędzie badań ilościowych) oraz scenariusze indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) i wywiadu grupowego (FGI) (komplementarne narzędzia badań jakościowych) skierowane do różnych kategorii liderów

- lokalnych: administracji, gospodarki, sektora społecznego oraz liderów opinii, mających decydujący wpływ na kierunki rozwoju gmin.
3. Ankieta skierowana do mieszkańców, przeznaczona do badania opinii o miejscu zamieszkania, sposoby korzystania z usług publicznych i potrzeby w tym zakresie.
 4. Kwestionariusz oceny „klimatu przedsiębiorczości” skierowany do urzędów miast, którego celem jest pogłębiona ocena warunków, potrzeb i problemów lokalnej przedsiębiorczości i działalności gospodarczej.
 5. Stosowane narzędzia badawcze zawierają tzw. pytania metryczkowe dotyczące takich cech respondentów, jak: płeć, wiek, wykształcenie, samoocena sytuacji materialnej i in., co pozwala na pogłębione analizy korelacyjne. Umożliwiają też odpowiedni dobór próby (celowy lub reprezentatywny), a tym samym pozwalają na ukazanie wewnętrznej, aktualnej struktury lokalnej społeczności, nieuchwytej w pozyskanych statystykach publicznych.

Na szczególną uwagę zasługują badania ankietowe realizowane on-line, które okazały się szczególnie owocne i użyteczne ze względu na szybkość, dużą skalę, a przy tym niewielkie koszty. Prosta procedura badań zaproponowana i kontrolowana przez zespół operatorów ZMP umożliwia łatwy dostęp do ankiet przez specjalnie wygenerowany link. Dla współpracujących z ZMP samorządów dostęp do platformy ankietowej jest bezpłatny. Są to standaryzowane narzędzia, które pozwalają na dokonanie porównań – w czasie i układzie przestrzennym i jednostkowym uczestniczących w nich samorządów. Mogą być także, zgodnie z życzeniem, dostosowywane do potrzeb danego miasta/gminy (np. przez zestaw dodatkowych pytań lub dobór próby badawczej). Ważne i charakterystyczne jest, że w procesie ich realizacji obowiązuje zasada partnerstwa i sieciowanie. ZMP oferuje wsparcie techniczne (system ankietowy on-line), obsługę badań oraz wsparcie merytoryczne (przygotowanie próby badawczej, propozycji narzędzi z notą metodologiczną lub „instrukcją obsługi badań”). Do prowadzenia badań zaangażowani są pracownicy urzędów, nauczyciele, związki/stowarzyszenia lokalne, lokalne media (np. na potrzeby omówienia narzędzia badawczego, szybszego dotarcia do respondentów, rozpowszechnienia informacji o badaniach). Dzięki dbałości o uspołecznienie procesu badawczego i szerokie włączenie interesariuszy badania przebiegają nie tylko sprawnie, obejmują duże próby/populacje, charakteryzują się dużą zwrotnością (na poziomie 40–80%), ale stają się też swoistym procesem aktywizacji społeczności lokalnej oraz wzrostu jej samowiedzy i kompetencji obywatelskich.

Stawiane pytania i wnioski, jakie wynikają z analiz, są omawiane z decydentami i partnerami społeczno-gospodarczymi. W dalszej kolejności szuka się rozwiązań i wspólnie planuje ścieżki rozwoju. W ten sposób władze samorządowe 52 miast w ramach programu Rozwój lokalny i 38 partnerstw samorządowych (blisko 350 JST)

w ramach programu „Pilotaż Centrum Wsparcia Doradczego” przygotowały strategie i plany rozwojowe w duchu *public governance* (Zawicki, 2011), inicjując ten nowoczesny mechanizm zarządzania JST w polskiej rzeczywistości samorządowej. Powstały lokalne plany rozwoju i strategie „szyte na miarę” i społecznie legitymizowane. Wysokiej jakości materiał analityczny, prowadzący do trafnych diagnoz i sformułowania celów i działań strategicznych, został w obu tych projektach oparty na wnioskach pochodzących z 75 100 ankiet badających opinie członków społeczności lokalnych w około 400 JST. Dzięki uczestnictwu 23,5 tys. uczniów z 53 małych i średnich miast biorących udział w programie Rozwój lokalny, a także 34,5 tys. mieszkańców oraz 2,1 tys. liderów z niemal 350 JST obecnych w projekcie „Pilotaż Centrum Wsparcia Doradczego” osiągnięto imponującą liczbę respondentów.

ZMP w swoim podejściu badawczym stosuje i łączy wyniki kilku technik, ale także wielu źródeł danych (Dorman, 2006). Badania różnych grup społecznych uzupełniają się, pozwalają lepiej docierać do źródła problemów oraz poszukiwać rozwiązań i wspierać władze lokalne w kreowaniu polityk „szytych na miarę”. Samorządy uczestniczące do tej pory w badaniach prowadzonych przez ZMP wykorzystywały wyniki bezpośrednio do przygotowania programów rozwojowych i strategii, w tym strategii ponadlokalnych, lokalnych i sektorowych. Realizowane dla poszczególnych grup społecznych czy projektów mogą być wykorzystane do ubiegania się o dofinansowanie z funduszy publicznych: samorządowych, EOG norweskich i unijnych. Wyniki przekazywane są wszystkim zainteresowanym, np. badania młodzieży szkół ponadpodstawowych przekazane były starostwom i szkołom, którym zależy na poprawie jakości edukacji w swoich placówkach.

Przykładowe wnioski z badań młodzieży, mieszkańców i liderów samorządowych²

W celu zobrazowania kluczowych wniosków z przykładowego, szeroko zakrojonego badania prowadzonego dla JST przez ZMP można sięgnąć po wyniki badań młodzieży na temat miejsca zamieszkania oraz planów edukacyjnych i zawodowych, przeprowadzonych na przełomie 2020 i 2021 roku. Próba populacyjna, licząca łącznie 14 507 respondentów, obejmowała wszystkich uczniów ostatnich klas szkół ponadpodstawowych z 339 gmin uczestniczących w projekcie predefiniowanym przez Centrum Wsparcia Doradczego ZMP.

² Pełna charakterystyka badań młodzieży opisana została w części *Badania opinii, planów i postawy młodzieży na użytek polityki i praktyki samorządowej*.

Na podstawie przeanalizowanych ankiet można stwierdzić, że respondenci/uczniowie ostatnich klas szkół ponadpodstawowych uznali, że najważniejszymi czynnikami, które pozytywnie wpływają na ocenę gminy i skłaniają ich do pozostania w rodzinnej miejscowości, są: więzi rodzinne i przyjacielskie, jakość środowiska naturalnego oraz poczucie bezpieczeństwa. Wśród czynników, które skłaniają z kolei do opuszczenia rodzinnych stron, wymieniali najczęściej: brak lub nieatrakcyjne oferty pracy, niemożność kontynuowania nauki, trudne warunki rozwoju przedsiębiorczości i słabe skomunikowanie ze światem. Ważne w bilansie „zostać – wyjechać” są też: oferta kulturalna i rozrywkowa, opieka zdrowotna oraz dostępność mieszkań. W odpowiedzi na pytania dotyczące planów edukacyjnych młodzież podkreśla potrzebę kontynuowania edukacji wraz z jednoczesną potrzebą podjęcia pracy. Za najbardziej atrakcyjne uznano możliwość zatrudnienia w zagranicznej firmie, a zdecydowanie najmniej – prowadzenie własnego gospodarstwa rolnego czy pracę w rodzinnym gospodarstwie rolnym. Większość badanych uczniów deklaruje znajomość podstaw przedsiębiorczości, jednocześnie nie czując się gotowymi do samodzielnego podejmowania działalności gospodarczej, co jest wyrazem sceptycyzmu czy nawet lęku wobec perspektywy przejmowania rodzinnych firm. Biorąc pod uwagę, że aż połowa badanej młodzieży pochodzi z rodzin prowadzących własne firmy (firmy rodzinne lub gospodarstwo rolne), nie rokuje to dobrze rozwojowi lokalnej przedsiębiorczości. Równocześnie najważniejsze dla młodych osób uczestniczących w badaniu są aspekty życia związane z najbliższymi: rodziną, przyjaciółmi i znajomymi, w drugiej kolejności z dobrobytem oraz niezależnością i stabilizacją finansową. Jednak posiadanie własnej firmy nie jest drogą chętnie wybieraną do realizacji tego celu. Młodzież mniejszą wagę przywiązuje do zyskania poważania i szacunku u innych, osiągnięcia sukcesu czy prestiżu i statusu wynikającego z pełnienia ważnej roli społecznej. Niepokoić może bardzo niski poziom zaufania młodzieży do większości, kluczowych dla lokalnej społeczności, instytucji: rady miasta/gminy i pracowników ich urzędów, liderów i organizacji społecznych. Druzgocący dla społecznych relacji jest poziom nieufności wobec lokalnych mediów, kapłanów, liderów społecznych, ale też mieszkańców sąsiednich gmin.

Z kolei w badaniach opinii liderów respondenci za najważniejsze zadanie dla gmin uznali poprawę lokalnego rynku pracy – począwszy od atrakcyjniejszych miejsc zatrudnienia po wyższe zarobki. Należy to robić, wspierając lokalnych przedsiębiorców, rozwój firm i przedsiębiorczość wśród młodzieży. Istotne są także poprawa dostępności komunikacyjnej, infrastruktury gminnej, dostępności mieszkań. Generalnie, lokalny rynek pracy w opinii liderów jest najsłabszą stroną gmin. Natomiast atutem, podobnie jak zdaniem młodzieży, są wartości niematerialne – więzi rodzinne, patriotyzm lokalny i sentyment oraz atuty środowiskowe (czystsze powietrze, zieleń).

Zdaniem lokalnych liderów to władze lokalne i samorządowe mają największy wpływ na sprawę gminy, większe niż jej mieszkańcy.

Z kolei uczestniczący w badaniu mieszkańcy zwracali głównie uwagę na potrzebę poprawy dostępu do opieki zdrowotnej, lepszych połączeń komunikacyjnych z regionem, poprawy cywilizacyjnych warunków życia i infrastruktury (chodniki, ścieżki rowerowe, obiekty sportowe itd.), atrakcyjne formy spędzania wolnego czasu (poszerzenie oferty kulturalnej). Respondenci to wyłącznie mieszkańcy peryferii: gmin oraz małych i średnich miast, dlatego z oferty kulturalnej, rozrywki, a zwłaszcza tzw. kultury wysokiej (teatr, koncert, wystawy) najczęściej korzystają poza miejscem swojego zamieszkania, w miastach wojewódzkich i metropolitalnych. We własnej miejscowości uczestniczy się przede wszystkim w lokalnych uroczystościach i obrzędach religijnych, rzadziej tu się pracuje, a najrzadziej realizuje własne pasje (np. teatry amatorskie, klub, zespoły sportowe/kulturalne, stowarzyszenia itd.). Uproszczony obraz funkcji miejsce zamieszkania to głównie obraz miasta sypialni, w którym robi się codziennie zakupy spożywcze i od czasu do czasu uczestniczy w ceremoniach. Większość potrzeb okazjonalnych i usług specjalistycznych/wyższego rzędu, zaspokajana jest „na zewnątrz”, poza własną miejscowością i gminą.

Wśród wielu zdiagnozowanych cech mieszkańców, uczniów i liderów istotnych dla procesów rozwojowych i obrazu lokalnych samorządów, jaki wyłania się z omawianych tu tylko przykładowo badań, jest niski poziom zaufania społecznego, zwłaszcza do ważnych instytucji publicznych oraz wpływu mieszkańców na sprawy lokalne i poczucie sprawstwa. Tymczasem to jedne z głównych potencjałów/kapitałów lokalnych społeczności i najważniejszych warunków ich spójności i szans rozwojowych (Sztompka, 2007). Kapitał społeczny wpływa na rozwój gospodarczy – jak pisze F. Fukuyama (1997) „dobrobyt i jego zdolność do konkurowania są warunkowane poziomem zaufania”.

Wnioski końcowe i rekomendacje

Wśród wielu odnotowanych cech i relacji charakterystyczne jest odmienne postrzeganie roli patriotyzmu lokalnego – liderzy uważają tego rodzaju więzi za główny atut i spoiwo małych ojczyzn, tymczasem młodzież nie docenia wartości integrujących i wspólnotowych. Ponad 1/5 z nich chce mieszkać za granicą, w innym województwie, tam podjąć pracę i zapewne realizować swoje życiowe plany i aspiracje. Pojawia się więc pytanie, jak długo sentymentalny atut lokalnego patriotyzmu, oparty na rodzinnych więzach i swojskim bezpiecznym otoczeniu, utrzyma młodych w gminie albo będzie bodźcem do powrotu po studiach. Co zatem może tworzyć magnetyzm

i wartości integrujące gminę i społeczność? Innym wielkim dylematem jest kwestia przedsiębiorczości – liderzy uznają przedsiębiorczość lokalną za motor rozwojowy, ale młodzież nie jest wciąż przygotowana i odpowiednio zmotywowana, zwłaszcza przez lokalne warunki do takiej aktywności. Zdecydowana większość młodych ludzi planuje kontynuować naukę i jednocześnie pracować, ale chce to robić poza rodzinnym i gminnym gniazdem, a nawet badanymi obszarami partnerstwa. Pomimo niewielkiego doświadczenia życiowego młodzi są realistami, dużą wagę przywiązują do dobrobytu i niezależności finansowej. W opiniach młodego pokolenia dominuje pragmatyzm, a w postawach konsumpcjonizm, widać także idealistyczne podejście i docenianie walorów prowincji, pracy „na swoim”, spokojnym rodzinnym życiu i robieniu tego, co się lubi. Można założyć, że część młodych ludzi, którzy wyjadą, by szukać swojego miejsca, po pewnym czasie zapragnie powrotu w rodzinne strony. Będą to już trzydziesto- i czterdziestolatki o największym potencjale życiowym i społecznym.

Wyniki naszych badań pozwalają decydom dostrzec możliwości – co należy zrobić i zmienić, aby tak się właśnie stało. Już wiedzą, że dla dzisiejszych absolwentów szkół ponadpodstawowych, z naszych peryferii i prowincji – małych i średnich miast, potrzebna jest nie tylko odważna decyzja o samozatrudnieniu, poparta kompetencjami przedsiębiorcy, ale istotna jest też dostępność do atrakcyjnej oferty kulturalnej i spędzania wolnego czasu po pracy, możliwość rozwijania pasji, wpływu na sprawy lokalne, a nie tylko własne życie.

Wyniki badań społecznych można i należy łączyć z innymi danymi. Powinny być one poparte lub uzupełnione rzetelnymi i aktualnymi danymi statystyk publicznych, GUS, sprawozdań jednostek samorządowych i rządowych w przedmiotowym zakresie. Zachęcamy samorządy do korzystania z wypracowanych i przetestowanych przez ZMP metod i narzędzi, takich jak: warsztaty tematyczne, *desk research*, biały wywiad, spacery studialne, mapowanie interesariuszy, MRL (Monitor Rozwoju Lokalnego), SWOT-SRGG (narzędzie do analizy słabych i silnych stron rozwoju miasta z wyznaczeniem kluczowych wyzwań i interwencji).

Pożytki z prowadzenia badań społecznych i wykorzystania ich wyników wydają się być niezaprzeczalne. Pomimo wzrostu świadomości w tym zakresie samorządy wciąż za rzadko je prowadzą, zwłaszcza samodzielnie. Z reguły są one zlecane firmom, a ich funkcją jest najczęściej spełnienie wymogu formalnego przygotowania diagnozy, np. na potrzeby strategii, sprawozdań z realizacji programów w danym obszarze (np. rynku pracy, polityki społecznej), czy przygotowania wniosków o dofinansowanie do projektów ze środków unijnych, czasami tylko „promocja” lub *public relations*. Ich użyteczność dla samorządu jest zatem ograniczona.

Badania społeczne rzadko są kontynuowane, jeszcze rzadziej zinstytucjonalizowane, tzn. wykonywane i obsługiwane przez wyspecjalizowane samorządowe jednostki

organizacyjne czy choćby stanowiska. Zajmują się nimi zazwyczaj pojedyncze osoby oddelegowane na czas realizacji zadania. Zachęcamy samorządy do tworzenia wyspecjalizowanych komórek analityczno-diagnostycznych i podejmowania przez nie własnych badań społecznych. W przypadku najmniejszych gmin/miast mogą to być na początek pojedyncze stanowiska, wzmocnione np. przez współpracę z jednostkami ponadgminnymi typu CUW (centra usług wspólnych). Większe miasta mogą w tym zakresie współpracować z lokalnymi szkołami wyższymi, instytucjami naukowymi czy nawet dużymi firmami posiadającymi wyspecjalizowane zespoły analityczno-badawcze.

Głównymi barierami w podejmowaniu badań społecznych przez JST jest brak kadr o odpowiednich kwalifikacjach, posiadanie niewystarczających środków oraz towarzyszące temu przekonanie, że badania społeczne są trudne, skomplikowane i drogie. Doświadczenie ZMP dowodzi, że są to bariery do pokonania, a czasami tylko wyobrażone i mentalne. Samorządy powinny rozpocząć i prowadzić proces kształcenia i pozyskiwania kadr o odpowiednich kompetencjach, ale przede wszystkim podejmować działania na rzecz instytucjonalizowania badań. To z kolei wymaga nie tylko zmian organizacyjnych, ale też odpowiednich środków w budżecie miasta. Współpraca ZMP z JST i środowiskami lokalnymi pokazuje, że przełamanie barier i wspólne tworzenie *know-how* samorządów i jednostek im podległych skutecznie buduje nowoczesny potencjał administracyjny. Wyniki badań społecznych są często dużym zaskoczeniem dla władz i samych mieszkańców. Obalają stereotypowe przekonania, podważają obiegowe „pewne informacje” i opinie.

W wielu regionach Polski (głównie na tzw. Ziemiach Odzyskanych) obserwujemy zdumiewający brak tożsamości społecznej, tzw. wspólnot lokalnych. Wynika to głównie z dramatycznego odcięcia od korzeni społecznych i tradycji w wyniku przesiedleń i zasiedleń. Mimo upływu bez mała 80 lat (czyli czasu życia 3 pokoleń!) ta swoista „próżnia społeczna” nie została wciąż wypełniona. Mieszkańcy są żywotnie zainteresowani wiedzą o samych sobie, dyskusjami na ten temat, co pokazały setki spotkań, debat, warsztatów, dyskusji na forach społecznościowych podczas realizacji rzeczonych projektów ZMP.

Wierzmy, że można odnaleźć i przywrócić ideę wspólnotowości, zagubioną gdzieś na drodze paradygmatu rozwoju lokalnego, niezbędną, by był on zrównoważony i społecznie zakorzeniony – legitymizowany.

Literatura

- Babbie, E. (2021). *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bendyk, E. (2020). *W Polsce, czyli wszędzie. Rzecz o upadku i przyszłości świata*. Wydawnictwo Polityka.
- Dorman, D. (2006). *Sociological Methods: A Sourcebook*. Routledge.
- Fukuyama, F. (1997). *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hausner, J. (2019). *Spoleczna czasoprzestrzeń gospodarowania: w kierunku ekonomii wolności*, Kraków: Wydawnictwo Nieoczywiste.
- Norman, D., Moorhouse, R. (2011). *Mikrokosmos. Portret miasta środkowoeuropejskiego*. Kraków: Znak.
- OECD (2020). *Building Capacity for Evidence-Informed Policy-Making: Lessons from Country Experiences*.
- Parkhurst, J. (2017). *The Politics of Evidence. From evidence-based policy to the good governance of evidence*. Taylor & Francis.
- Sztompka, P. (2007). *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*. Kraków: Znak.
- Walasek-Jarosz, B. (2013). Pomiar cech w badaniach społecznych. Zmienne nieobserwowalne. *Pedagogika. Badania, dyskusje, otwarcia*, 2, 131–151.
- Zawicki, M. (2011). *Nowe zarządzanie publiczne*. Warszawa: PWE.
- Znamierowski, C. (1991). *Elita i demokracja*. Warszawa: PAX.

Cytowanie

- Kaczmarek, G., Borkowska, I. (2022). Badania społeczne w praktyce samorządowej. *Europa Regionum*, 38, 71–81. DOI: 10.18276/er.2022.38-06.