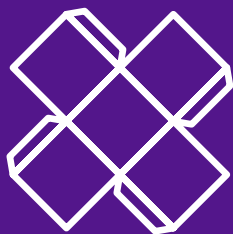


# Badanie Oddziaływania na Kapitał Społeczny

*Wprowadzenie*



**Box**

Badanie Oddziaływania  
na Kapitał Społeczny

„BOX – Badanie oddziaływania na kapitał społeczny”

Zespół autorski: **Jan Herbst, Rafał Rudnicki**

Redakcja: **Jan Mencwel**

Podziękowania dla:

**Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce**

**Fundacji Rozwoju Ziemi Biłgorajskiej**

**Stowarzyszenia Warka**

**Fundacji Ośrodka Promowania i Wspierania Przedsiębiorczości Rolnej w Sandomierzu**

**Funduszu Rozwoju Masywu Śnieżnika**

Projekt graficzny i skład: **Kotbury**, [www.kotbury.pl](http://www.kotbury.pl)

Opracowanie graficzne koła decyzyjnego BOX: **Andrzej Budek** (Kotbury)

Druk: **RDS Stanisław Chłaściak**, [www.reklamadrukserwis.pl](http://www.reklamadrukserwis.pl)

# BOX – Badanie oddziaływania na kapitał społeczny: Wprowadzenie

- **Angażujesz się w działania na rzecz Twojej okolicy?**
- **Prowadzisz organizację, która działa lokalnie?**
- **Chcesz wiedzieć, jaki jest Twój wpływ na społeczność?**
- **A może chcesz to komuś udowodnić?**

BOX to 6 przystępnie opisanych narzędzi badawczych, dzięki którym ustalisz, jak Twoje działania wpływają na Twoją społeczność i co w niej zmieniają. Będziesz mógł przekonać się – a także, jeśli zechcesz, przekonać innych – że działalność społeczna przyczynia się do rozwoju społeczności, budując jej kapitał społeczny.

Narzędzia BOX:

1. Analiza danych zastanych
  2. Sondaż
  3. Wywiady z lokalnymi liderami
  4. Wywiady z mieszkańcami
  5. Spacer badawczy
  6. Quiz
- Narzędzia badawcze opisane i zaprojektowane są tak, abyś mógł ich użyć bez specjalistycznej wiedzy oraz dopasować je do swoich potrzeb i możliwości.
  - Każde z narzędzi jest opisane w osobnym zeszycie w całości tworząc „BOX” – zbiór narzędzi do badania kapitału społecznego. W każdym z zeszytów znajdziesz szczegółowe informacje o tym, jak przygotować się do własnych badań i jak je przeprowadzić.
  - Aby wybrać odpowiednie dla Ciebie narzędzie badawcze, możesz skorzystać z Koła Decyzyjnego BOX – dodatku do tego zestawu narzędzi. .

- Aby badanie było reprezentatywne, rekomendujemy, abyś wybrał przynajmniej 2 różne narzędzia, w tym jedno ilościowe i jedno jakościowe. Co to znaczy? Piszemy o tym w dalszej części tego zeszytu.
- Do przeprowadzenia badań będziesz potrzebował także narzędzi do zliczania wyników, które możesz pobrać za darmo ze strony internetowej: [www.kapitalspoleczny.org](http://www.kapitalspoleczny.org), w zakładce „narzędzia”.

## **„Box” to praktyczna „skrzynka z narzędziami” do badania oddziaływania na kapitał społeczny.**

6 zeszytów znajdujących się w tym zbiorze to skrócona wersja podręcznika. Jego pełną wersję znajdziesz pod adresem [www.kapitalspoleczny.org](http://www.kapitalspoleczny.org) w zakładce „podręcznik”.

Dlaczego używamy określenia „kapitał społeczny”? Działania, które prowadzi Twoja organizacja przyczyniają się do rozwoju kapitału społecznego, a jego poziom decyduje o tym, jakim środowiskiem do działania jest Twoja społeczność.

Zanim zaczniesz korzystać z BOX, warto odpowiedzieć sobie na cztery ważne pytania:

1. Co to jest kapitał społeczny?
2. Dlaczego warto go badać?
3. Jak zbadasz Twoje oddziaływanie na kapitał społeczny?
4. Jak mogą Ci w tym pomóc narzędzia BOX?

### **1. Co to jest kapitał społeczny?**

Kluczem do rozwoju lokalnego jest współpraca. Dzięki współpracy ludzie mogą więcej: poznają się, dzięki czemu łatwiej im nawzajem sobie zaufać i łatwiej działać. Chcąc coś zrobić, nie muszą tracić sił i środków na pokonywanie czyjejś nieufności, niechęci, braku wiary. Korzystają nawzajem ze swoich umiejętności i zasobów, do których inaczej nie mieliby dostępu.

Potencjał wspólnego działania nie wszędzie jest jednakowy. Więzy między ludźmi, zaufanie, którym się darzą, ich dotychczasowa wspólna aktywność – to wszystko składa się na zasób, którego znaczenie dla społeczności jest trudne do przecenienia. Ów zasób zwykle się określa mianem kapitału społecznego. Jego poziom decyduje o tym, czy w danej społeczności łatwo czy trudno o współpracę. A zatem – czy jest ona dobrym, czy gorszym miejscem do działania społecznego.

Aby uzmysłowić sobie, jak to działa, wyobraźmy sobie dwie społeczności: „pustynię” i „zagłębienie” kapitału społecznego. W każdym z miejsc problemem jest wysoki poziom bezrobocia. Postanawiasz to zmienić. Zakładasz stowarzyszenie – pozarządowe biuro pośrednictwa pracy.

---

**W „zagłębieniu” kapitału społecznego uruchomienie nowej inicjatywy nie jest problemem – podobne działania nie są tu niczym egzotycznym. Łatwo znajdujesz osoby, które chcą się zaangażować w Twój pomysł i przystępują do stowarzyszenia. Wieść o tym szybko się roznosi, bo wszyscy tu często się ze sobą kontaktują i interesują tym, co się dzieje naokoło (silne więzi, tożsamość lokalna!).** Procedury rejestracyjne działają płynnie, bo co roku powstaje wiele organizacji i urzędnicy nie podchodzą do nowych inicjatyw z nadmierną nieufnością. Nawiązujesz współpracę z Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego i dzięki jego kontaktom szybko docierasz do innych istotnych dla Ciebie organizacji. Zaczynasz być rozpoznawalny. Stosunkowo łatwo Ci pozyskać środki na pierwsze działania, Twój pomysł okolicznym przedsiębiorcom wydaje się pożyteczny. Pozyskujesz też pierwsze środki od lokalnego samorządu. Procedury konkursów i sprawozdań nie są skomplikowane – władze gminy od lat współpracują z organizacjami i dbają, by nie utrudniać tej współpracy, (ponownie – zaufanie!). Twój pomysł, by aktywnie pozyskiwać informacje o wakatach w okolicznych przedsiębiorstwach i przekazywać je zainteresowanym poprzez newsletter, spotyka się z dobrym przyjęciem. Przedstawiasz go na lokalnym forum internetowym, które jest bardzo popularne wśród okolicznych mieszkańców (sieci kontaktów!), a także na kilku licznie odwiedzanych zebraniach wiejskich (aktywna społeczność!). To strzał w dziesiątkę. Twoja baza kontaktów pęcznieje, informacja szybko zaczyna krążyć, a do drzwi organizacji pukają nie tylko bezrobotni poszukujący pracy, ale także potencjalni wolontariusze (aktywność indywidualna!), którym Twoja inicjatywa wydaje się cenna. Po kilku latach jesteście już liczącą się organizacją, a władze samorządowe zapraszają Was do udziału w pracach nad strategią rozwoju rynku pracy i innymi dokumentami dotyczącymi kwestii integracji zawodowej.

**Na „pustyni” kapitału społecznego** sprawy nie przebiegają tak gładko. Nie jesteś stąd, więc wszyscy zadają sobie pytanie, jaki jest Twój interes w całym przedsięwzięciu (zaufanie, normy). Zebranie 15 osób skłonnych zostać członkami stowarzyszenia okazuje się trudne – nie tylko nie rozumieją oni, na czym polega uczestnictwo w tego rodzaju działaniach (brak tradycji współpracy), ale też nie mają w zwyczaju zajmować się „nie swoimi sprawami” (bierność, brak więzi społecznych). W okolicy nie ma żadnych podobnych organizacji, więc każdemu, z kim rozmawiasz, musisz od początku tłumaczyć, jak one funkcjonują i dlaczego są pożyteczne. Powiatowy Urząd Pracy traktuje Twoją inicjatywę jako konkurencję i nie chce słyszeć o współpracy (normy). Pomysłem interesują się lokalne Władze. Zastanawiają się, czy nie jest to groźna dla nich polityczna intryga (zaufanie). Nie znasz tu nikogo, kto pomógłby Ci rozprawić się z tymi obawami, więc kosztuje Cię to dużo wysiłku. Twój statut jest wielokrotnie kwestionowany, a wyjaśnienia dotyczące jego zapisów trwają bardzo długo – tym bardziej, że lokalni urzędnicy wydają się oczekiwać od Ciebie rewanżu w zamian za przychylnie potraktowanie (normy). Nawiązujesz współpracę z Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego, ale okazuje się, że oznacza to spalanie mostów w relacjach z innymi organizacjami, z którymi ODR jest w konflikcie (bariery współpracy, deficyt więzi). Tutejsi urzędnicy nie są otwarci na nowe pomysły – znaczną część Twojej energii pochłaniają więc kontrole finansów, sprawozdań, dokumentów kadrowych. Nie jest też łatwo przekonać do siebie odbiorców Twoich działań. Przedsiębiorcy nie wydają się zainteresowani ofertą – wolą sprawdzone, tradycyjne metody eksploracji rynku pracy poprzez znajomych i rodzinę (normy). Z kolei potencjalni pracownicy albo w ogóle nie zamierzają legalnie pracować, albo marzą raczej o emigracji – podejmują się dorywczych prac w dużych miastach lub wyjeżdżają dalej, za granicę (więzi). Decyzja o wynajęciu lokalu w mieście stanowiącym siedzibę powiatu okazuje się brzemienne w skutki – z miejsca tracisz bowiem zaufanie mieszkańców okolicznych wsi, dla których stajesz się jednym z przedstawicieli miejscowego establishmentu (zaufanie). Twój pomysł, by aktywnie pozyskiwać informacje o wakatach w okolicznych przedsiębiorstwach i przekazywać je zainteresowanym poprzez newsletter, okazuje się klapą. Poszukujący pracy niechętnie udostępniają swoje dane kontaktowe (zaufanie), poza tym rzadko korzystają z Internetu (sieci kontaktów) i rzadko uczestniczą w jakichkolwiek wydarzeniach, poprzez które mógłbyś do nich dotrzeć. Niełatwo też znaleźć wolontariuszy, którzy by w tym pomogli (bierność), czy pozyskać środki finansowe – inicjatywa nie przyciąga darczyńców, nie ma też co liczyć na środki samorządowe, które trafiają z reguły do tego samego wąskiego grona organizacji, blisko powiązanych z urzędem gminy (normy, współpraca). Po kilku latach starań poddajesz się.

---

### Co historie o „pustyni” i „zagłębiu” mówią nam o kapitale społecznym?

Kapitał społeczny może mieć różne wymiary: składa się na niego wiele cech Twojej społeczności. Może ona być otwarta lub niechętna obcym, aktywna lub bierna, skłócona lub zgodna, skłonna lub nieskłonna do współpracy, zintegrowana lub pozbawiona więzi.

#### W BOX przyjęliśmy, że kluczowe są następujące wymiary kapitału społecznego:

- **Więzi, tożsamość** – siła przywiązania poszczególnych członków do społeczności, poczucie przynależności i wspólnoty z innymi jej członkami, przywiązanie do norm ułatwiających wspólne działanie;
- **Aktywność** – zdolność do podejmowania działań w ramach społeczności;
- **Współpraca** – zdolność do działania wspólnie z innymi członkami społeczności, uzgadniania swoich działań i unikania konfliktów;
- **Wpływ** – zdolność członków społeczności do wywierania wpływu na zbiorowe decyzje, zdolność do uczestnictwa w podejmowaniu tych decyzji i komunikacji z tymi, którzy są odpowiedzialni za ich podejmowanie;
- **Zaufanie** – wiara w przewidywalność zachowań poszczególnych członków społeczności i ich dobre intencje.

To właśnie te wymiary kapitału społecznego będziesz mógł zbadać za pomocą narzędzi BOX.

## 2. Dlaczego warto badać kapitał społeczny?

Jeżeli działasz społecznie, to wskazane wcześniej wymiary kapitału społecznego – aktywność, zaufanie, współpraca – z pewnością są dla Ciebie bardzo ważne. Ich „poziom” odczuwasz na co dzień. To właśnie on decyduje o tym, jakim środowiskiem do działania jest Twoja społeczność.

Warto jednak mieć świadomość, że różne cechy społeczności (wymiary kapitału społecznego) nie są czymś stałym. Zaufanie może przecież wzrastać, więzi można budować a współpracę rozwijać. Do tych zmian przyczynia się wiele różnych czynników – między innymi także Twoje działania.

Pozostaje jednak pytanie: które z wielu elementów, składających się na kapitał społeczny, wzmacniasz swoimi działaniami? Jak dostrzec te zmiany w Twojej społeczności?

### **Służu temu badanie oddziaływania na kapitał społeczny, które proponujemy w ramach BOX. Dzięki temu:**

- Lepiej poznasz społeczność, na rzecz której działasz – dowiesz się, które jej cechy mogą być atutem lub przeszkodą w Twoich działaniach, co jest problemem tej grupy, jak jej przedstawiciele myślą o sobie nawzajem i o swoim otoczeniu.
- Lepiej zaplanujesz swoje działania – dowiesz się, do jakiej zmiany w Twojej społeczności powinien doprowadzić i wybierzesz najlepsze sposoby osiągnięcia tych celów.
- Ocenisz efekty swoich działań – opiszesz przemiany Twojej społeczności w czasie lub porównasz ją z innymi miejscami. Dowiesz się, które z Twoich działań wydają się skuteczniej oddziaływać na tę społeczność.
- Uzyskasz profesjonalnie opracowany materiał, który będzie dobrym narzędziem w komunikacji z Twoimi potencjalnymi sponsorami, partnerami, obserwatorami (np. lokalnymi mediami), a także odbiorcami Twoich działań.
- Pokażesz, że Twoja organizacja działa skutecznie i w sposób przemyślany.



### 3. Jak zbadasz swoje oddziaływanie na kapitał społeczny?

Należałoby zacząć od stwierdzenia: kapitał społeczny da się zbadać. Wbrew pozorom, otacza Cię morze danych o kapitale społecznym. Wyzwanie polega na tym, żeby je zebrać i właściwie odczytać.

Mówiąc o „danych”, nie mamy na myśli liczb i dokumentów – choć one też są źródłem wiedzy o kapitale społecznym, to z pewnością nie jedynym. Innym nie mniej ważnym źródłem są ludzie i ich doświadczenia.

W dotarciu do tych różnych rodzajów „danych” pomogą Ci narzędzia BOX. W proponowanym przez nas zestawie znajdziesz zarówno takie, które pomogą Ci odpowiednio przeprowadzić wywiad z lokalnym liderem, jak i takie, dzięki którym zanalizujesz dostępne dane statystyczne. O narzędziach BOX, ich specyficie i kryteriach wyboru przeczytasz w dalszej części tego zeszytu.

#### **Pamiętaj też, że:**

- O kapitale społecznym świadczą fakty, a nie deklaracje. Badając go, nie można bazować wyłącznie na opiniach lub przekonaniach osób, które w nich uczestniczą. Takie postępowanie daje nam wiedzę o poglądach dotyczących kapitału społecznego, ale żadnych informacji o nim samym. Jeśli rzeczywiście chcesz się o nim czegoś dowiedzieć – musisz ustalić fakty.
- Kapitał społeczny jest „lokalny”: badając kapitał społeczny, badasz społeczność. Może ona być większa lub mniejsza, bardziej lub mniej klarownie wyodrębniona, terytorialna lub nieterytorialna, ale zawsze istnieje. „Społecznością” mogą być członkowie organizacji lub nawet uczestnicy określonego projektu (poziom mikro), grupa bezpośrednich odbiorców Twoich działań (poziom mezzo) albo szersza społeczność terytorialna lub zbiorowość, na rzecz której te działania podejmujesz (poziom makro). Na każdym z tych poziomów możesz badać kapitał społeczny.
- Jeśli chcesz zbadać swój wpływ na kapitał społeczny, musisz pamiętać, że kapitału społecznego nie budujesz sam: Twoja organizacja nie działa w próżni. Nie może ani czerpać wyłącznej chwały, ani brać wyłącznej odpowiedzialności za to, jak wypada ocena kapitału społecznego w miejscach, w których działasz. Dlatego w swoich badaniach musisz rozróżnić między działaniami Twoimi i innych, porównać sytuację w miejscach, w których działasz i poza nimi.
- Jeśli badasz swój wpływ na kapitał społeczny, powinieneś uwzględnić element czasu – tylko w ten sposób będziesz mógł stwierdzić, czy zaszła jakaś zmiana. Potrzebujesz albo powtarzać swoje badania, albo sięgać do danych, które pozwalają porównać przeszłość i stan obecny.

### **A zatem, badając kapitał społeczny:**

- Przyjrzyj się różnym sprawom, które mogą o nim świadczyć
- Dobierz narzędzia, które odpowiadają Twoim celom i zasobom
- Zdefiniuj społeczność, do której odnoszą się Twoje badania
- Badaj fakty, nie opieraj się wyłącznie na opiniach
- Zaplanuj swoje badania i je powtarzaj

## **4. Do czego przydadzą Ci się narzędzia BOX?**

BOX to akronim wyrażenia Badanie Oddziaływania na Kapitał Społeczny. To zarazem nazwa, która sugeruje, że masz do czynienia z rodzajem skrzynki z narzędziami – zbiorem rozwiązań, które pomogą Ci zmierzyć wpływ Twojej organizacji na kapitał społeczny. Możesz je dobierać i konfigurować stosownie do Twoich upodobań, możliwości i charakteru projektów, które prowadzisz.

Niezależnie od tego, jakiego wyboru dokonasz, uzyskasz wyniki oparte o ten sam schemat, odwołujące się do tych samych wymiarów oceny kapitału społecznego. Dzięki temu zyskasz możliwość odniesienia ich do wyników uzyskanych przez innych użytkowników BOX.

### **Jak już wiesz, kapitał społeczny ma swoje konkretne wymiary. Przy użyciu narzędzi BOX zbadasz następujące wymiary kapitału społecznego:**

- Więzy, tożsamość
- Aktywność
- Współpraca
- Wpływ
- Zaufanie

Cechy te są właściwym przedmiotem badania w BOX – narzędzia w naszej skrzynce służą zebraniu wiedzy na ich temat. Ostateczna ocena kapitału społecznego zależy więc od tego, jak interesująca Cię społeczność wypada pod każdym z tych względów. Jeśli któryś z wymiarów jest oceniany nisko, oznacza to, że stanowi barierę, którą należy przezwyciężyć, aby wzmocnić kapitał społeczny i stworzyć lepsze warunki rozwoju społeczności.

# Badanie BOX – Krok po kroku

## 1. Zbierz dane potrzebne do badania

Aby dowiedzieć się, jak Twoja społeczność wypada pod każdym z tych względów, możesz odwołać się do różnych źródeł informacji i różnych metod ich zbierania. Tajemnica tkwi w tym, żeby nie myśleć o danych jako o uporządkowanych rzędach liczb czy zestawieniach statystycznych.

Nasze dane mogą opisywać powszechność pewnych sytuacji lub służyć ich lepszemu zrozumieniu. Te pierwsze nazywa się często „ilościowymi”, te drugie – „jakościowymi”. Ilościowe pozwalają nam porównać się z innymi, jakościowe – lepiej zrozumieć dany problem. W BOX masz do dyspozycji narzędzia, które pozwalają Ci zebrać oba rodzaje danych.

**Rekomendujemy, żebyś korzystając z BOX, prowadził swoje badania w oparciu o minimum dwa z sześciu narzędzi, w tym przynajmniej jedno ilościowe i jedno jakościowe.**

Dokładną instrukcję pozwalającą na skorzystanie z każdego z tych narzędzi oraz ich szczegółowy opis znajdziesz w odpowiednich zeszytach.

| Nazwa narzędzia                     | Rodzaj badania | Numer zeszytu |
|-------------------------------------|----------------|---------------|
| Analiza danych zastanych            | Ilościowe      | 1             |
| Sondaż                              | Ilościowe      | 2             |
| Wywiady z liderami lokalnymi        | Jakościowe     | 3             |
| Wywiady z mieszkańcami społeczności | Jakościowe     | 4             |
| Spacer badawczy                     | Jakościowe     | 5             |
| Quiz                                | Ilościowe      | 6             |

## 2. Odczytaj i zanalizuj wyniki badania

BOX to nie tylko zbiór narzędzi badawczych, ale także procedury służące analizie i interpretacji wyników badań – czyli przełożeniu ich na ocenę kapitału społecznego.

Służą do tego specjalne formularze, które możesz pobrać za darmo ze strony [www.kapitalspoleczny.org](http://www.kapitalspoleczny.org) w zakładce „narzędzia”.

Kiedy wpiszesz wyniki Twoich badań we właściwe dla nich formularze, automatycznie zostaną one przeliczone na ocenę kapitału społecznego w każdym z jego (wymienionych wyżej) wymiarów. Oceny te zostaną przedstawione w postaci wykresów i grafik, które łatwo będzie Ci zinterpretować.

Podstawowym (choć wcale nie najważniejszym!) produktem BOX są wykresy ukazujące stan kapitału społecznego w społeczności, która Cię interesuje (a w przypadku niektórych z proponowanych w BOX narzędzi – także w jej otoczeniu). Wykresy te są generowane automatycznie – nie musisz ich robić samodzielnie. Wystarczy, że wpiszesz wyniki Twoich badań, przeprowadzonych w oparciu o jedno z opisanych niżej narzędzi, w odpowiedni arkusz, a uzyskasz wykres, który możesz wkleić w gotowy szablon raportu z BOX.

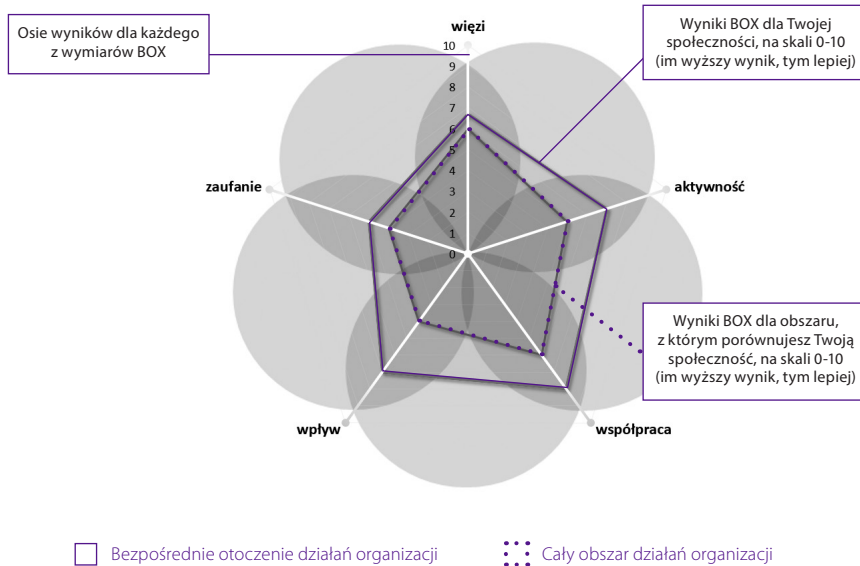
### **Radar BOX**

Część z narzędzi BOX oferuje więcej niż jedną formę graficznej prezentacji wyników. Uniwersalnym elementem każdego z modułów jest radar kapitału społecznego. To wykres przedstawiający wyniki Twoich badań w postaci pięciokąta, którego kształt zależy od tego, jak oceniana przez Ciebie społeczność wypada pod względem każdego z pięciu wyróżnionych w BOX wymiarów kapitału społecznego:

- Czy jej członków łączą więzi?
- Czy są aktywni?
- Jak intensywnie ze sobą współpracują?
- Jaki jest ich wpływ na zbiorowe decyzje?
- W jakim stopniu ufają sobie i innym?

Oceny dotyczące każdej z tych spraw oznaczane są na skali od 0 do 10 punktów, gdzie 0 jest wartością oznaczającą najgorszy, a 10 najlepszy wynik.

Rys. 1. Matryca danych zastanych BOX – widok arkusza wskaźników



### Jak czytać „Radar BOX?”

To proste - im większe jest pole figur na wykresie, tym lepiej wypada ocena kapitału społecznego miejsc, które badałeś(aś).

Prezentowany przykład dotyczy tych narzędzi BOX, które pozwalają Ci rozróżnić pomiędzy oceną kapitału społecznego w bezpośrednim otoczeniu Twoich działań (wśród ich odbiorców, bezpośrednio w miejscowościach, w których były one prowadzone) oraz na całym obszarze, których mają dotyczyć. W takim przypadku, na wykresie znajdziesz dwa pięciokąty – po jednym dla każdego z obszarów.

Zwróć uwagę w szczególności na wierzchołki figur. Oznaczają one uśrednioną ocenę więzi, aktywności, współpracy, wpływu i zaufania na badanych obszarach. W naszym przykładzie rzuca się w oczy, że obszary, w których bezpośrednio prowadziliśmy działania, pod każdym z tych względów wyprzedzają te, które stanowią ogólne terytorium działań naszej organizacji.

### Inne sposoby prezentacji wyników

W niektórych z modułów raportu BOX znalazło się też miejsce na alternatywny sposób prezentacji wyników badań, nie sprowadzający ich tylko do punktów na radarze.

Na przykład w części służącej prezentacji wyników wywiadów pogłębionych (zeszyt 3 i 4) możesz przedstawić je w postaci chmury słów, która pozwoli Ci zobaczyć najczęściej pojawiające się w Twoich wywiadach kwestie w postaci atrakcyjnej wizualnie grafiki (patrz obrazek niżej). W części dedykowanej spacerom badawczym (zeszyt 5) przewidziano miejsce na zdjęcia ze spacerów oraz mapy wypracowanej przez uczestników. Więcej przykładów graficznych prezentacji wyników badań znajdziesz w zeszytach dedykowanych poszczególnym narzędziom.

---

Rys. 2. Chmura słów



### 3. Stwórz raport z badań

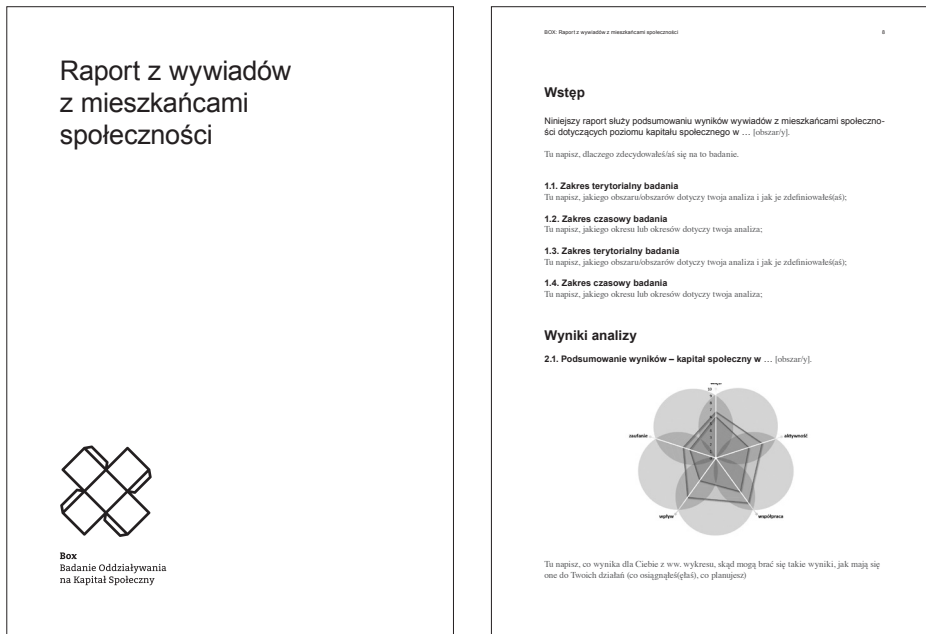
Wyniki przeprowadzonych przez siebie badań możesz umieścić w Raporcie BOX. To dokument, który podsumowuje wszystkie Twoje badania z wykorzystaniem narzędzi BOX. To dokument ważny dla Ciebie – aby uporządkować sobie wiedzę – ale przede wszystkim jako materiał do prezentowania osobom z zewnątrz.

Słowo „raport” może brzmieć zniechęcająco, ale nie bój się – jego utworzenie nie zajmie Ci dużo czasu. Tak jak formularze do zliczania wyników, szablony możesz pobrać za darmo ze strony [www.kapitalspoleczny.org](http://www.kapitalspoleczny.org) w zakładce „narzędzia”. Raport możesz przygotować osobno do każdego narzędzia badawczego, którego użyłeś, jak i zbiorczo – jako podsumowanie całego badania przy użyciu BOX. Wystarczy, że połączysz je ze sobą, dodasz wstęp oraz podsumujesz wszystkie wyniki.

#### Co możesz zrobić z raportem z badań?

- Powiesić na swojej stronie – będzie służył jako publicznie dostępna „wizytówka” działań Twojej organizacji
- Wysłać lokalnym decydom – jako ciekawy materiał zawierający wiedzę na temat Twojej miejscowości, ale także dowód na skuteczność Twoich działań
- Wysłać lokalnym mediom – aby zwrócić ich uwagę na efekty Twoich działań i rozpocząć debatę publiczną na temat jakiegoś zjawiska, którego one dotyczą
- Wysłać osobom, które brały udział w badaniu – żeby mogły zapoznać się z wynikami i wiedziały, że ich czas nie poszedł na marne
- Przesłać go autorom BOX ([stocznia@stocznia.org.pl](mailto:stocznia@stocznia.org.pl)) – bardzo nas to ucieszy i być może pomoże w udoskonaleniu narzędzi BOX.

Rys. 3. Przykładowy szablon raportu z badań





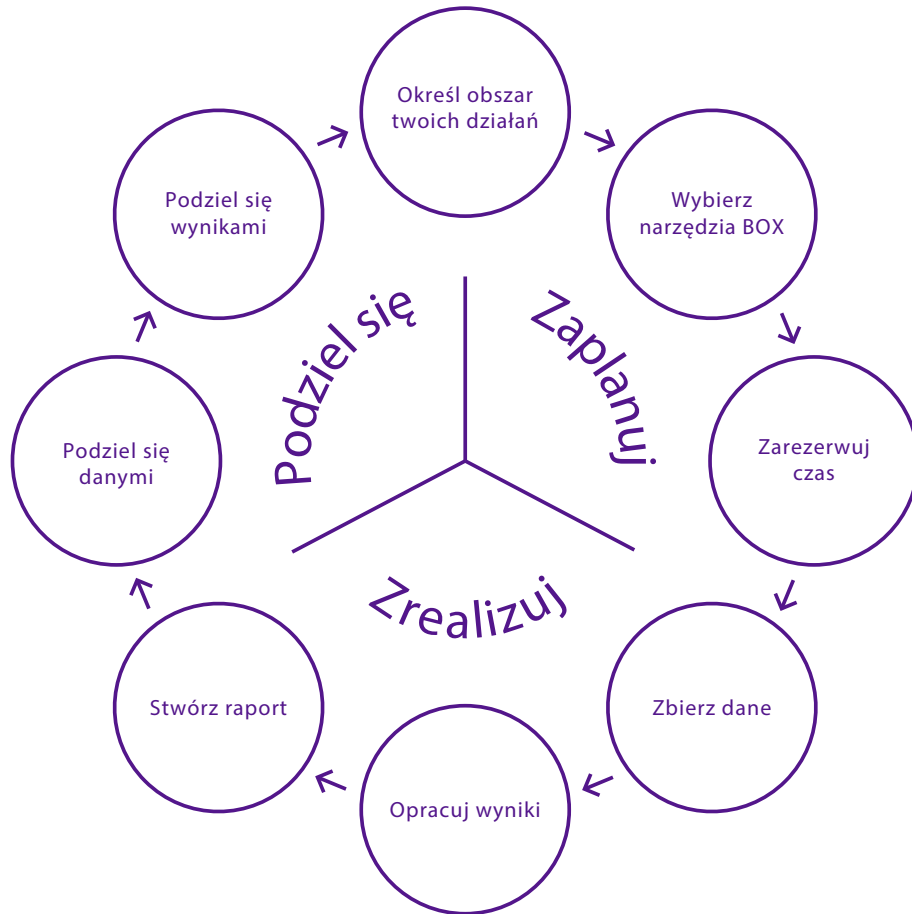
# Co zrobić z wynikami badań? – Czyli „po co to wszystko...”

**Najlepsze, co możesz zrobić z wynikami swoich badań, to... po prostu wziąć je pod uwagę przy planowaniu swoich działań. Dzięki temu:**

- Będziesz świadomy słabych i mocnych punktów w swojej społeczności: wiesz teraz, które cechy Twojej społeczności mogą być atutem lub przeszkodą w Twoich działaniach. Planując działania w oparciu o wyniki, możesz uniknąć wielu i wykorzystać mocne strony Twojej społeczności.
- Postawisz sobie cele, które odpowiadają na lokalne potrzeby: Na podstawie badań możesz stwierdzić, gdzie w Twojej społeczności są deficyty, nad którymi warto popracować.
- Dobierzesz metody, które są bardziej skuteczne: Jeśli badałeś swój dotychczasowy wpływ na kapitał społeczny, wiesz, które Twoje działania go budują, a które nie.

**Pamiętaj też** – o czym pisaliśmy wcześniej - że wyniki możesz pokazać innym – partnerom, grantodawcom, przedstawicielom władz lokalnych. To może Ci pomóc w przekonaniu ich do wspólnych działań z Tobą lub Twoją organizacją.

Rys. 4. Podsumowanie: BOX krok po kroku





„BOX - Badanie oddziaływania na kapitał społeczny” jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz Fundacji Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”. Utwór powstał w ramach programu „Monitorowanie, Ewaluacja i Analizy 2013” (MEVA 2013), realizowanego przez Fundację Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” przy wykorzystaniu środków Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności. Zezwala się na dowolne wykorzystanie treści - pod warunkiem zachowania niniejszej informacji, w tym informacji o stosowanej licencji, posiadanych praw oraz o Programie MEVA 2013. Treść licencji jest dostępna na stronie <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

POLSKO-AMERYKAŃSKA  
FUNDACJA WOLNOŚCI



POLISH - AMERICAN  
FREEDOM FOUNDATION

pracownia badań  
i innowacji  
społecznych

