

STRONGER
OTS

Társadalmi bázisépítés esettanulmányok
Közélet Iskolája

Kutatások:

hatásmérés, a bázis
megismerése, és donor
utak felrajzolása

A Közélet Iskolája

többféle céllal kezdett kutatásokba. Szerették volna megismerni munkájuk valós hatását, adatot gyűjteni arról, kik is vesznek részt a képzéseiken, majd azt is szerették volna megtudni, kik lehetnek adományozóik, és számukra mi fontos a szervezet kommunikációjában. Ezekhez a különböző célokhoz kapcsolódóan különböző kutatási módszereket próbáltak ki - volt, amit önállóan, és volt, amit kutatók bevonásával.

A Közélet Iskolája közösségi oktató- és tudásközpont, céljuk, hogy mindenki számára elérhetővé tegyék az önszerveződéshez szükséges tudást és képességeket. Támogatják a mozgalmi és civil szervezeteket a hatékonyabb működésben, sokszínű közösséget építenek, ahol a kritikus gondolkodás, a demokratikus részvétel és a szolidaritás érték.

A Közélet Iskolája csapata évről évre újratervezi a következő időszakot a szervezet alapvető céljai és küldetése alapján. Egy ilyen tervezésen kezdtek el arról beszélni, hogy úgy érzik, nem tudják, a tevékenységeik által valóban közelebb kerülnek-e a céljaikhoz. Úgy döntöttek, szeretnék megtudni, milyen társadalmi hatásuk van valójában, ezért hatásmérő kutatásba fognak. Szerettek volna a résztvevőikről és kiemelten az adományozóikról is többet megtudni.

1 Amit eddig is kutattunk - jól csináltuk?

Mivel korábban is kértek adatokat a résztvevőktől képzéseik során, sok korábbi jelentkezési lap és értékelő ív állt rendelkezésükre, ezért először úgy gondolták, ezek alapján mérni tudják majd hatásukat is. Hogy ezt elkezdjék, szakmai segítséget kerestek: ismerőseik körében érdeklődtek, majd ajánlás után két fiatal kutatóval vették fel a kapcsolatot. Amikor bemutatták nekik a már meglévő kérdőíveket, nehézségekbe ütköztek. Hiányosak voltak a meglévő adatok, nem voltak egységesek a kérdések, illetve sok nyitott kérdést nem is tudtak volna elemezni.

A kutatók visszajelzése után átalakították a képzéseknél bekért adatok struktúráját. Alapvető statisztikai adatokat továbbra is folyamatosan gyűjtenek és elemeznek. Az ezekkel kapcsolatos rövid kérdőívet következetesen a képzések után küldött értékelő lappal együtt küldik a résztvevőknek, így rendszeresen érkeznek az adatok. Ez alapján tudnak képet alkotni arról, kik a képzések résztvevői - viszont ez még nem mond el semmit a képzések hatásáról.

Keresd meg, melyek azok az adatok, amelyek relevánsak számodra, és amiket te is fel tudsz dolgozni, hogy megismerd, ki a jellemző követőd, pl. alap statisztikák, demográfiai adatok. Ezeket gyűjtsd rendszeresen, folyamatosan. Amit te is tudsz elemezni egy excelben, azt kérd el! Amit nem, ahhoz kérj szakértői segítséget!

2 Hatásmérés

A hatásmérésre a kutatók egy teljesen más módszert javasoltak, amely nem a korábbi adatokból indul ki, hanem újonnan felvett kérdőívekre alapul, a Social Identity Model of Collective Action (SIMCA) metodológiáját használva.

A szervezet elfogadta a kutatók javaslatát, és a szakmai munkát rájuk bízta. A jól működő együttműködést jellemezte, hogy habár a szervezet munkatársai nem mindig értették a módszert, ilyenkor megnyugtató volt számukra, ha a kutatók elmagyarázták, eloszlatták a kételyeiket. Az is fontos volt, hogy a szervezet ne akarjon részletekbe menően beleszólni a kutatók munkájába, csak a saját kompetenciájukhoz tartozó kérdésekben. Például az elkészült kérdőívet csak a végén mutatták meg a teljes stábnak a kutatáson dolgozó kollégák, és egy visszajelzési kör után korrigáltak a kutatók (pl. a kérdőív túl hosszúnak tűnt, amit a résztvevők valószínűleg nem töltenének ki). A Közélet Iskolája számára az is kiemelten fontos volt, hogy érthetően, egyszerűen fogalmazzanak, ebben a kutatók maximálisan partnerek voltak: szociálpszichológiai háttérüknek köszönhetően kompetensek voltak abban, hogy sokféle társadalmi réteg számára érthető, könnyen kitölthető legyen a kérdőív.

Ismerd fel a kompetenciád határait: a szervezet tudásán kívül eső komplex feladathoz keress együttműködést kutatókkal, szakértőkkel. Ha találsz olyan partnert, akikkel bizalmi kapcsolatot tudsz kiépíteni, bízz meg a munkájukban.

A kutatásban résztvevőkkel a szervezet tartotta a kapcsolatot, viszont a kérdőíveket nem ők kezelték, az teljesen a kutatók kezében maradt. Ha ők jelezték, hogy kevés válasz érkezett, a szervezet felelős munkatársa plusz energiát fektetett a válaszok gyűjtésébe. Látva, hogy egy valódi hatásméréshez sok információra, ezáltal hosszú kérdőívre van szükség, a kérdőívet kitöltők motiválásával is foglalkozott a szervezet:

ajándékcsomagot sorsoltak ki azok között, akik kitöltötték. A Közélet Iskolájához kapcsolódó tárgyakat lehetett nyerni (könyv, vászontáska, stb.), ami arra is remek eszköz volt, hogy plusz kapcsolódást építsenek a résztvevőkkel, akik nagyon örültek a nyereménynek, és általuk tovább vitték a szervezet hírét.

A kutatás egy tanéven keresztül folyt, ezalatt minden képzésre jelentkezőnek elküldték a kérdőívet. Amikor a kitöltésre kérték őket, tudatosan nem használták a hatásmérés szót: úgy érezték, ez inkább csak a szervezet szempontjából fontos, esetleg elidegenítő is lehet. Ehelyett úgy fogalmaztak, hogy a képzéshez kapcsolódó érzésekről, igényekről kérdeznének. Azonban amikor elkészült a kutatás, minden kitöltőnek elküldték az eredményeket, hogy lássák, mihez járultak hozzá, mik az eredmények, amelyeknek ők is részesei.

Tartsd észben, hogy ha megkérdezed a támogatóidat, célcsoportodat, társadalmi bázisod tagjait, az nem csak egy célorientált, önmagában álló akció, hanem mindig egy újabb lehetőség a mélyebb kapcsolódásra.

A kutatás több eredményt is hozott. Összességében kiderült, hogy nagyon pozitív hatások figyelhetőek meg: a képzések több olyan tudást adnak a résztvevők számára és olyan, a szerveződéshez szükséges attitűdöket erősítenek bennük, amelyeket egyébként ritkán és nehezen lehet fejleszteni. Ezenkívül kiderült, hogy nagyon szeretik a képzéseket és a képzőket, a légkört, a diverz résztvevőket. Ez a stáb számára nagyon erős belső megerősítést, motivációt jelentett a munkájuk folytatásához. A kutatás a képzések tartalmát illetően is hasznos visszajelzésnek bizonyult, és konkrét tartalmi változásokat is hozott a tevékenységekben. Többek között kiderült, sokan lelombozódnak, amikor egy-egy képzés után mélyebben megismernek nehézségeket, reménytelenebbnek látják az adott társadalmi probléma megoldását. Ez a fajta motivációvesztés ellentétes a Közélet Iskolája közösségi cselekvésre motiváló céljával, így ezeket a részeket felülvizsgálták. Az is kiderült, hogy szükség van a képzésekben kitérni arra, hogy a résztvevőknek milyen privilégiumaik vannak, milyen közegekből érkeznek, és segíteni nekik ezekre tudatosan reflektálni. Ma már ez is nagyobb hangsúlyt kap a képzések kialakítása során.

A szervezet úgy látja, a kutatás eredményeiből még évekig tudnak építkezni. Ráadásul a kérdések, amik bekerültek a kérdőívbe, elég általános érvényűek ahhoz, hogy akár később újra elővegyék őket, és ha szükségét látják, a kutatók segítségével megismételjék a kutatást anélkül, hogy új módszertant kellene kidolgozni.

3 Egy szűkebb csoport megértése: kérdézd meg a támogatóid!

Emellett egy kevésbé komplex, mini kutatást is csináltak, amely nem minden résztvevőt, hanem a rendszeres adományozókat szólította meg. Mivel ők egyelőre nincsenek sokan, egyszerűen felkeresték őket emailben, és végül öt fő szívesen időt szakított rá, hogy segítsen a Közélet Iskolájának a személyes tapasztalataik megosztásával. Velük személyesen beszélgetett a szervezet egyik munkatársa, ehhez nem volt szükség kutatókra, komplex módszertanra. Olyan kérdéseket tett fel, mint: milyen úton jutottak el a szimpatizáns körből az adományozásig, majd a rendszeres adományozásig, mi vonzotta be őket, mivel tudnák a továbbiakban is motiválni őket, és adományozóként mit várnak a szervezettől.

Az interjúk alapján sikerült felrajzolni egy donor utat, ami megmutatta, hogyan juthat el valaki odáig, hogy a Közélet Iskolája rendszeres adományozója legyen, mik a legfontosabb lépések ehhez. Azt a tanulságot is levonták, hogy az adományozók szeretnek a szervezet belső dolgairól is hallani, így elhatározták, hogy mostantól odafigyelnek, hogy kapjanak olyan infókat az elkötelezett szövetségesek, a rendszeres adományozók, amiktől érzik, hogy egy belsőbb kör tagjai, mélyebben kapcsolódnak.



Ennek eredményeképp indítottak el egy negyedéves támogatói hírlevelet. Az interjúk eredményeit több helyen is felhasználták a kommunikációjukban: például mikor megújult a honlapjuk, az ahhoz való szövegíráshoz nagyon hasznos volt látni, hogy a támogatóik, szimpatizánsaink mit tartanak vonzónak a Közélet Iskolájában, és pontosan milyen szavakkal fogalmazták meg. A későbbi kampányaik tervezésénél is figyelembe vették, hogy mit mondtak a támogatók, milyen témák érdeklik őket.

Érdemes nem csak adatokat kérni, hanem elbeszélgetni a számodra releváns csoporttal, pl. a legelkötelezettebb támogatóiddal. Egy-egy ilyen beszélgetésből szakértők nélkül is nagyon hasznos benyomásokat, információkat kaphatsz, mélyebben megismerheted, kik azok, akiket érdekel, és mivel lehet motiválni őket.

STRONGER ROOTS

Az esettanulmány a Stronger Roots program keretein belül készült.

A Stronger Roots program célja, hogy a civil szervezetek és hálózatok ellenállóbbá váljanak, növeljék és erősítsék társadalmi bázisukat, és beágyazottabbá váljanak azokban a közösségekben, ahol munkájukat végzik. A program a NIOK Alapítvány, az Open Society Fund Prague, az Open Society Foundation Bratislava és a Glopolis együttműködésével jött létre.

fotó forrása: Közélet Iskolája - kozeletiskolaja.hu