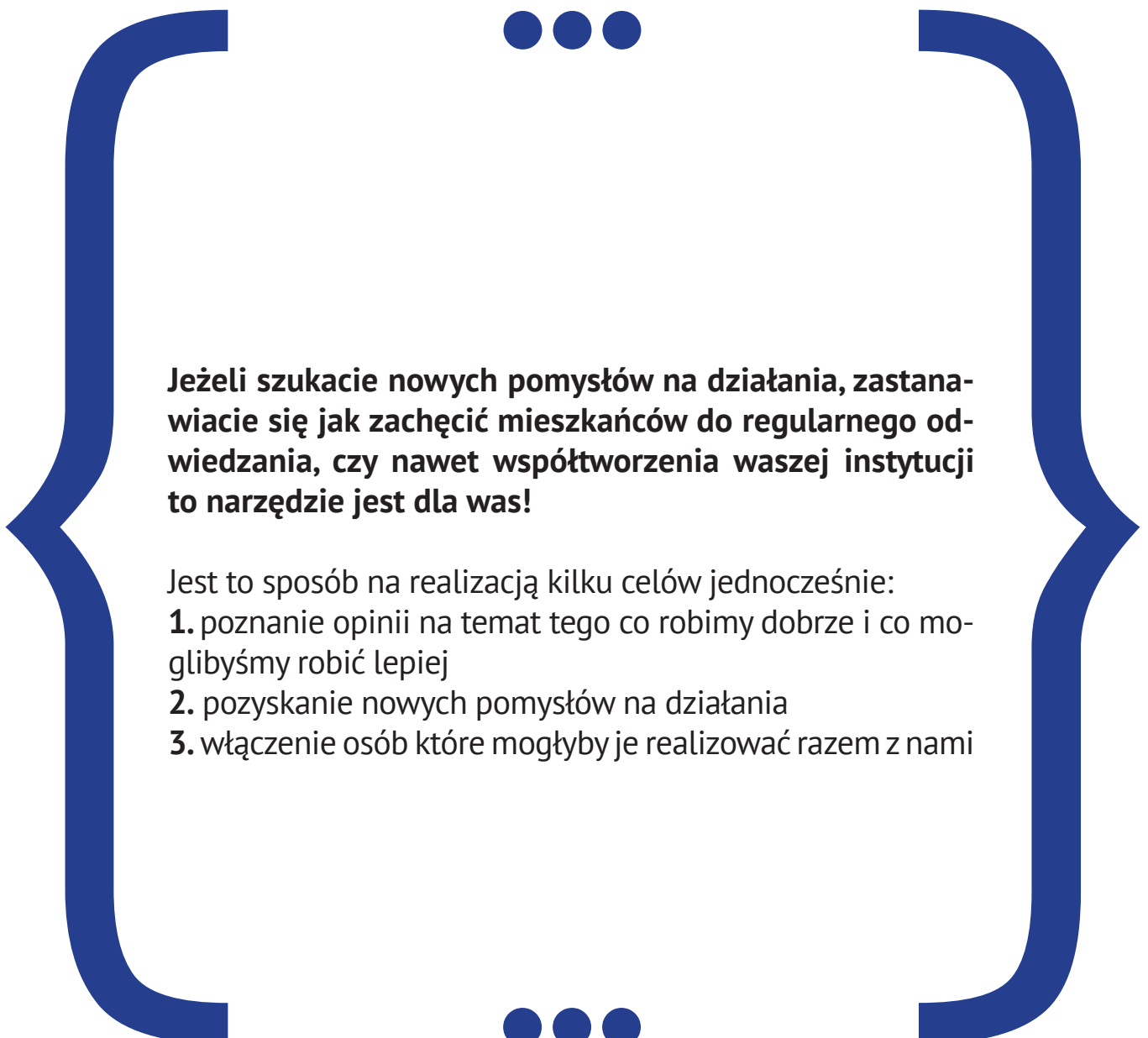




Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury  
w ramach Programu Bardzo Młoda Kultura 2016-2018

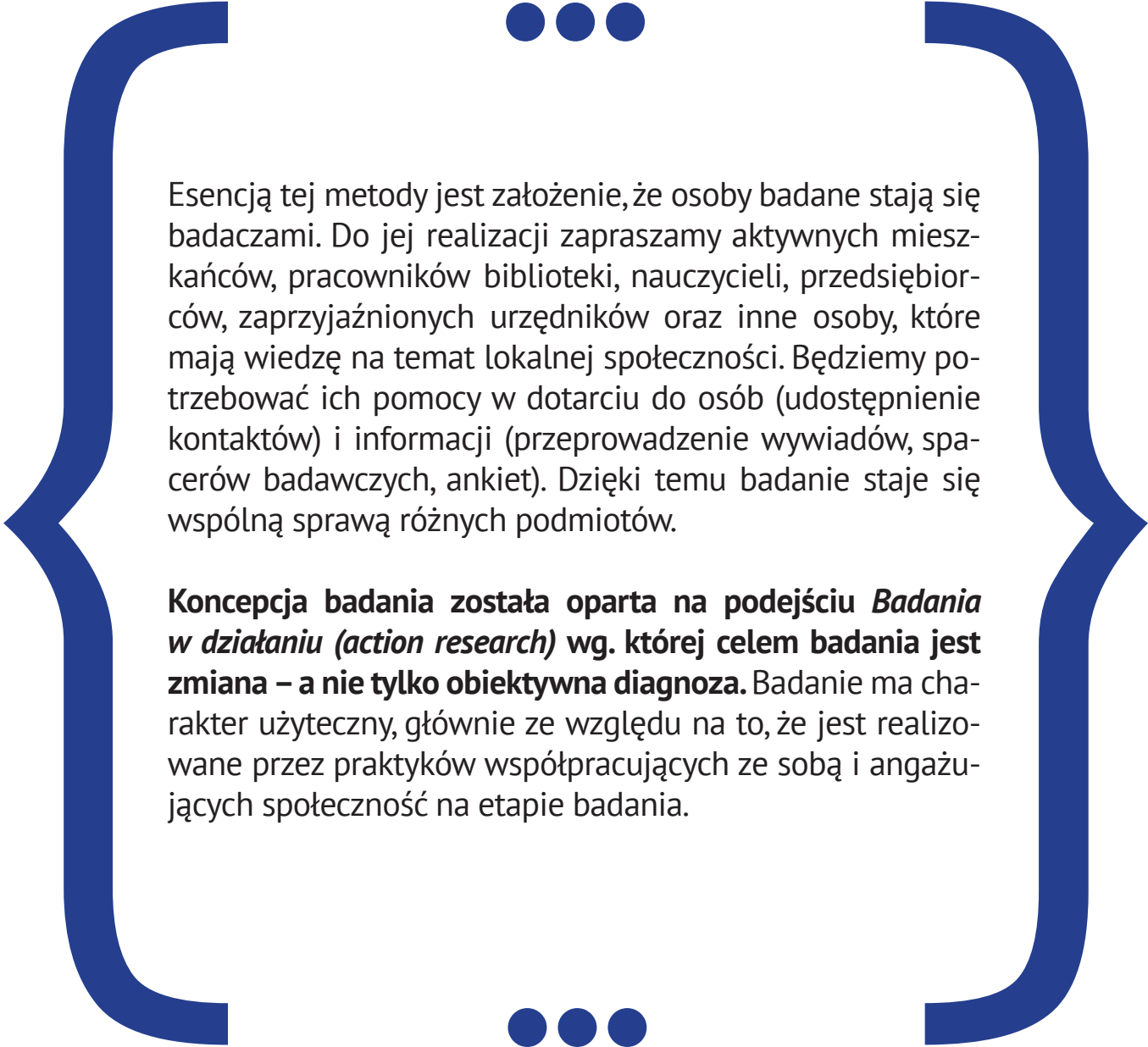




**Jeżeli szukacie nowych pomysłów na działania, zastanawiacie się jak zachęcić mieszkańców do regularnego odwiedzania, czy nawet współtworzenia waszej instytucji to narzędzie jest dla was!**

Jest to sposób na realizację kilku celów jednocześnie:

- 1.** poznanie opinii na temat tego co robimy dobrze i co moglibyśmy robić lepiej
- 2.** pozyskanie nowych pomysłów na działania
- 3.** włączenie osób które mogłyby je realizować razem z nami



Esencją tej metody jest założenie, że osoby badane stają się badaczami. Do jej realizacji zapraszamy aktywnych mieszkańców, pracowników biblioteki, nauczycieli, przedsiębiorców, zaprzyjaźnionych urzędników oraz inne osoby, które mają wiedzę na temat lokalnej społeczności. Będziemy potrzebować ich pomocy w dotarciu do osób (udostępnienie kontaktów) i informacji (przeprowadzenie wywiadów, spacerów badawczych, ankiet). Dzięki temu badanie staje się wspólną sprawą różnych podmiotów.

**Koncepcja badania została oparta na podejściu *Badania w działaniu (action research)* wg. której celem badania jest zmiana – a nie tylko obiektywna diagnoza.** Badanie ma charakter użyteczny, głównie ze względu na to, że jest realizowane przez praktyków współpracujących ze sobą i angażujących społeczność na etapie badania.

# PO CO BADAĆ?

Coraz więcej ośrodków kultury, w ślad za sektorem biznesu, stara się dopasować swoją ofertę działań do faktycznych potrzeb i upodobań potencjalnych odbiorców, czyli de facto zróżnicowanych wiekowo i środowiskowo mieszkańców najbliższej okolicy naszej instytucji.

Poprzedzenie planowanych działań badaniami, ułatwia zdobywanie dotacji, wpisuje się w założenia edukacji kulturalnej, budowania widowni świadomych odbiorców czy współgospodarzy realizowanych przez nas przedsięwzięć.

**wystarczy życzliwa ciekawość i każdy może być badaczem potencjałów w swojej społeczności.**

Proponowany przez nas model badań mieści się między profesjonalizowaną ofertą badań potrzeb konsumentów a prostym pytaniem o zdanie, opinie, prośbę o wyrażenie preferencji.

W poniższym schemacie działań zachęcamy raczej do korzystania z osiągnięć animacji społecznej czy antropologii kultury niż osiągnięć socjologii i zapewniamy, że wystarczy życzliwa ciekawość i każdy może być badaczem potencjałów w swojej społeczności.



# CO BADAĆ?

Wychodzimy z założenia, że w społecznościach lokalnych potencjały stanowią ludzie, miejsca, organizacje i instytucje, doświadczenia współpracy, infrastruktura oraz wszystko to, co jest charakterystyczne dla poszczególnych ulic, podwórek, czego nie ma gdzie indziej, jak np. zaangażowanie rodziców konkretnego bloku w organizowanie zajęć popołudniowych dla dzieci na pobliskim skwerku.

**Mieszkańcy wcale nie muszą być tych potencjałów świadomi (lub zapomnieli o ich istnieniu), stąd pomoc w ich odkrywaniu, przypominaniu jest zadaniem dla badaczy.**

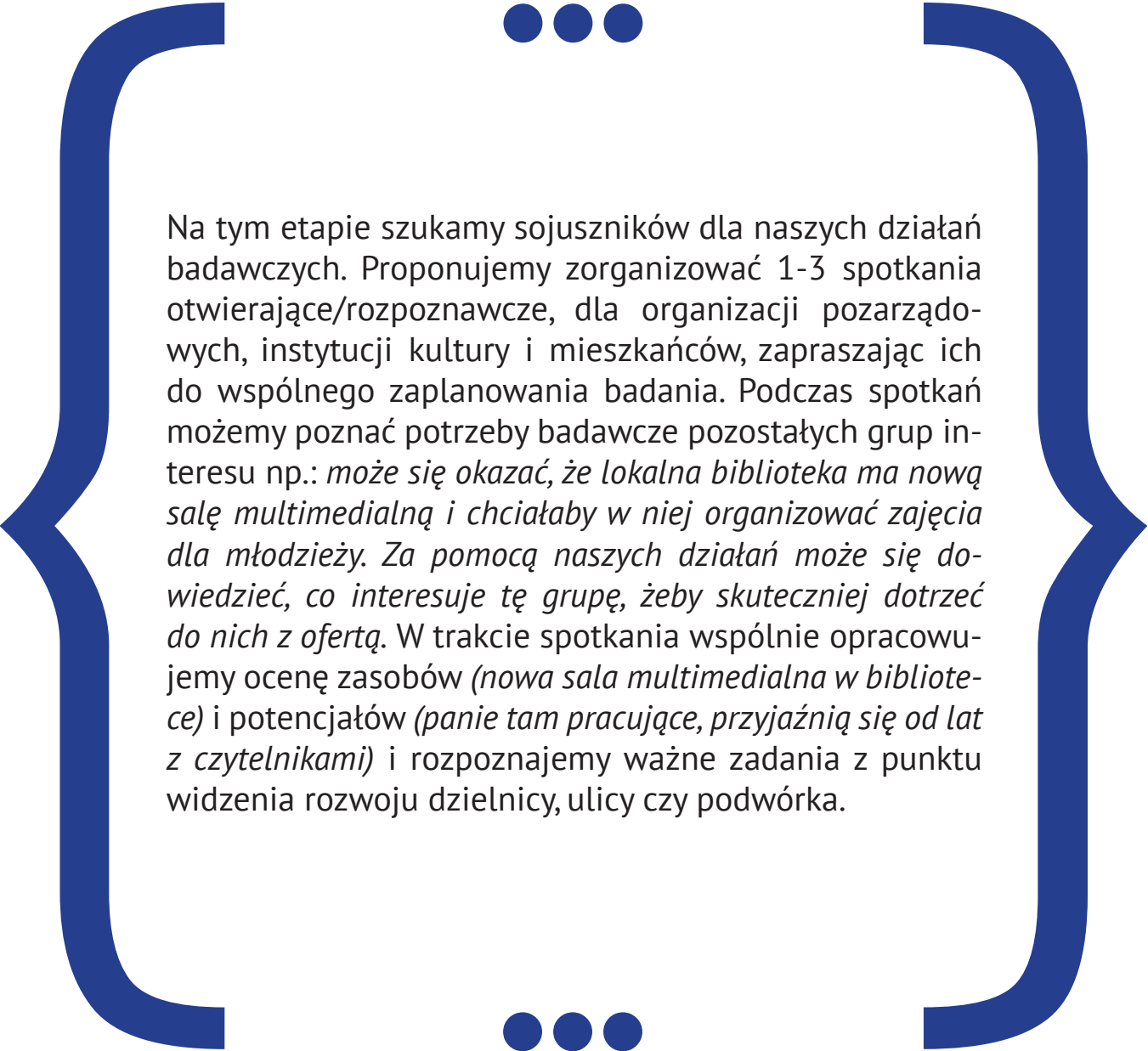




**KROK-PO-KROKU**



# PLANOWANIE



Na tym etapie szukamy sojuszników dla naszych działań badawczych. Proponujemy zorganizować 1-3 spotkania otwierające/rozpoznawcze, dla organizacji pozarządowych, instytucji kultury i mieszkańców, zapraszając ich do wspólnego zaplanowania badania. Podczas spotkań możemy poznać potrzeby badawcze pozostałych grup interesu np.: *może się okazać, że lokalna biblioteka ma nową salę multimedialną i chciałaby w niej organizować zajęcia dla młodzieży. Za pomocą naszych działań może się dowiedzieć, co interesuje tę grupę, żeby skuteczniej dotrzeć do nich z ofertą.* W trakcie spotkania wspólnie opracujemy ocenę zasobów (*nowa sala multimedialna w bibliotece*) i potencjałów (*panie tam pracujące, przyjaźnią się od lat z czytelnikami*) i rozpoznajemy ważne zadania z punktu widzenia rozwoju dzielnicy, ulicy czy podwórka.

# INSTRUKCJA PROJEKTOWANIA BADAŃ



1. Identyfikujemy problem - stwierdzamy jak wygląda sytuacja, którą chcemy zmienić.

2. Stawiamy cele - ustalamy co chcemy zmienić, poprawić. Jakich zmian oczekujemy? Jak chcemy by wyglądała sytuacja po zmianie?

3. Obszary- zawężamy zagadnienia, które nas interesują.

4. Formułujemy pytania badawcze (czego musimy się dowiedzieć, żeby osiągnąć swój cel).

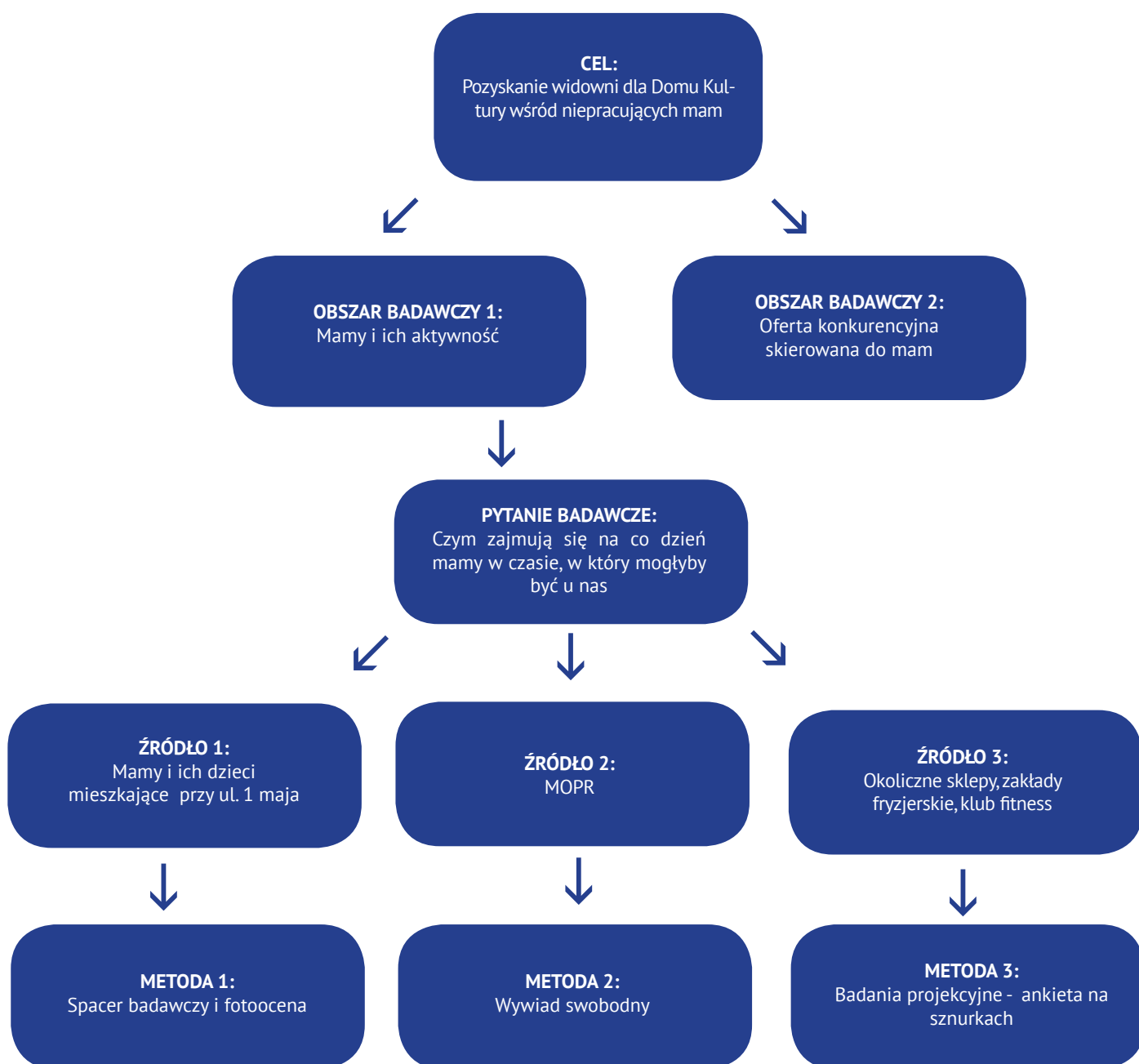
5. Dobieramy źródła (analizujemy dane zastane, zastanawiamy się, kto może udzielić informacji, na interesujący nas temat).

6. Dobieramy narzędzia badawcze. Stosujemy różne narzędzia do jednego pytania badawczego.





# INSTRUKCJA PROJEKTOWANIA BADAŃ SCHEMAT





Metoda wymaga uzupełnienia o analizę danych zastanych, na etapie projektowania działań badawczych. Pomocze nam to zobaczyć szerzej zjawiska, którymi chcemy się zająć i zrozumieć ich konteksty. Dzięki temu lepiej przygotujemy się do zadania i trafniej określimy cele, dobierzemy pytania i narzędzia.

Proponujemy zajrzeć do dokumentów z danymi urzędowymi, informacjami zamieszczonymi w Biuletynie Informacji Publicznej, z budżetem gminy i jej wydatkami na poszczególne zadania, raportami opracowanymi przez urzędy czy instytucje. Szukamy m.in. danych na temat liczby zarejestrowanych stowarzyszeń, klubów sportowych, wykazu wydarzeń instytucji działających na interesującym nas terenie. Przeglądamy dokumenty strategiczne gminy, miasta, szukając informacji związanych z rozwojem kultury i turystyki m.in o planowanych inwestycjach. Czytamy raporty i doniesienia z prasy (internet) na temat interesujących nas zjawisk. Mogą nas zainteresować dane ilościowe np. dotyczące osób korzystających z pomocy MOPR.

Dzięki uzyskanym informacjom, weryfikujemy dane z różnych źródeł. Możemy w ten sposób dotrzeć do zagadnień, które wydają się zbyt drażliwe albo ulotne, o które niezręcznie jest pytać wprost.



## REALIZACJA BADAŃ

Realizując badania stosujemy metodę kuli śniegowej; początkowo docieramy do aktywnych osób w dzielnicy tzw. lokalnych liderów, podmiotów działających na interesującym nas terenie (pracowników świetlic środowiskowych, bibliotek, organizacji pozarządowych, klubów zainteresowań, parafii etc.). Po pierwszych spotkaniach i określeniu interesujących nas obszarów tematycznych, prosimy ich o kontakty do innych mieszkańców, którzy mogliby nam pomóc. Zazwyczaj po każdym spotkaniu- jeśli uda nam się zdobyć zaufanie rozmówców - dostajemy kontakt do kolejnej osoby i możemy liczyć, że zostaniemy “wprowadzeni” przez któregoś z poprzednich rozmówców.

**Pamiętajmy, że swoim zachowaniem również wpływamy na treść i charakter udzielanych nam odpowiedzi.**

Ważne, aby spotkania badawcze miały możliwie indywidualny charakter, wtedy jest szansa, że rozmówcy poczują się na tyle komfortowo i bezpiecznie, że zechcą się podzielić swoimi doświadczeniami i przemyśleniami. Pamiętajmy, że swoim zachowaniem również wpływamy na treść i charakter udzielanych nam odpowiedzi.

Warto zastosować różnorodne narzędzia badawcze (3-5), aby dotrzeć do szerokiego grona możliwie zróżnicowanych rozmówców. Proponujemy połączenie wywiadów, spacerów badawczych i technik projekcyjnych z elementami ankiet ( patrz tutorial: metody projekcyjne, wywiad swobodny)

# OPRACOWANIE WYNIKÓW BADAŃ

Na tym etapie wracamy do ustalonych wcześniej celów badania i pytań badawczych. Prawdopodobnie treści, jakie udało nam się zgromadzić, znacznie wykraczają poza określone tematy, a także w ramach jednego wywiadu otrzymujemy odpowiedzi z kilku obszarów badawczych jednocześnie. Uzyskamy także wypowiedzi, które nie mieszczą się w obszarze naszych badań. Teraz niezbędne będzie wypracowanie struktury porządkowania treści, która pomoże nam pogrupować wypowiedzi a następnie wyciągnąć z nich wnioski.

**Teraz niezbędne będzie wypracowanie struktury porządkowania treści, która pomoże nam pogrupować wypowiedzi a następnie wyciągnąć z nich wnioski.**

“Instrukcja projektowania badań”-schemat warto mieć ją przed oczami podczas całego procesu. Pomoże nam skupić się na tym, co ważne, podczas organizowania treści. Nie musimy spisywać pełnych wypowiedzi, jedynie te, dotyczące naszych obszarów badawczych. Do każdego obszaru badawczego, tworzymy oddzielny folder, w którym umieszczamy zebrane informacje.



Pamiętajmy, że proponowana metoda jest badaniem potencjałów, nie deficytów. W związku z tym wnioski z badań staramy się formułować pozytywnie. Przykładowo: *nie stwierdzamy, że dom kultury ma zaledwie dwoje instruktorów, a podkreślamy jak szeroką ofertę realizuje, pomimo ograniczonej liczby pracowników.*

W tym momencie warto zrobić pierwsze podsumowanie i zobaczyć w jakich obszarach zebraliśmy satysfakcjonującą nas ilość danych, a w których powinniśmy wzmocnić działania badawcze. Na robocze podsumowanie zapraszamy naszych partnerów w badaniu. Przyda się weryfikacja dotychczasowych rezultatów w szerszym gronie.

Warto sprawdzić czy w każdym z obszarów zebraliśmy odpowiedzi od rozmówców różniących się: wykształceniem, miejscem zamieszkania, poziomem zamożności, wiekiem, nawykami korzystania z oferty kulturalnej i sposobami spędzania wolnego czasu, a jeśli to możliwe uwzględnijmy również osoby z niepełnosprawnościami, osoby pochodzące spoza naszego kręgu kulturowego.



# DALSZE ANGAŻOWANIE MIESZKAŃCÓW

Na podsumowanie raz jeszcze zapraszamy szerokie grono osób, które z nami realizowały badania, a także nowe osoby, które mogą być zainteresowane tym, czego się dowiedzieliśmy.

Przyjęcie zaproszenia zazwyczaj oznacza, że mamy wspólne pola interesu i na różnych etapach działań będziemy mogli wzajemnie sobie pomóc. Pokazanie rezultatów naszych prac pomoże uwiarygodnić i wzmocnić nasze działania, jako instytucji kultury.

Na tym etapie warto docenić wkład wszystkich, którzy włączyli się w badania w działaniu. Wspólnie przyjrzyjmy się wnioskowi i spróbujmy wypracować rekomendacje dla dalszego angażowania mieszkańców poprzez działania kulturalne.

Przed zamknięciem spotkania podsumowującego poświęćmy 5 minut, żeby na koniec przypomnieć cały proces i zobaczyć skalę osiągniętych rezultatów na poziomie wypracowanych wniosków i liczby osób, środowisk zaangażowanych w realizację badania. Pogratulujmy sobie, jak wiele udało nam się zrobić, przy niewielkich nakładach finansowych, dzięki wzajemnej współpracy. Wyniki będą przydatne w codziennej pracy, pozwolą dostosować naszą ofertę do faktycznych potrzeb mieszkańców, którzy chętniej będą się angażować we współtworzenie naszych instytucji.



# INSPIRACJE



<http://partycypacjaobywatelska.pl/praktycy-partycypacji/>

<http://www.kapitalspoleczny.org>



# PROPOZYCJE BIBLIOGRAFICZNE



Badania jakościowe. Podejścia i teorie.  
Red. Dariusz Jemielniak, Warszawa 2012.



Badania jakościowe. Metody i narzędzia.  
Red. Dariusz Jemielniak, Warszawa 2012.



Zrób to sam. Jak zostać badaczem społeczności lokalnej.  
Poradnik dla domów kultury.  
Towarzystwo Inicjatyw Twórczych “ę”,  
Warszawa 2010.



Lokatorzy, Stowarzyszenie Praktyków Kultury,  
Warszawa 2014







Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach Programu Bardzo Młoda Kultura 2016-2018



Dostępne na licencji CC 3.0 by-sa