

Webinaria o prowadzeniu badań w sektorze kultury

Badania w sektorze kultury – wprowadzenie

prowadzenie: Marta Połec

PLAN SPOTKANIA

- 1) Istota badań naukowych
- 2) Badania w sektorze kultury
- 3) Opracowanie projektu badania naukowego (problem badawczy, metodologia, harmonogram i kosztorys)
- 4) Czynniki wspierające i utrudniające realizację badań



BADANIA

Lekarskie?

Marketingowe?

Naukowe!

KTO MOŻE PROWADZIĆ BADANIA NAUKOWE? ***Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, art. 73***

Każdemu zapewnia się wolność twórczości artystycznej, badań naukowych oraz ogłaszania ich wyników, wolność nauczania, a także wolność korzystania z dóbr kultury.

RODZAJE BADAŃ NAUKOWYCH

Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, art. 4

- **badania podstawowe** – prace empiryczne lub teoretyczne mające przede wszystkim na celu **zdobycie nowej wiedzy o podstawach zjawisk i obserwowalnych faktów bez nastawienia na bezpośrednie zastosowanie komercyjne**,
- **badania aplikacyjne** – prace mające na celu **zdobycie nowej wiedzy oraz umiejętności, nastawione na opracowywanie nowych produktów, procesów lub usług lub wprowadzanie do nich znaczących ulepszeń**.

BADANIA W SEKTORZE KULTURY, CZYLI GDZIE?



BADANIA JAKO OBOWIĄZEK INSTYTUCJI KULTURY?

W badaniu przeprowadzonym przez autora niniejszego artykułu, dotyczącym strategicznych narzędzi zarządzania wykorzystywanych w pracy muzeów oraz badaniu audytorium (badanie ankietowe styczeń-marzec 2009 r.; spośród 300 ankiet rozestanych do muzeów uzyskano 45 odpowiedzi zwrotnych) z jednej placówki nadeszła znamienna odpowiedź: „Nie prowadziliśmy badań wśród naszych widzów i nie planujemy ich prowadzić. Wiemy, czego potrzebują nasi odbiorcy, ale nie mamy pieniędzy na to, by zrealizować związane z tym zapotrzebowaniem projekty (Gaweł, 2012, s. 53).

TYPY DZIAŁALNOŚCI PLACÓWEK KULTURALNYCH (Gaweł, 2014)

Instytucja całkowicie zamknięta

- Brak zainteresowania potrzebami odbiorców,
- Założenie, że tworzona oferta jest na najwyższym poziomie.

Instytucja w procesie transformacji

- Zabieganie o odbiorców,
- Dostrzeżenie różnorodności odbiorców i próba zaspokojenia ich potrzeb.

Instytucja otwarta na swoje audytorium

- Wsłuchiwanie się w potrzeby odbiorców i poszukiwanie nowych,
- Poszukiwanie dialogu, wzajemna inspiracja, współkreowanie oferty; odpowiedzialność za wymiar edukacyjny działalności.

POMYSŁ NA BADANIE (Czarniawska, 2018)

1. Czego chcesz się dowiedzieć?
2. Dlaczego właśnie tego?
3. Jak się do tego zabierzesz?

JAK POWSTAJE PROJEKT BADANIA NAUKOWEGO?

Zaciekawienie danym zjawiskiem

Przegląd literatury

Temat badań

Problem badawczy

Pytanie badawcze/hipoteza

Metoda badań

Reprezentacja/dobór próby

Pilotaż

Szczegółowy harmonogram i kosztorys

ZACIEKAWIENIE DANYM ZJAWISKIEM

- Uważane za tabu?
- W jakiś sposób niedostępne?
- Dotychczas uważane za oczywistość?
- Dotychczas uważane za niewarte uwagi?
- Już zbadane, ale w innym kontekście, w innych czasach lub w innym miejscu?

PRZEGLĄD LITERATURY (Czarniawska, 2018)

- Solidne poszukiwanie podobnych lub pokrewnych idei.

Podobne badania i teorie dotyczące podobnych zjawisk?

- Zmienić temat i zająć się innym zjawiskiem,
- Przetestować istniejącą teorię na konkretnym przypadku.

TEMAT BADAŃ

- Instytucje,
- Działania,
- Osoby,
- Relacje,
- Twórczość,
- Przestrzeń,
- ...

PROBLEM BADAWCZY

Mętne zainteresowanie pewnym obszarem lub
zjawiskiem

Stopniowe zawężanie

Istotny i możliwy do zbadania

PYTANIE BADAWCZE/HIPOTEZA (Stasik i Gendźwił, 2012)

Sformułowane tak, aby wydawały się istotne i umożliwiały znalezienie wiarygodnych odpowiedzi dzięki wykorzystaniu konkretnych metod.

- Opis działań i ich kontekstów,
- Czynniki wpływające na działanie,
- Znaczenia przypisywane działaniom,
- Zmiany w czasie.

METODY BADAŃ

JAKOŚCIOWE

- Wywiad indywidualny i grupowy,
- Obserwacja uczestnicząca i nieuczestnicząca,
- Analiza materiałów wizualnych,
- Analiza danych zastanych,
- Analiza dyskursu,
- Studium przypadku.

ILOŚCIOWE

- Ankieta,
- Obserwacja,
- Eksperyment.

REPREZENTACJA/DOBÓR PRÓBY (Patton, 1990)

- Przypadki skrajne i nietypowe,
- Przypadki intensywne,
- Przypadki maksymalnie zróżnicowane,
- Przypadki krytyczne,
- Przypadki negatywne.

PILOTAŻ

Badanie próbne

- Doprecyzowanie pytań badawczych, narzędzi, harmonogramu,
- Ocena prawdopodobieństwa realizacji projektu.

SZCZEGÓŁOWY HARMONOGRAM I KOSZTORYS

- Zaplanowanie poszczególnych etapów badania i ich powiązań, a także dokonanie podziału obowiązków,
- Koszty projektu (wynagrodzenia, aparatura, materiały i drobny sprzęt, wyjazdy służbowe, inne koszty – np. wydanie publikacji).

WNIOSKI GRANTOWE – PODSTAWOWE ELEMENTY

- Cel badań; problem badawczy, pytania badawcze; luka badawcza,
- Stan wiedzy; uzasadnienie istotności proponowanych badań i ich innowacyjności; przewidywany wpływ realizacji projektu na badany obszar,
- Harmonogram badań; wyniki badań pilotażowych; analiza ryzyka;
- Metodologia; metody i narzędzia badawcze; sposoby analizowania wyników; niezbędne wyposażenie,
- Wykaz źródeł.

WNIOSKI GRANTOWE – INNE, RÓWNIE WAŻNE ELEMENTY

- Dotychczasowe doświadczenie i dorobek badacza,
- Odniesienie się do zbliżonych zadań badawczych,
- Szczegółowy kosztorys,
- Plan zarządzania danymi (sposób przechowywania i udostępniania),
- Kwestie etyczne (badania z udziałem ludzi; dane osobowe; użycie zasobów dziedzictwa kulturowego).

IMPLIKACJE BADAWCZE

- Naukowe,
- Polityczne/społeczne,
- Praktyczne,
- Metodologiczne.

OGRANICZENIA UTRUDNIAJĄCE REALIZACJĘ BADAŃ (Stasik i Gendźwiłł, 2012)

- Kompetencje badacza,
- Czas,
- Pieniądze,
- Wymagania prawne,
- Wymagania etyczne.

KTO MOŻE BYĆ BADACZEM KULTURY?

- Zaciekawienie tematem; chęć poznania odpowiedzi na postawione pytanie,
- Kierowanie się zasadami naukowości – refleksyjność, trafność, rzetelność, wiarygodność (Gibbs, 2015),
- Umiejętność radzenia sobie z ograniczeniami pojawiającymi się w trakcie realizacji badań.

KTO MOŻE NAM POMÓC W BADANIACH?

- Badacze i ich dorobek,
- Ośrodki naukowe,
- Instytuty badawcze,
- Inne osoby/organizacje prowadzące badania w podobnym obszarze,
- Wolontariusze/praktykanci.

SKĄD CZERPAĆ WIEDZĘ POTRZEBNĄ W DZIAŁALNOŚCI INSTYTUCJI KULTURY?

- Szkolenia,
- Konferencje,
- Ogólnodostępne raporty,
- Środowisko instytucji kultury.

PODSUMOWANIE

- Prowadzenie badań naukowych jako refleksyjny proces o ustalonym porządku, którego celem jest odkrycie prawdy na temat interesującego nas zjawiska; wnoszący oryginalny wkład w dotychczasowy stan wiedzy,
- Prowadzenie badań jako konstytucyjne prawo,
- Prowadzenie badań jako obowiązek instytucji kultury.

BIBLIOGRAFIA

Czarniawska, B. (2018). *Badacz w terenie, pisarz przy biurku: Jak powstają nauki społeczne?* Łódź: Wydawnictwo SIŻ.

Gaweł, Ł. (2012). „Zarządzanie strategiczne szlakiem dziedzictwa kulturowego w świetle koncepcji stakeholders”, *Turystyka kulturowa*, 10, s. 31–40.

Gaweł, Ł. (2014). *O znaczeniu badań z perspektywy zarządzania w dziedzinie nauk humanistycznych* [w:] M. Kostera (red.) „Metody badawcze w zarządzaniu humanistycznym”. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO, s. 247–258.

Gibbs, G. (2015). *Analizowanie danych jakościowych*. Warszawa: PWN.

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej (1997).

Korczak, J. (1978). *Pisma wybrane* (t. IV). Warszawa: Nasza Księgarnia.

Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce. Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Dz. U. 2018 poz. 1668.

Stasik, A. i Gendźwiłł, A. (2012). *Projektowanie badania jakościowego* [w:] D. Jemielniak (red.) „Badania jakościowe: Podejścia i teorie”, t. I. Warszawa: PWN, s. 1–22.

*Jestem nie po to, aby mnie kochali i podziwiali,
ale po to, abym ja działał i kochał.*

*Nie obowiązkiem otoczenia pomagać mnie,
ale ja mam obowiązek troszczenia się o świat,
o człowieka.*

(Korczak, 1978, s. 344)



Instytut Badań

Organizacji Kultury