

Webinaria o prowadzeniu badań w sektorze kultury

Badania ankietowe

prowadzenie: dr Agnieszka Konior, dr Anna Pluszyńska

Plan webinaru

- Badania ankietowe w pigułce
- Przykładowe pytania kwestionariuszowe
- Na co warto zwrócić uwagę tworząc narzędzia badawcze
- Jak urozmaicić badania ankietowe?

Ankieta – definicja



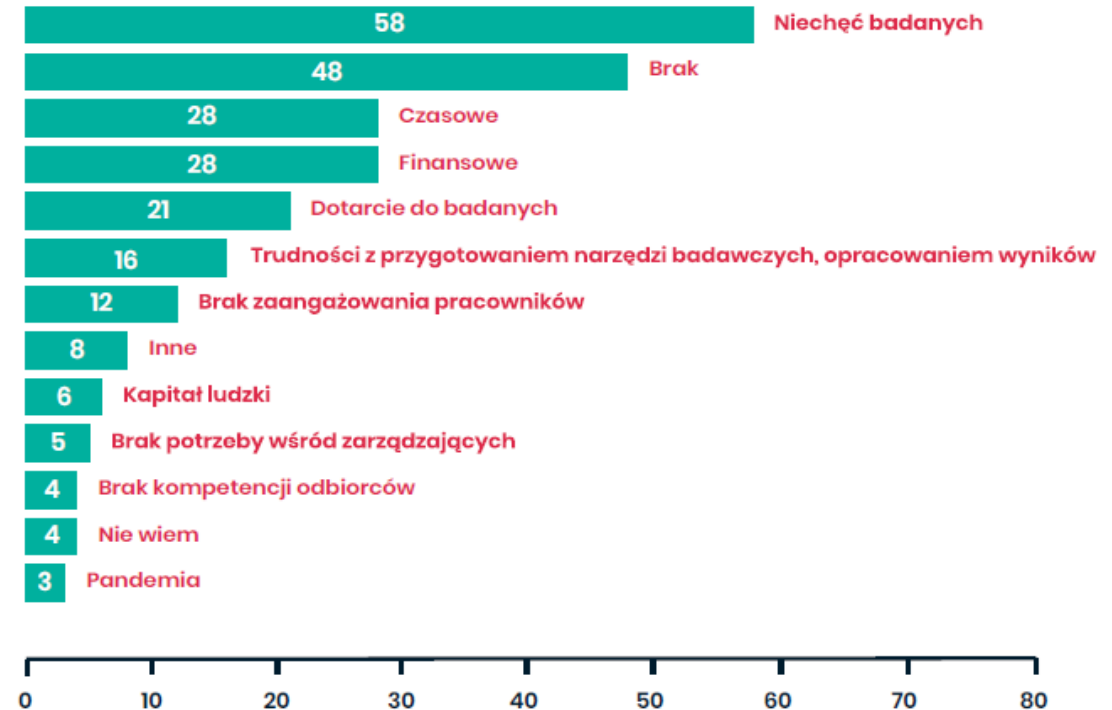
„technika badawcza używana w naukach społecznych, polegająca na gromadzeniu informacji poprzez **samodzielne** wypełnienie kwestionariusza ankiety w obecności ankietera lub bez niego”.

(Pilch, Bauman, 1998)

**Co Waszym zdaniem jest
największym problemem
w realizacji badań
ankietowych?**

Badania ankietowe:

- Technika musi być dobrana do celu badań i postawionego problemu badawczego
- Powszechnie uważana za łatwą i szybką w realizacji, ale występuje problem ze zwrotem ankiet



Wykres 38. Bariery w przeprowadzeniu badań (n=202)

Badania o badaniach 2020

Podstawowe pojęcia:



Ankiety – przynależą do metodologii ilościowej (jeśli dominują pytania zamknięte) lub mieszanej (przy pytaniach otwartych i zamkniętych)



Ankieta – technika badawcza



Kwestionariusz ankiety – narzędzie badawcze



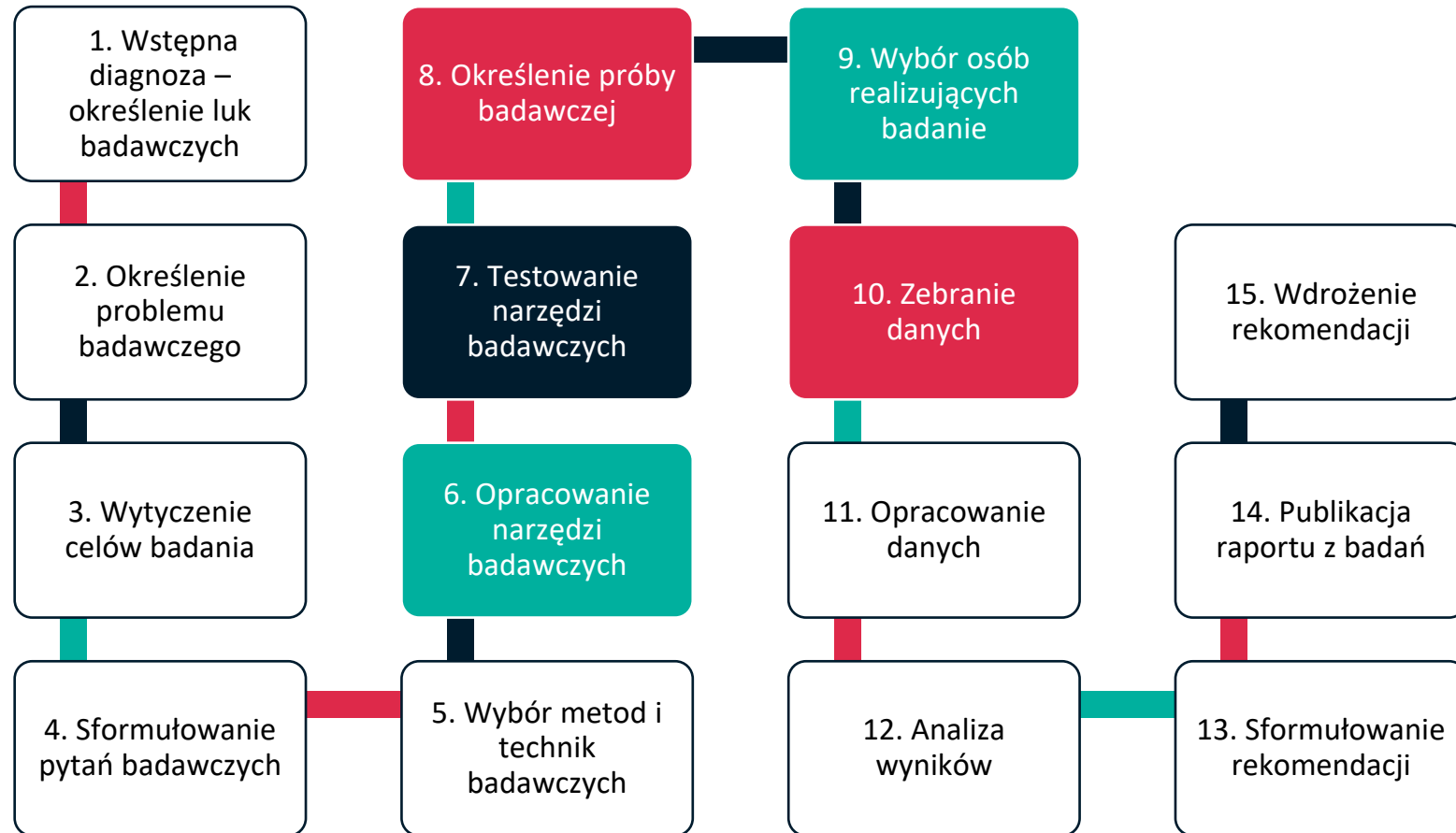
Kafeteria – lista możliwych odpowiedzi

Rodzaje ankiet:

PAPI (ang. *Papier and Pencil Interviews*) – drukowane ankiety wypełniane przez respondentów w asyście ankietera

CAWI (ang. *Computer Assisted Web Interview*) – ankiety internetowe wypełniane samodzielnie przez respondentów

Etapy realizacji procesu badawczego: ■



(Konior, 2020, s. 169)

Podstawowe zasady:

- Najpierw zastanawiamy się nad celem badań, później dopiero formułujemy konkretne pytania
- Pytamy tylko o to co jest nam potrzebne
- Ankieta powinna być tak krótka jak to tylko możliwe, z niewielką kafełką

We wstępie ankiety określamy:

- Kto prowadzi badanie?
- Jaki jest jego cel?
- W jaki sposób zostaną wykorzystane wyniki?
- Czy badanie jest anonimowe?
- Ile zajmie wypełnienie ankiety?
- Dziękujemy za poświęcony czas

STATYSTYKI

Klasa trudności tekstu:

5 / 7

Tekst trudniejszy, zrozumiały dla ludzi
wykształconych

Wskaźniki mglistości:

FOG: Formy hasłowe: **12,7**FOG: Formy tekstowe: **16,37**FOG: Rzadkie hasłowe: **9,34**

Indeks Pisarka:

L-Pisarek: Formy hasłowe: **10,75**L-Pisarek: Formy tekstowe: **13,33**L-Pisarek: Rzadkie hasłowe: **8,68**NL-Pisarek: Formy hasłowe: **11,43**NL-Pisarek: Formy tekstowe: **13,25**NL-Pisarek: Rzadkie hasłowe: **10,78**

Tekst w liczbach:

Liczba akapitów: **1**Liczba zdań: **6**Liczba słów: **131**

DANE

Tekst po analizie

Szanowni Państwo, niniejsze badanie ankietowe prowadzone jest przez pracowników Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Instytutu Badań Organizacji Kultury – IBOK. Celem badania jest uzyskanie odpowiedzi na pytania: czy, dlaczego i w jakim zakresie polskie publiczne instytucje kultury prowadzą własne badania dotyczące ich funkcjonowania i zarządzania nimi. Pozyskane dzięki ankiecie informacje będą miały wartość naukową i praktyczną: staną się punktem wyjścia do napisania raportu i stosownych opracowań naukowych, wskażą, jakie są realne potrzeby i problemy instytucji kultury w zakresie ich bieżącej działalności. Chcielibyśmy podkreślić, że wypełnienie ankiety jest dobrowolne i w pełni anonimowe dla osób biorących udział w badaniu, jednak ze względu na koncepcję badania (kierowanego do różnych instytucji kultury) prosimy o podanie nazwy instytucji. Odpowiedź na poniższe pytania nie zajmie Państwu więcej niż 20–30 minut. Serdecznie zapraszamy do udziału w badaniu.

Przykłady pytań kwestionariuszowych

Pytania zamknięte

- Lista konkretnych odpowiedzi do wyboru (kafeteria)
- Kafeteria musi wyczerpywać wszystkie możliwe odpowiedzi
- Interpretacja wyników nie sprawia problemów

1. Czy widzicie Państwo potrzebę realizacji badań w instytucji kultury? *

- ☐ Tak
- ☐ Nie
- ☐ Nie wiem

Pytania otwarte

- Miejsce na wpisanie własnych odpowiedzi przez ankietowanych
- Respondenci mniej chętnie udzielają odpowiedzi na pytania otwarte
- Trudniejsze w interpretacji – przy dużej liczbie odpowiedzi niezbędne ich zakodowanie

11. Dlaczego badania te były prowadzone, czyli co było motywacją ich prowadzenia, jaki był cel, założenia? *

Wprowadź odpowiedź

Pytania półotwarte

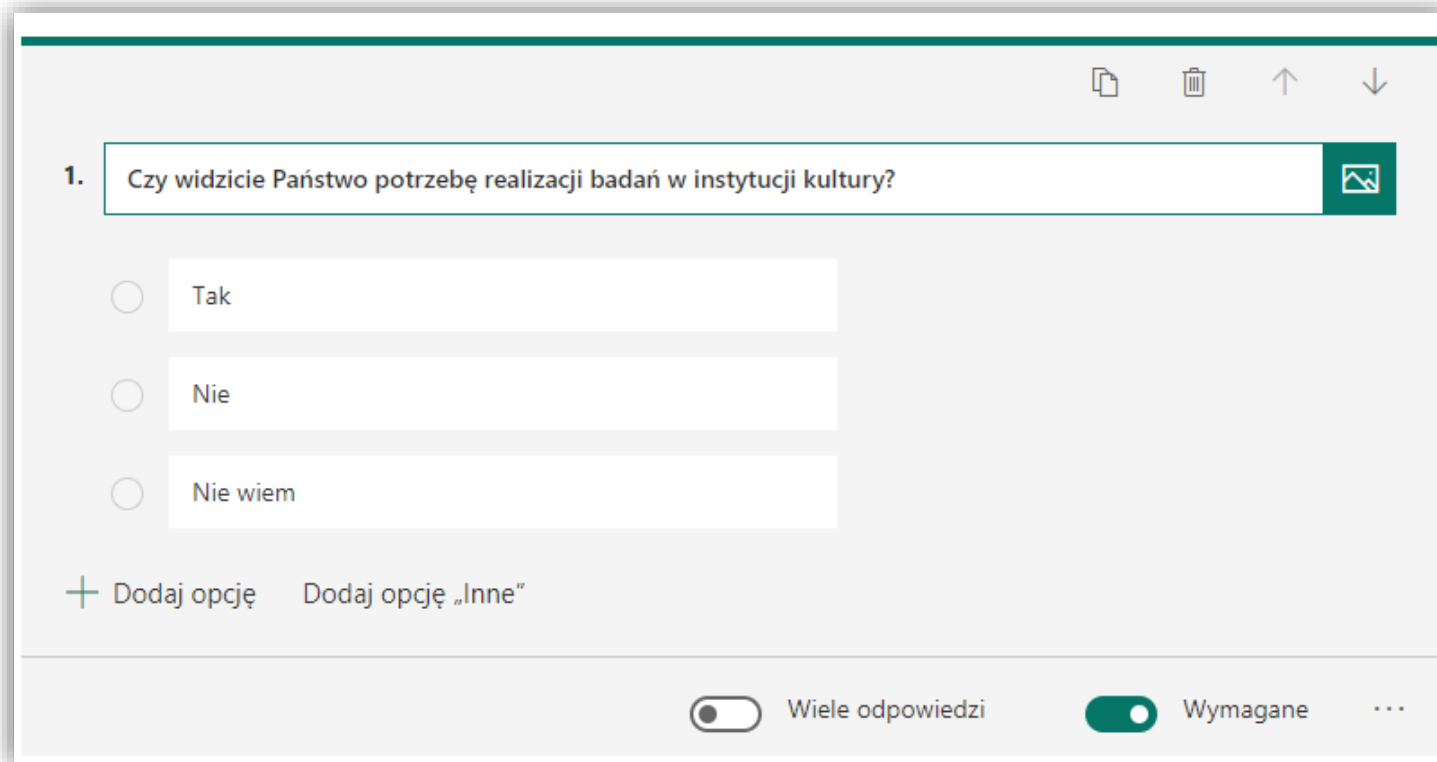
- Połączenie pytania otwartego i zamkniętego
- Ustalona lista odpowiedzi + możliwość swobodnej wypowiedzi (np. inne – jakie?)

14. Jakie techniki badawcze, w trakcie realizowanych badań, zostały zastosowane? *

** możliwość wielokrotnego wyboru*

- ☐ Analiza danych zastanych (materiałów tekstowych, wizualnych, dźwiękowych)
- ☐ Ankiety
- ☐ Wywiady indywidualne
- ☐ Obserwacja
- ☐ Wywiady grupowe (fokusy)
- ☐ Nie wiem
- ☐ Inne

Pytania jednokrotnego wyboru



The screenshot shows a digital form for a single-choice question. At the top right of the form area are icons for file management (document, trash, up arrow, down arrow). The question is numbered '1.' and asks: 'Czy widzicie Państwo potrzebę realizacji badań w instytucji kultury?'. To the right of the question text is a small icon of a picture with a red 'X' over it. Below the question are three radio button options: 'Tak', 'Nie', and 'Nie wiem'. At the bottom left of the question area are two links: '+ Dodaj opcję' and 'Dodaj opcję „Inne”'. At the bottom right of the form are two toggle switches: 'Wiele odpowiedzi' (which is turned off) and 'Wymagane' (which is turned on). To the right of the 'Wymagane' toggle is a three-dot menu icon.

1. Czy widzicie Państwo potrzebę realizacji badań w instytucji kultury?

☐ Tak

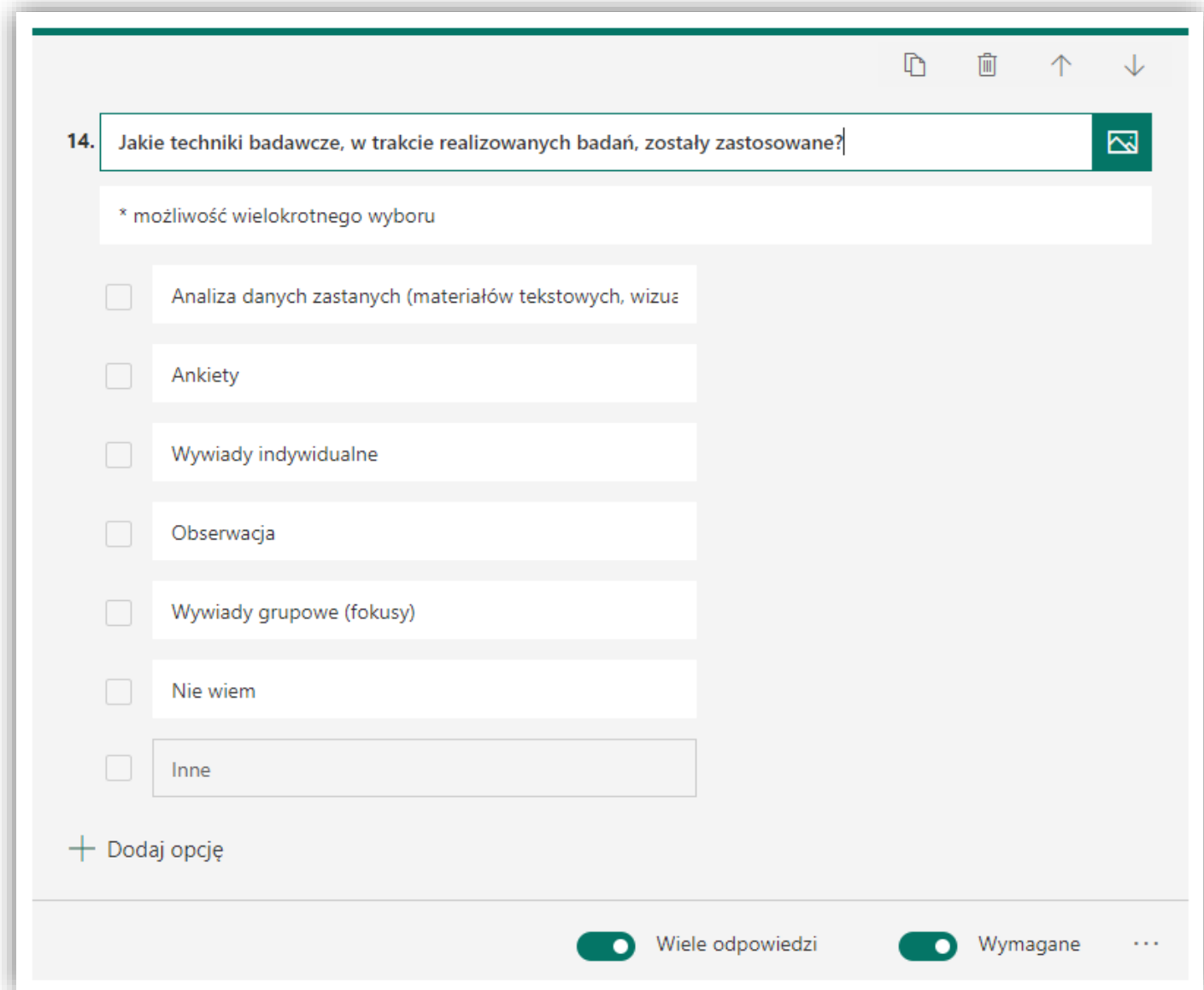
☐ Nie

☐ Nie wiem

+ Dodaj opcję Dodaj opcję „Inne”

☐ Wiele odpowiedzi ☒ Wymagane ...

Pytania wielokrotnego wyboru



14. Jakie techniki badawcze, w trakcie realizowanych badań, zostały zastosowane?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- ☐ Analiza danych zastanych (materiałów tekstowych, wizualnych)
- ☐ Ankiety
- ☐ Wywiady indywidualne
- ☐ Obserwacja
- ☐ Wywiady grupowe (fokusy)
- ☐ Nie wiem
- ☐ Inne

+ Dodaj opcję

☒ Wiele odpowiedzi ☒ Wymagane ...

Pytania alternatywne

- Możliwość wyboru jednej z dwóch wzajemnie się wykluczających odpowiedzi

16. Czy wyniki przeprowadzonych badań zostały udostępnione szerszej publiczności? *

☐ Tak

☐ Nie

Pytania filtrujące

- Pomagają określić czy respondent w ogóle może wziąć udział w badaniu lub w konkretnej jego części

8. Jeśli nie były prowadzone ŻADNE badania w...

- | | | | |
|--|------------|-------------------------------|---|
| ☐ Ponieważ nie mieliśmy na to środków finan | Przejdź do | Sekcja 3. Badania o badaniach | ▼ |
| ☐ Ponieważ nie mieliśmy czasu na ich przeprc | Przejdź do | Sekcja 3. Badania o badaniach | ▼ |
| ☐ Ponieważ nie widzieliśmy takiej potrzeby | Przejdź do | Sekcja 3. Badania o badaniach | ▼ |
| ☐ Ponieważ nie wiedzieliśmy, jak to zrobić | Przejdź do | Sekcja 3. Badania o badaniach | ▼ |
| ☐ Inne | Przejdź do | Sekcja 3. Badania o badaniach | ▼ |

Przejdź do Sekcja 2. Badania o badaniach ▼

15. Czy wyniki przeprowadzonych badań zostały opracowane w formie raportu?

- Tak - **przejdźcie do pytania 16**
- Nie - **przejdźcie do pytania nr 18**
- Inne - **przejdźcie do pytania nr 16**

16. Czy wyniki przeprowadzonych badań zostały udostępnione szerszej publiczności?

- Tak - **przejdźcie do pytania 17**
- Nie - **przejdźcie do pytania 18**

17. W jaki sposób zostały udostępnione?

9. Czy w obecnym czasie prowadzicie Państwo badania? *

- ☒ Tak
☐ Nie

10. Jakie prowadzicie Państwo obecnie badania? *

Wprowadź odpowiedź

11. Czy w najbliższym czasie planujecie Państwo przeprowadzić badania dotyczące funkcji instytucji i jej otoczenia zewnętrznego? *

- ☐ Tak
☐ Nie

9. Czy w obecnym czasie prowadzicie Państwo badania? *

- ☐ Tak
☒ Nie

10. Czy w najbliższym czasie planujecie Państwo przeprowadzić badania dotyczące funkcji instytucji i jej otoczenia zewnętrznego? *

- ☐ Tak
☐ Nie

Skala Likerta

- Od nazwiska Rensisa Likerta, który opracował ją w 1932 roku
- Pięciostopniowa skala (najczęściej)
- Określa stopień akceptacji jakiegoś poglądu
- Środkowa ocena jest zwykle neutralna

1 Proszę wskazać, na ile się zgadzasz z poniższymi stwierdzeniami.

	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam
Produkt spełnia moje potrzeby	☐	☐	☐	☒	☐
Ogólnie jestem zadowolony/a z produktu	☐	☐	☒	☐	☐
Produkt jest wart swojej ceny	☐	☐	☐	☐	☒
Niektóre funkcje produktu wymagają poprawy	☐	☒	☐	☐	☐

Inne przykłady pytań:

- Kontrolne – sprawdzające szczerłość respondenta
- Projekcyjne – nie pytamy wprost np. dlaczego ludzie nie chodzą do opery
- Pytania z szeregowaniem (rankowanie) – np. proszę uszeregować odpowiedzi od najważniejszych do najmniej istotnych

Pytania metryczkowe

- Dane społeczno-demograficzne istotne dla badania
- Np. płeć, wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie, dochód respondentów
- Gromadzimy tylko te dane, które są niezbędne

Pytania metryczkowe

Płeć ☐ kobieta ☐ mężczyzna ☐ nie chcę odpowiadać na to pytanie

Wiek w latach

☐ do 18 ☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56-65 ☐ powyżej 65

Miejsce zamieszkania

☐ Kraków ☐ powiat krakowski ☐ województwo małopolskie ☐ inne

Wykształcenie

☐ jeszcze się uczę	☐ średnie (liceum, technikum)	☐ wyższe magisterskie/studia
☐ podstawowe lub niepełne	☐ policealne	☐ podyplomowe/doktorat
☐ podstawowe	☐ licencjackie/inżynierskie	
☐ gimnazjalne	☐ (I stopnia)	
☐ zasadnicze zawodowe		

Jak ocenia Pan/Pani własną sytuację materialną?

☐ powodzi mi się bardzo dobrze ☐ powodzi mi się dobrze ☐ powodzi mi się średnio/znośnie
☐ powodzi mi się źle ☐ powodzi mi się bardzo źle, jestem w ciężkiej sytuacji

Pytania metryczkowe

18. Wielkość jednostki administracyjnej, w której prowadzona jest działalność kulturalna: *

- ☐ < 10 tys. mieszkańców
- ☐ 10-100 tys. mieszkańców
- ☐ 100-500 tys. mieszkańców
- ☐ > 500 tys. mieszkańców

19. Województwo *

Wybierz odpowiedź

20. Organizator *

- ☐ Gmina miejska
- ☐ Gmina wiejska
- ☐ Powiat
- ☐ Województwo
- ☐ Minister/kierownik urzędu centralnego
- ☐ Instytucja współprowadzona przez jednostki publiczne
- ☐ Instytucja współprowadzona w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego

21. Forma prowadzonej działalności kulturalnej: *

- ☐ Teatr
- ☐ Opera/Operetka
- ☐ Filharmonia
- ☐ Muzeum
- ☐ Biblioteka
- ☐ Dom kultury
- ☐ Galeria sztuki
- ☐ Archiwum
- ☐ Inne

22. Liczba zatrudnionych pracowników: *

- ☐ 1- 10 pracowników
- ☐ 11 - 50 pracowników
- ☐ 51 - 250 pracowników
- ☐ Powyżej 250 pracowników

Ogólne uwagi odnośnie formułowania pytań:

- Pytania muszą być proste i zrozumiałe
- Unikamy pytań wielokrotnie złożonych (np. *Czy korzystasz z mediów społecznościowych i z jakich?*)
- Unikamy pytań z podwójnym zaprzeczeniem
- Ważna jest kolejność pytań
- Strategia lejka – od pytań ogólnych do bardziej szczegółowych lub odwrotnie
- Nie sugerujemy odpowiedzi w pytaniach
- Zwracamy się do ankietowanych w odpowiedniej formie
- Zaznaczamy ile odpowiedzi można wybrać (np. *wskaż jedną odpowiedź, wybierz wszystkie właściwe, wskaż trzy najważniejsze cechy*)
- Wskazujemy, które pytania są obowiązkowe

Testowanie narzędzi badawczych

Przed wysłaniem kwestionariusza ankiety do respondentów poproś znajomych o jego sprawdzenie:

- Czy nie zawiera błędów?
- Czy pytania są zrozumiałe?
- Czy ich układ jest logiczny?
- Czy formularz działa poprawnie?

Możesz też przeprowadzić pilotaż badań na małej grupie docelowej i poprosić o przesłanie uwag odnośnie formularza

Metody doboru próby badawczej

Istotne jest to kto weźmie udział w badaniu – czy tylko zadowoleni/niezadowoleni?

Do ankietowanych można dotrzeć poprzez:

- ankieterów bezpośrednio w instytucji
- dedykowane grupy w mediach społecznościowych
- listę mailingową
- wykorzystanie metody kuli śniegowej – respondenci polecają kolejne osoby do udziału w badaniu

Zakładamy jaki powinien być zwrot ankiet, żeby badanie było wiarygodne

Wybór osób realizujących badanie:

- Czy badanie realizujemy samodzielnie?
- Czy zlecamy firmie zewnętrznej/ uczelni?
- Czy wykorzystujemy do pomocy wolontariuszy?

Wolontariuszy musimy przeszkolić z tego w jaki sposób prowadzić badanie i na co zwracać uwagę.

Zbieranie danych

Programy służące do tworzenia ankiet internetowych:

- Microsoft Forms www.forms.office.com
- Formularze Google www.docs.google.com/forms
- Typeform www.typeform.com
- Survey Monkey www.surveymonkey.com
- LIFE Survey www.thelifesurvey.org
- Webankieta www.webankieta.pl
- Survio www.survio.com
- LimeSurvey www.limesurvey.org

RODO:

- gromadząc w formularzach dane osobowe należy zapewnić ich ochronę
- dane osobowe – umożliwiające identyfikację danej osoby
- samo imię i nazwisko nie jest daną osobową, ale może nią być np. adres e-mail

DANE KONTAKTOWE

Jeśli interesują Państwa wyniki zbiorcze naszego badania, prosimy podać dane kontaktowe, na które wyślemy podsumowanie badań.

RODO - Pozostańmy w kontakcie

Pozostańmy w kontakcie!

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez Instytut Badań Organizacji Kultury - IBOK w zakresie: informacji o imieniu i nazwisku oraz adresie e-mail, w celu: otrzymywania informacji o wydarzeniach realizowanych przez Instytut Badań Organizacji Kultury - IBOK, w tym przysyłania raportów ze zrealizowanych badań.

Wiem, że przysługuje mi prawo do wycofania zgody w dowolnym momencie przez wysłanie maila na adres: stowarzyszenie@ibok.org.pl. Zapoznałem się z informacją dotyczącą przetwarzania moich danych osobowych.

Informacja dotycząca przetwarzania danych osobowych

1. Administrator danych

Administratorem czyli podmiotem decydującym, o tym jak będą przetwarzane Państwa dane osobowe jest Instytut Badań Organizacji Kultury - IBOK z siedzibą przy ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków. Możesz się z nami skontaktować:

- listownie: ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, p. 2384,

- mailowo: stowarzyszenie@ibok.org.pl.

2. Inspektor Ochrony Danych (IOD)

Administrator wyznaczył Inspektora Ochrony Danych, z którym mogą się Państwo kontaktować w sprawach dotyczących Państwa danych osobowych. Z IOD można się kontaktować wysyłając maila na adres: stowarzyszenie@ibok.org.pl

3. Cele przetwarzania i podstawa prawna przetwarzania

Państwa dane osobowe przetwarzane są w celu informowania o wydarzeniach realizowanych przez Instytut Badań Organizacji Kultury - IBOK, w tym przysyłania raportów ze zrealizowanych badań. Podstawą do przetwarzania Państwa danych osobowych stanowi art. 6 ust. 1 lit. a RODO - zgoda na przetwarzanie danych osobowych. Zgodę można wycofać w dowolnym momencie wysyłając wiadomość na adres: stowarzyszenie@ibok.org.pl

4. Okres przechowywania danych osobowych

Państwa dane osobowe będą przetwarzane przez okres nie dłuższy niż osiągnięcie wskazanych w punkcie 3 celów, a także do czasu wycofania przez Państwa zgody na przetwarzanie.

5. Odbiorcy danych

Odbiorcami Państwa danych będą upoważnieni członkowie stowarzyszenia Instytut Badań Organizacji Kultury - IBOK oraz podmioty pomagające nam w dostarczeniu treści na które wyrazili Państwo zgodę (np. Poczta Polska, firmy kurierskie, podmioty realizujące w naszym imieniu wysyłkę newslettera). Państwa dane mogą być także udostępnione podmiotom uprawnionym na podstawie przepisów prawa.

6. Prawa związane z przetwarzaniem

Gwarantujemy spełnienie wszystkich Państwa praw wynikających z RODO tj. prawo dostępu do danych i ich sprostowania, a także (na zasadach określonych przez RODO) prawo do usunięcia danych, ograniczenia przetwarzania, wycofania zgody w dowolnym momencie. Gdy uznają Państwo, iż przetwarzanie Państwa danych osobowych narusza przepisy ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych, mają Państwo prawo wnieść skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

7. Obowiązek podania danych i konsekwencje niepodania danych

Podanie danych osobowych jest dobrowolne, w przypadku niepodania danych nie będziemy mogli się z Państwem kontaktować i realizować zamierzonych celów.

26. Imię i nazwisko

27. E-mail:

W jaki sposób zachęcić do udziału w badaniu:

- Wielokrotnie kontaktować się z respondentami
- Personalizować wiadomości
- Wyjaśnić dlaczego badanie jest tak istotne
- Rozpocząć od łatwego i interesującego pytania
- Ograniczyć do niezbędnego minimum listę pytań i odpowiedzi
- Zaoferować nagrody za udział w badaniu (darmowe bilety, zniżki, gadżety)

Jak urozmaicić badania ankietowe?

Stwórz oryginalne odpowiedzi

1. Czy chciałbyś/abyś otrzymać tabliczkę czekolady od Św.Mikołaja?

- ☐ Mniam, mniam - poproszę
- ☐ Czy ktoś powiedział czekolada?
- ☐ Nie, nie za dużo czekolady
- ☐ Ech, wolę wino

Użyj ikon, emotikonów, rysunków

Czy wydarzenie Ci się podobało?



Zadbaj o przyjazną przestrzeń do wypełniania ankiet



Muzeum Okręgowe w Bydgoszczy

Stwórz mniej szablonowy kwestionariusz

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

**TRUDNO
POWIEDZIEĆ**

TAK

NIE

Chanuka 2018

ODPOWIEDZ NA PYTANIA!

PRZERYWAJ LINIE W MIEJSCACH WYBRANYCH ODPOWIEDZI

Dziękujemy :)

Czy w nowych, wynikających z pandemii warunkach zwiedzania z czułaś/czułeś się bezpiecznie?
TAK NIE

Jesteś z Muranowa?
TAK NIE

Podobała Ci się wystawa "Tu Muranów"?
TAK NIE

Czy to Twoja pierwsza wizyta w POLIN?
TAK NIE

Wystawa czasowa „Tu Muranów” 2020

Zbierając dane, zadbaj o atrakcyjną formę ■



fot. D. Paszliński, www.gdansk.pl; Europejskie Centrum Solidarności

Zbierając dane, zadbaj o atrakcyjną formę

Notatki opinii



Podziel się opinią



**To działa!
Za to lubię Kadz**



**To nie działa,
to warto poprawić**



**Tęgo brakuje mi
w Kadzie**



**Moje pomysły na
rozwój Kadzi**



**Pytania
do Kadzi**

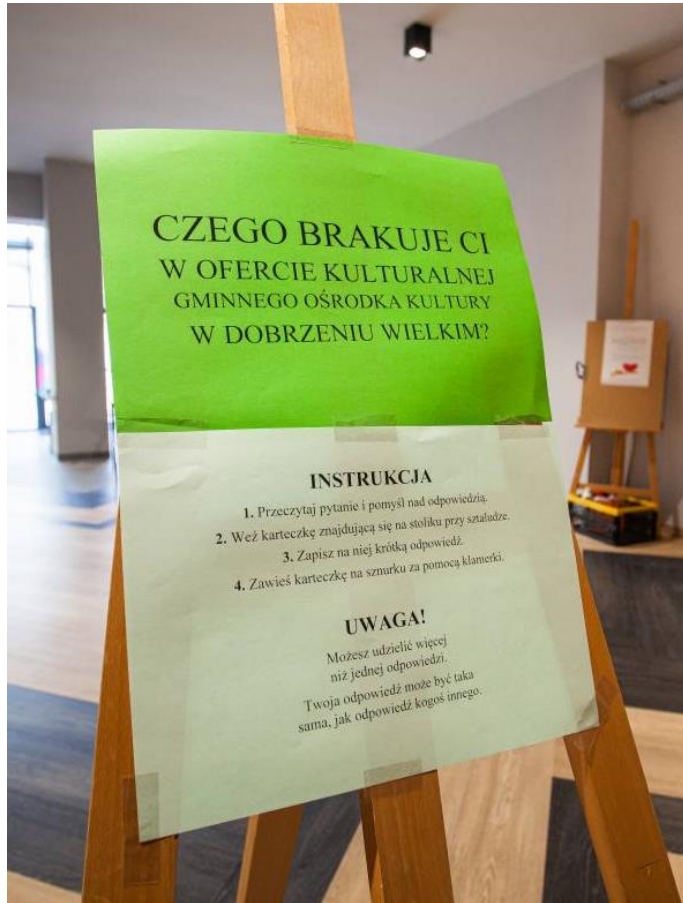
Wyjaśnienie ikon

 - To działa! Za to lubię Kadz
 - To nie działa, to warto poprawić
 - Tęgo brakuje mi w Kadzie
 - Moje pomysły na rozwój Kadzi
 - Pytania do Kadzi

Instrukcja

1. Technika ankiety sformułowana na pięć obszarów tematycznych
2. Zastanów się, jak możemy rozwiązać problem, który jest ci szczególnie ważny
3. Zapnij swoje uwagi na kartach, które zawierają obszar i przyczynę jego odpowiedniego pojawienia się
4. Im więcej Tydzień uwagi, tym lepiej - baw się kartami, czy zmieniaj, ile tylko przyjdzie Ci do głowy
5. Wypowiedz opinie, podaj nazwę swojego zespołu i ewentualnie nazwę swojego i odpowiedź na pytanie, jakiego zespołu nie masz w naszym projekcie
6. Na ewentualne pytania odpowiadamy codziennie tygodniowo na Facebooku i na stronie internetowej - skłóć kartę z naszymi ludźmi Kadzi

Zbierając dane, zadbaj o atrakcyjną formę ■



Gminny Ośrodek Kultury w Dobrzaniu Wielkim, źródło:
<https://opowiecie.info/dobrzanski-dom-kultury-pyta-mieszkancow-o-zdanie-odpowiedzi-mozna-zawieszac-na-sznurku-zdjecia/#prettyPhoto>

Zastosuj interaktywną formę zbierania danych

- ★ WARSZTATY
- ★ SPACERY/ GRY TERENOWE



Muzeum Józefa Piłsudskiego

Zorganizuj konkurs



Dlaczego warto prowadzić badania ankietowe?

Bibliografia:

- Creswell J. W., *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2013.
- Konior A., *Badania w sektorze kultury. Wybrane techniki i metody badawcze*, w: Pluszyńska A., Konior A., Gawęł Ł., *Zarządzanie w kulturze. Teoria i praktyka*, Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2020
- Pilch T., Bauman T., *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie "Żak", 1998.
- Pluszyńska A. et al. *Badania o badaniach. Czy i jak instytucje kultury pozyskują wiedzę o sobie i swoim otoczeniu?*, Kraków: Instytut Badań Organizacji Kultury, 2020, www.ibok.org.pl/projekty/badania-o-badaniach/
- Pisek J., „Budowa kwestionariusza ankiety – przygotowanie do przeprowadzania badań ankietowych” – scenariusz szkolenia dla studentów, http://e-pedagogiczna.edu.pl/upload/file/dzialalnoscdu/ANKIETA-szkolenie_dla_student_363w.pdf
- Szpunar M., *Jak zwiększać odsetek wypełnień w badaniu internetowym – fakty i mity na temat kwestionariuszy on-line*, „Studia medioznawcze”: nr 1(32)/2008
- Wieczorkowska-Wierzbńska G., Wierzbński J., Król G., *Metody ilościowe*, w: Kostera M., *Metody badawcze w zarządzaniu humanistycznym*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno, 2015.