

Webinaria o prowadzeniu badań w sektorze kultury

Zanim zaczniemy badanie:

analiza danych zastanych w instytucji kultury

prowadząca:
dr Agnieszka Szostak

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Plan spotkania:

- Analiza danych zastanych w procesie badawczym
- Analiza danych zastanych jako metoda badawcza
- Przykładowe dane zewnętrzne
- Przykładowe dane wewnętrzne
- Korzyści i ograniczenia stosowanie analizy danych zastanych

```
graph TD; 1[1. Wstępna diagnoza – określenie luk badawczych] --> 2[2. Określenie problemu badawczego]; 2 --> 3[3. Wytyczenie celów badania]; 3 --> 4[4. Sformułowanie pytań badawczych]; 4 --> 5[5. Wybór metod i technik badawczych]; 5 --> 6[6. Opracowanie narzędzi badawczych]; 6 --> 7[7. Testowanie narzędzi badawczych]; 7 --> 8[8. Określenie próby badawczej]; 8 --> 9[9. Wybór osób realizujących badanie]; 9 --> 10[10. Zebranie danych]; 10 --> 11[11. Opracowanie danych]; 11 --> 12[12. Analiza wyników]; 12 --> 13[13. Sformułowanie rekomendacji]; 13 --> 14[14. Publikacja raportu z badań]; 14 --> 15[15. Wdrożenie rekomendacji];
```

1. Wstępna diagnoza – określenie luk badawczych

2. Określenie problemu badawczego

3. Wytyczenie celów badania

4. Sformułowanie pytań badawczych

5. Wybór metod i technik badawczych

6. Opracowanie narzędzi badawczych

7. Testowanie narzędzi badawczych

8. Określenie próby badawczej

9. Wybór osób realizujących badanie

10. Zebranie danych

11. Opracowanie danych

12. Analiza wyników

13. Sformułowanie rekomendacji

14. Publikacja raportu z badań

15. Wdrożenie rekomendacji

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Aby dowiedzieć się czegoś o otaczającej rzeczywistości społecznej, odpowiedzieć na postawione przez siebie pytania badawcze, badacz może:

- przeprowadzać własne badania, co będzie rozwiązaniem czasochłonnym i kosztownym,
- korzystać z istniejących już danych, czyli tzw. danych zastanych.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

- Analiza danych zastanych - inaczej określana desk research („badanie zza biurka”) to technika badawcza polegająca na **zbieraniu, przetwarzaniu, analizowaniu i wnioskowaniu na podstawie danych i informacji, które już istnieją (są zastane)**.
- Polega na **kompilacji, analizowaniu oraz przetwarzaniu danych i informacji pochodzących z istniejących źródeł**, a następnie formułowaniu na ich podstawie wniosków dotyczących badanego problemu.
- **Nie ma określonego czasu trwania** lub fazy realizacji, a pozyskiwanie oraz eksploracja danych **trwa zazwyczaj przez cały okres** realizowania projektu badawczego.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

- “Desk research” czasem używa się na określenie **jednego z wariantów** analizy danych zastanych, obok analizy zawartości (przekazu, np. medialnego), analizy zgłoszeń i analizy dokumentów (Mościchowska, Rogoś-Turek, 2015). Inni z kolei (np. Pfaff, 2010) przyjmują że jest to analiza tylko danych już wstępnie przez kogoś opracowanych (np. gotowe raporty, zestawienia, analizy).
- Potocznie przez badaczy **desk research** jest rozumiany **to synonim “analizy danych zastanych”**.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY



A. Karcz-Czajkowska
„Sztuka szukania.
Zbadaj rynek,
konkurencję i swoich
odbiorców
wykorzystując
informacje, które są na
wyciągnięcie ręki”, s. 27

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych

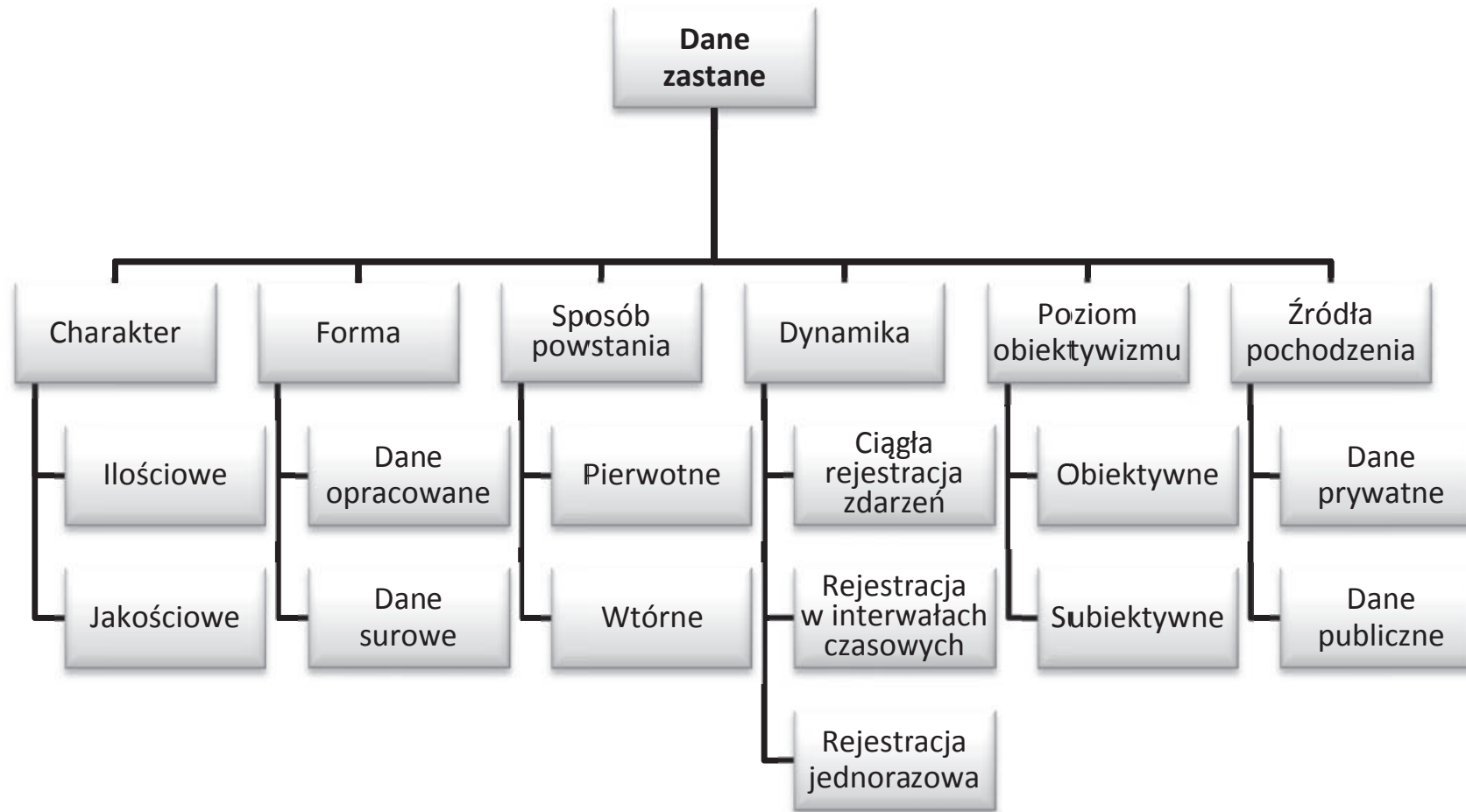
To nie tylko dane z internetu
To nie tylko przeglądanie danych

ale

Poszukiwanie danych w określonym, konkretnym **celu**
i z określoną **strategią** / metodologią
Poszukiwanie **według** przyjętego **planu**

Przegląd źródeł powinien być **oparty na** założonych wcześniej **kryteriach** i
zwięzłony uporządkowaną, opartą na wcześniejszych założeniach analizą
zebranych danych.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY



Rysunek 1. Podział danych zastanych

Źródło: opracowanie własne.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

- **Dane wywołane** to dane, które powstały wskutek działalności prowadzącego badanie badacza i dla potrzeb badania. Przykładem mogą być wywiady lub kwestionariusze, na których badacz pracuje w późniejszych etapach badawczych, np. tworząc klucz kategoryzacyjny.
- **Dane niewywołane** to dane (zastane), które nie powstały w wyniku działalności badawczej ani dla potrzeb badania. Do takich danych zaliczają się artykuły prasowe, książki, zdjęcia w gazetach itp.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Etapy analizy danych zastanych

- ✓ Ustalenie celu (np. uczestnictwo w kulturze rodziców z małymi dziećmi)
- ✓ Definiowanie zakresu potrzebnych danych i ich źródeł (np. zakres – dane z ostatnich 5 lat, najlepiej z obszaru województwa, dane statystyczne i demograficzne oraz z raportów)
- ✓ Zbieranie danych (np. przegląd danych w internecie oraz lokalnej bibliotece)
- ✓ Porządkowanie danych (np. wg typów aktywności)
- ✓ Analiza danych – pod kątem tematu badania / celu badania / pytań badawczych

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych – przesłanki stosowania

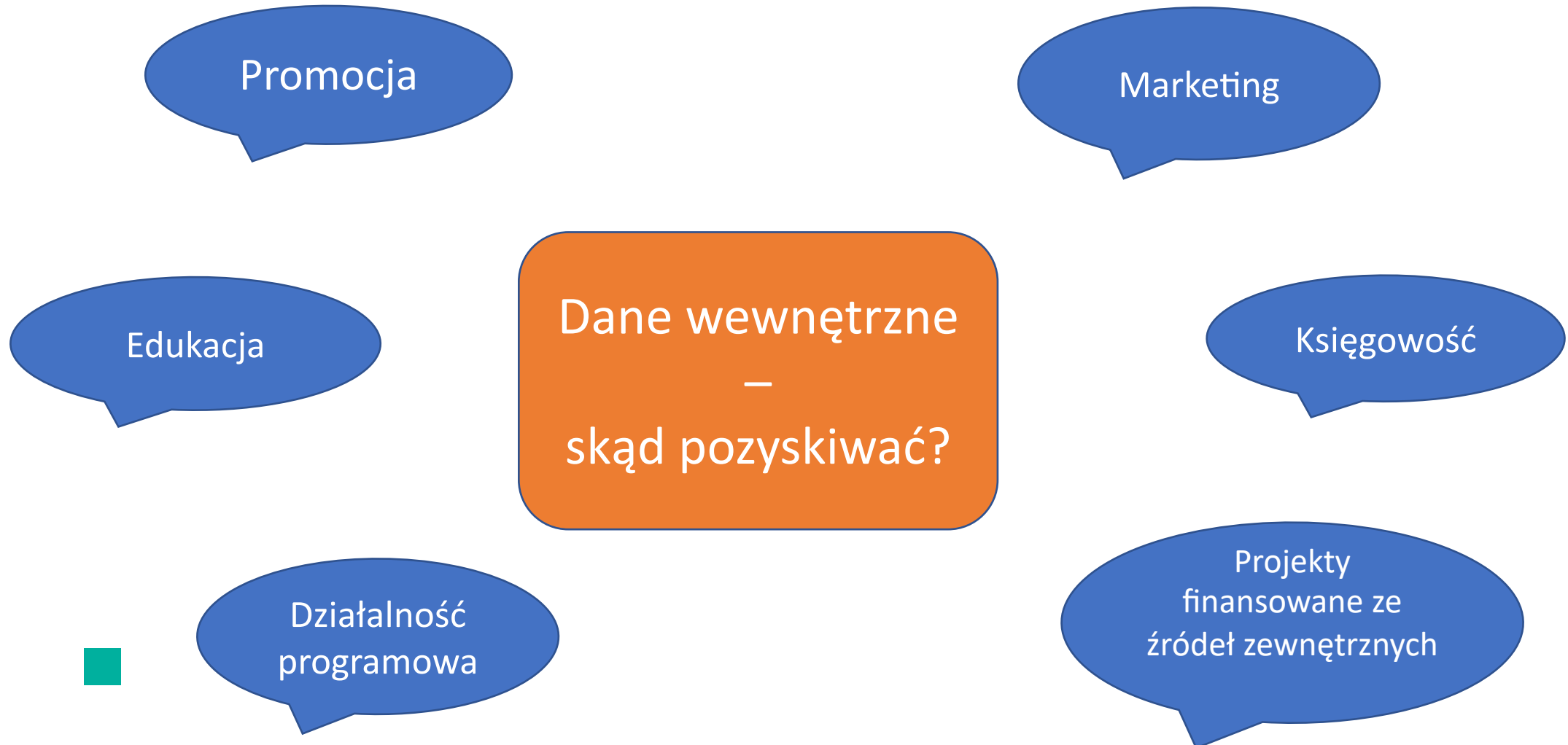
- **Dane zastane mogą być jedynymi** istniejącymi danymi dla konkretnych problemów badawczych, np. dane historyczne.
- Zamiast ponownego, osobistego badania, badacz może **dane zebrane przez innych połączyć ze swoimi**.
- Dokonując analizy dostępnych danych **analizuje się szeroki zakres** szczegółowych wskaźników, różnorodnych zachowań czy postaw, **dlatego badania będą bardziej wyczerpujące** i przeanalizowane na różne sposoby.
- **Dzięki danym zebranych w różnym czasie możemy lepiej rozumieć kontekst historyczny**, opisywać i wyjaśniać zmiany.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

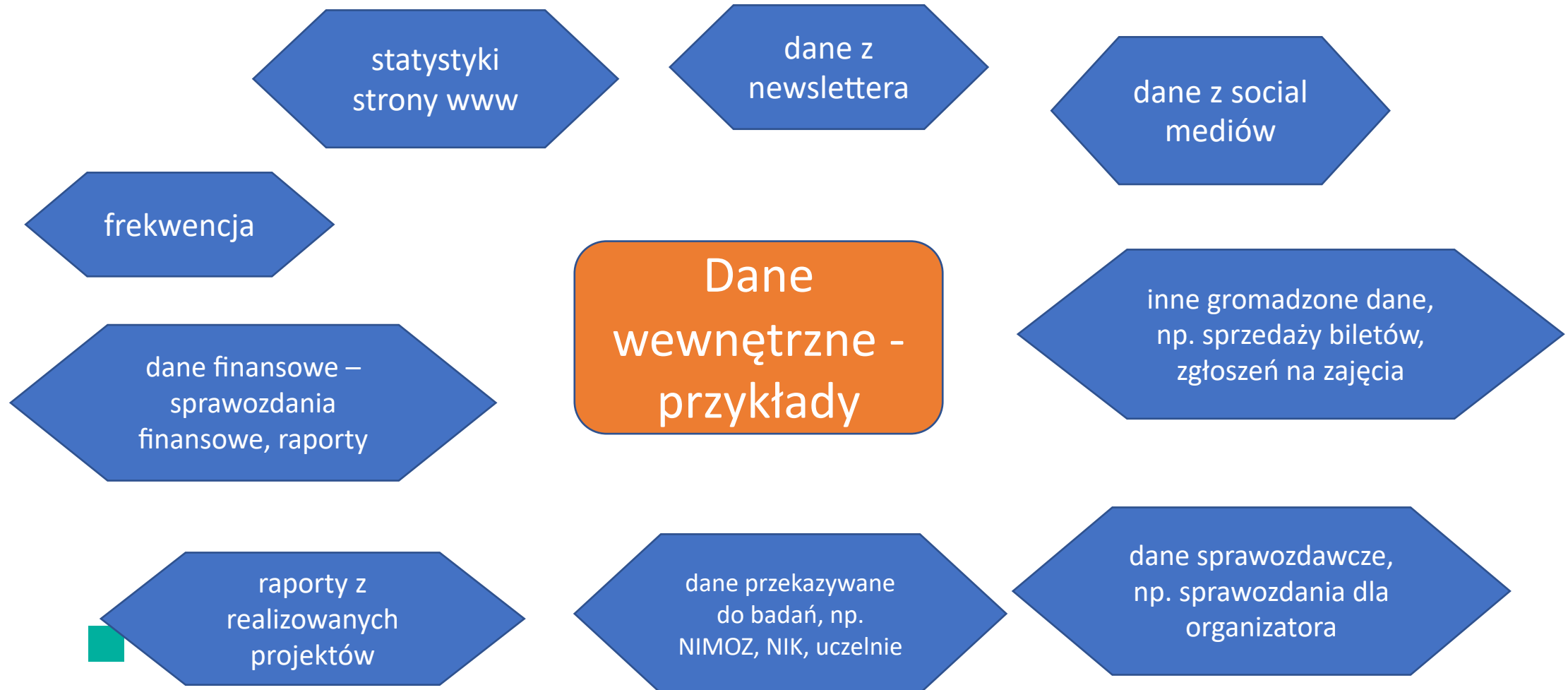
Wiarygodność zależy od:

- **jawności autora, instytucji wytwarzających dane**
- **rodzaju źródła, z którego korzystamy** – publikacje książkowe i w czasopismach naukowych możemy uznać za bardziej wiarygodne niż np. informacje znalezione w Internecie;
- **powtarzalności informacji** – jeżeli w kilku źródłach znajdujemy informację na ten sam temat, która zawiera identyczne dane, to może to świadczyć o jej wiarygodności, trzeba mieć jednak na uwadze, że często nie dotyczy to Internetu, ponieważ w sieci wiele osób „przekleja informacje”, bez odpowiedniej weryfikacji publikując na swojej stronie coś, co wcześniej napisali inni;
- **dokładności i szczegółowości prezentowanych informacji** – jeżeli znalezione dane zastane dogłębnie poruszają podejmowaną tematykę, autor powołuje się na różne badania, a przy tym podaje źródła informacji.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY



ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY



ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Rodzaje danych zewnętrznych - przykłady

- statystyki i zestawienia – statystyki publiczne, dokumenty i dane urzędów statystycznych i instytucji państwowych
- dokumenty urzędowe – sprawozdania, zestawienia liczbowe, przepisy, spisy, protokoły oraz inne materiały wytwarzane przez urzędy, organizacje i instytucje,
- wyniki badań społecznych – opisy, raporty, bazy danych, streszczenia,
- wyniki badań marketingowych - udostępniane przez agencje badań rynkowych w celach promocyjnych, PR-owych czy marketingowych,
- inne dane oraz informacje dostępne online (wypowiedzi ekspertów, strony internetowe firm, artykuły naukowe, internetowe, fora internetowe, bazy przedsiębiorstw, publikacje, bilanse i sprawozdania finansowe),
- materiały wizualne oraz audio,
- publikacje zwarte i ciągłe, inne zasoby biblioteczne,
- dane bibliotek cyfrowych.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Rodzaje danych zastanych – przykłady w marketingu

- dokumenty, raporty, analizy branżowe dotyczące konkretnych branż gospodarki, np. zestawienia stowarzyszeń zawodowych, cechowych;
- wypowiedzi ekspertów, specjalistów z danego rynku czy branży, którzy oceniają rynek z własnej perspektywy;
- bazy przedsiębiorstw, które pozwalają uzupełnić dane statystyczne GUS dotyczące liczby działających podmiotów gospodarczych przez dane teleadresowe;
- strony internetowe firm (źródło informacji pod kątem badania marek, produktów, ofert konkurencji itp.);
- artykuły internetowe na temat rynku, np. rynku czasu wolnego;
- fora internetowe (źródło opinii konsumentów) - wymagają krytycznego podejścia i umiejętności selekcji informacji;
- efekty działań marketingowych online, np. statystyki polubień i wpisów z serwisów społecznościowych czy liczby odsłon strony internetowej; dane o użytkownikach poszczególnych stron internetowych;
- dane generowane przez firmy, czy organizacje (np. raporty z działalności, sprawozdania zarządu, dane marketingowe).

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Przykładowe źródła pozyskiwania danych:

- Baza raportów Narodowego Centrum Kultury – www.nck.pl
- Największa polska baza źródeł do desk research <https://deskresearch.pl/pl/>
- Infuture Institute - <https://infuture.institute>
- Serwis Otwarte Dane www.dane.gov.pl
- Raporty obserwatoriów kultury
- Baza IBOK – Badacze Kultury

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych - zastosowanie

- Może stanowić podstawową lub uzupełniającą metodę badawczą
- Może być stosowana na początku procesu badawczego, a jej wyniki mogą być wykorzystywane na kolejnych etapach danego badania

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Desk research może pomóc w ocenie wstępnej i przygotowaniu do badań:

- ✓ Czy to co planujemy zrobić nie zostało już zrobione przez kogoś innego?
- ✓ Jaki jest aktualny stan wiedzy na dany temat?
- ✓ Jakie są punkty zaczepienia do dalszych badań?
- ✓ Czy są jakieś białe plamy, luki w aktualnym stanie wiedzy warte zbadania?
- ✓ Jakie cele badawcze możemy postawić w kolejnych etapach procesu badawczego?
- ✓ Jakie (jeszcze) pytania możemy zadać respondentom w kwestionariuszu ankiety lub scenariuszu wywiadu?
- ✓ W jaki sposób badali ten temat inni badacze - jakie wyciągnęli wnioski, jakie narzędzie zastosowali, jakie popełnili błędy?

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych – zalety

- Analizy te są **łatwo dostępne, tańsze** niż wykonywanie badań czy generowanie danych reaktywnych.
- **Szybsza i mniej angażująca** metoda w porównaniu z innymi - można przeprowadzić w pojedynkę, nie posiadając dużego zespołu badawczego.
- **Nie ma wpływu badacza** na przedmiot badania.
- **Nie wymaga** dużych **przygotowań** (porównując do badań ankietowych czy wywiadów).

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych – zalety:

- Daje **szersze możliwości porównań** różnych wyników badań dotyczących tego samego lub podobnego obszaru badawczego i tym samym **może wzbogacić** dotychczasowe mechanizmy wnioskowania w danym temacie.
- **Pomaga uzyskać szeroko zakrojony kontekst wiedzy** na dany temat, ale można je także zbierać i analizować pod kątem ściśle określonego tematu badań.
- **Pozwala zaoszczędzić czas i pieniądze** – np. w sytuacji kiedy okazuje się, że dane, które planowaliśmy zebrać za pomocą wywiadów czy ankiet, już istnieją, zostały opracowane przez kogoś innego. Wtedy nie musimy przeprowadzać pełnego procesu badawczego, aby znaleźć odpowiedź na nasze pytania.
- **Daje wiedzę o zjawiskach i grupach, których nie moglibyśmy zbadać samodzielnie** (odległe rynki, trudne metodologicznie badania)

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych – ograniczenia:

- Odpowiadają często jedynie **w przybliżeniu** danym, które badacz chciałby wykorzystać. Istnieje różnica między danymi pierwotnymi, zbieranymi przez badacza dla określonego celu badawczego i z określonych powodów, a danymi zebranymi dla innych celów.
- Niewystarczająca informacja o **sposobie ich zebrania**.
- **Niemożliwość weryfikacji rzetelności** danych.
- Możliwa **ograniczona trafność**.
- Niewystarczająca ilość danych, ich **selektywność, ograniczona porównywalność, aktualność**.
- Dane zebrane w ten sposób będą zwykle w jakimś sensie **fragmentaryczne, ograniczone**.
- **Wynik** badania **zależy od rzetelnej, krytycznej selekcji źródeł**.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych – ograniczenia:

- Brak krytycznej selekcji doprowadzi do nieprawidłowego doboru danych do analizy (*garbage in - garbage out*).
- Dane pozyskiwane z forów internetowych, blogów czy social media **mogą nie być reprezentatywne dla badanej grupy**, bo w Internecie wypowiada się dość wąska, specyficzna część społeczeństwa.
- **Dane, z których korzystamy dokonując analiz rynku, są dostępne również konkurencji.** Oznacza to, że trudno zbudować na nich unikalne przewagi rynkowe, bez uzupełnienia o inne źródła mniej oczywistych informacji.
- Może wystąpić **problem z dotarciem do danych** – związany np. z tym, że część z nich to **dane poufne**, służące wyłącznie do wewnętrznego użytku określonych instytucji czy organizacji.
- Dane statystyczne **występują w formie zagregowanej** – tworzonej zazwyczaj w innych celach niż nasze badanie i nie dostarczają nam odpowiedzi na postawione przez nas pytania badawcze.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Analiza danych zastanych – pułapki:

- Nadmiar informacji wymaga od badacza **umiejętności** w zakresie **szukania i selekcji** informacji, analizy, a na koniec **syntezy i krytycznej interpretacji**.
- **Wiarygodność** danych zamieszczanych w internecie (wiarygodne informacje w sieci możemy uznać takie, które zostały potwierdzone w kilku źródłach, są publikowane przez wiarygodny serwis).
- **Płatne** treści.
- Na etapie **łączenia danych** z różnych źródeł, analizy i podsumowań należy uważać na np. **różne jednostki miary** podane w różnych źródłach, **różny zakres czasowy** danych, **odmienny sposób definiowania tego samego zjawiska** i kategoryzowania. Nie zważając na te obostrzenia, łatwo można dojść do **fałszywych wniosków**.
- **Ryzyko subiektywnego doboru źródeł** pod wcześniej założoną tezę.
- Korzystanie z danych opracowanych przez kogoś innego niesie **ryzyko przyjęcia błędnych interpretacji**, wymaga też pewnego stopnia zaufania do rzetelności autorów raportów, z których korzystamy.
- Wiele ze źródeł może być **nieaktualnych** - w trakcie poszukiwań natrafimy na raporty, opracowania albo artykuły opublikowane w przeszłości, których dane wnioski mogą nie mieć odniesienia do aktualnych zjawisk; to do badacza należy subiektywna decyzja, czy uwzględnić takie źródło w dalszej analizie.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Przykład wykorzystania - przeprowadzenie badania odbiorców oferty

Co wiemy o naszych odbiorcach?

Na podstawie dostępnych danych
– np. frekwencja, sprzedaż biletów, dane promocyjne

Czego chcemy się dowiedzieć?

Pytania badawcze, dobór i opracowanie narzędzi badawczych,
przeprowadzenie badania

RAPORT Z BADANIA



ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Podsumowanie

- Warto na początku projektowania badania przejrzeć dostępne dane na temat, który chcemy zbadać.
- Warto dokonać wewnątrzorganizacyjnego przeglądu dostępnych danych.
- Warto korzystać z danych zewnętrznych na każdym etapie badania.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

Literatura:

- Anna Karcz – Czajkowska, „Sztuka szukania. Zbadaj rynek, konkurencję i swoich odbiorców. Informacje, które są na wyciągnięcie ręki”, JCD.pl, 2021.
- Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów, pod red. Marty Makowskiej, Wydawnictwo Naukowe Scholar 2013.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH W INSTYTUCJI KULTURY

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ :-)

agnieszka.szostak@ibok.org.pl

www.szostak.edu.pl