

Webinaria o prowadzeniu badań w sektorze kultury

Diagnoza społeczności lokalnej

prowadzący:
mgr Karol Wittels

PLAN SPOTKANIA/AGENDA

- **DIAGNOZA – INFORMACJE WSTĘPNE**
- **PRZEBIEG PROCESU BADAWCZEGO**
- **METODY I NARZĘDZIA BADAWCZE**
- **PRAKTYCZNE WYKORZYSTANIE WYBRANYCH NARZĘDZI
BADAWCZYCH**

PO CO REALIZOWAĆ DIAGNOZĘ?

- Żeby dowiedzieć się JAK JEST lub
- JAK BYĆ POWINNO

- Żeby dowiedzieć się czegoś o otaczającej nas rzeczywistości społecznej
- Żeby zbadać nasze relacje z otoczeniem i w otoczeniu
- Żeby coś zmienić
- Żeby mieć...

- Dobra diagnoza pozwala, dopasować działania do realnych potrzeb, maksymalnie wykorzystać lokalne zasoby... ale też w porę zidentyfikować zagrożenia.

DO CZEGO MOŻĘ SIĘ PRZYDAĆ DIAGNOZA?

- po co/dla czego coś robimy?
- dla kogo powinniśmy coś robić?
- jakimi metodami pracować?
- co z naszych działań było skuteczne/efektywne; dlaczego i w jakim wymiarze?
- czy było warto coś robić i czy warto to kontynuować?
- kto skorzystał z naszych działań/oferty?
- kto może skorzystać z oferty w przyszłości?
- z czego by chcieli skorzystać?
- jak jesteśmy postrzegani?
- jakimi zasobami dysponujemy?
- inne...

CO SIĘ MOŻE STAĆ PRZY BRAKU DOBREJ DIAGNOZY?

- Niewłaściwe określenie potrzeb adresatów działań.
- Niewłaściwe określenie kompetencji uczestników.
- Zlekceważenie barier, które istnieją w środowisku.
- Niewykorzystanie zasobów środowiska.
- Dublowanie działań.

DO CZEGO MOGĄ NAM SIĘ PRZYDAĆ ZEBRANE DANE? (PRZYKŁADY)

A. Wiedza o odbiorcach

kto uczestniczy w kulturze w ogóle:

→ w jaki sposób uczestniczy, skąd czerpie informacje o ofercie kulturalnej itp.,

→ kto nie uczestniczy, dlaczego;

kto jest odbiorcą naszej oferty:

→ kto do nas przychodzi,

→ kto nie przychodzi, ale mógłby...

B. Otoczenie instytucji

osadzenie instytucjonalne → kluczowi aktorzy/interesariusze działający w otoczeniu,

- w tym **konkurencja** → z kim „rywalizujemy” o czas wolny odbiorców,
- lokalny **przekrój społeczny**,

uczestnictwo w kulturze (wskali ogólnopolskiej i lokalnej) – porównanie z innymi miejscowościami / instytucjami

C. Opinie (uczestników i nie uczestników) na temat tego:

- **Kim** jesteśmy → marka
- **Co** oferujemy → produkt/oferta
- **Komu** oferujemy → odbiorca/klient

oraz

Jak i gdzie komunikujemy (promocja i komunikacja marketingowa)



D. Obszary działalności w których można wykorzystać zebrane informacje dotyczące odbiorców

- Promocja i komunikacja
- Marketing
- Planowanie wydarzeń i zarządzanie projektami
- Fundraising (granty, sponsoring, finansowanie społecznościowe)
- Poprawa infrastruktury
- Zarządzanie zespołem
- Budowanie marki
- Inne

BADANIA DIAGNOSTYCZNE – ODREBNA DZIEDZINA?

- Socjologia
- Kulturoznawstwo
- Etnologia
- Marketing
- Ekonomia



źródło: Unsplash (otwarte zasoby)

KTO POWINIEN PRZEPROWADZAĆ DZIAŁANIA BADAWCZE?

- Pracownicy Vs. badania zlecone
- Amatorzy Vs. profesjonaliści
- Akademicy Vs. firmy badawcze
- Osoby znające teren (zakorzenione) Vs. osoby z zewnątrz (dystans)



źródło: Unsplash (otwarte zasoby)

DIAGNOZA – OD CZEGO ZACZAĆ?

- Ustalenie celu diagnozy – **Odpowiedź na pytanie: do czego ma nam posłużyć diagnoza?**
- Ustalenie interesariuszy – Konieczne jest ustalenie **kto będzie zaangażowany w proces, który zamierzamy rozpocząć?**
- Ustalenie zasobów – **Czym dysponujemy?**



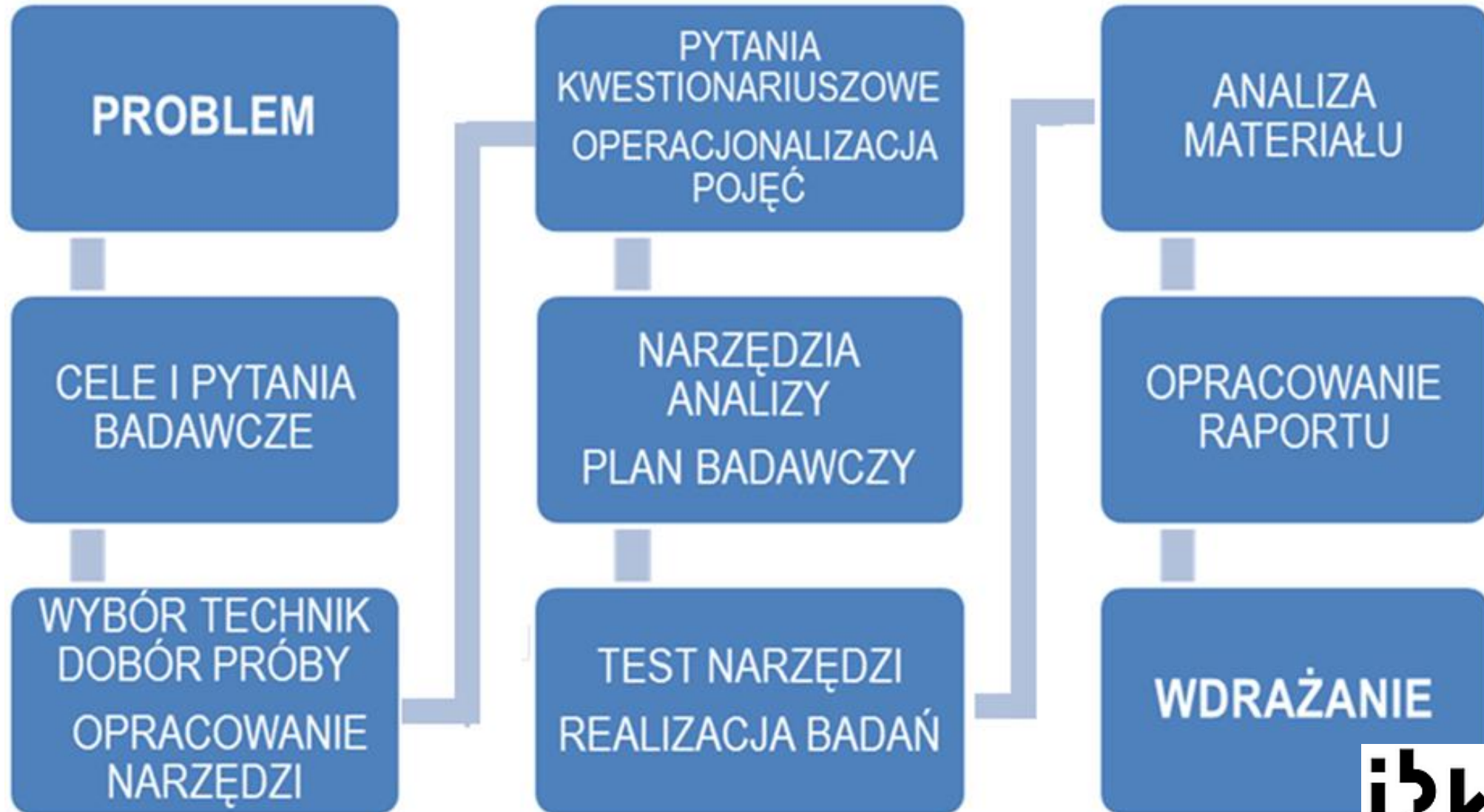
źródło: Unsplash (otwarte zasoby)

KLUCZOWE PYTANIA:

- Co chcemy badać?
- Dla czego to chcemy badać?
- Do czego chcemy wykorzystać zebrane dane?

Metoda badawcza wtórna wobec celu badania!

PRZEBIEG PROCESU BADAWCZEGO



PROBLEMY BADAWCZE - PRZYKŁADY

- Brak wiedzy o odbiorcach oferty
- Przyczyny niskiej frekwencji
- Brak współpracy pomiędzy instytucjami/podmiotami kultury
- Brak wiedzy na temat skuteczności/efektywności/trafności działań/projektu czy nasze działania są dobrze realizowane

METODY I NARZEDZIA BADAWCZE



METODY ILOŚCIOWE



METODY JAKOŚCIOWE

NIESTANDARDOWE METODY BADAWCZE

- Warsztaty (open space, world cafe, latające flipcharty itp.)
- Gry symulacyjne
- Spotkania
- Narzędzia animacyjne
- Badanie metodą „Tajemniczy klient”



źródło: Unsplash (otwarte zasoby)

MAPOWANIE ZASOBÓW (WEWNĄTRZ I W OTOCZENIU INSTYTUCJI)

ANALIZA ZASOBÓW MATERIALNYCH

- Finanse
- Nieruchomości
- Sprzęt i wyposażenie

ANALIZA ZASOBÓW LUDZKICH

- Kompetencje i doświadczenie
- Dodatkowe umiejętności
- Cechy charakteru
- Kontakty



źródło: Unsplash (otwarte zasoby)

INNE: wewnętrzne przepisy i dokumenty: misja, wizja, cele statutowe, dokumenty strategiczne, struktura organizacyjna, kultura organizacyjna

ANALIZA POTRZEB INSTYTUCJI

- Potrzeby instytucji jako całości
- Potrzeby zespołów (grupowe)
- Potrzeby pracowników (indywidualne)
- Potrzeby odbiorców oferty
- Potrzeby wynikające z deficytów vs potrzeby związane z rozwojem
- Potrzeby wynikające z wymogów formalnych
- Inne

ANALIZA OTOCZENIA

- Administracja (centralna i samorządowa)
- Polityka państwa, samorządu, dzielnicy (np. priorytety, programy wieloletnie, strategię)
- Instytucje gospodarcze
- Inne instytucje publiczne w mieście
- Organizacje pozarządowe
- Media
- Uczelnie
- Mieszkańcy (struktura społeczna)

MAPOWANIE – DANE ZASTANE

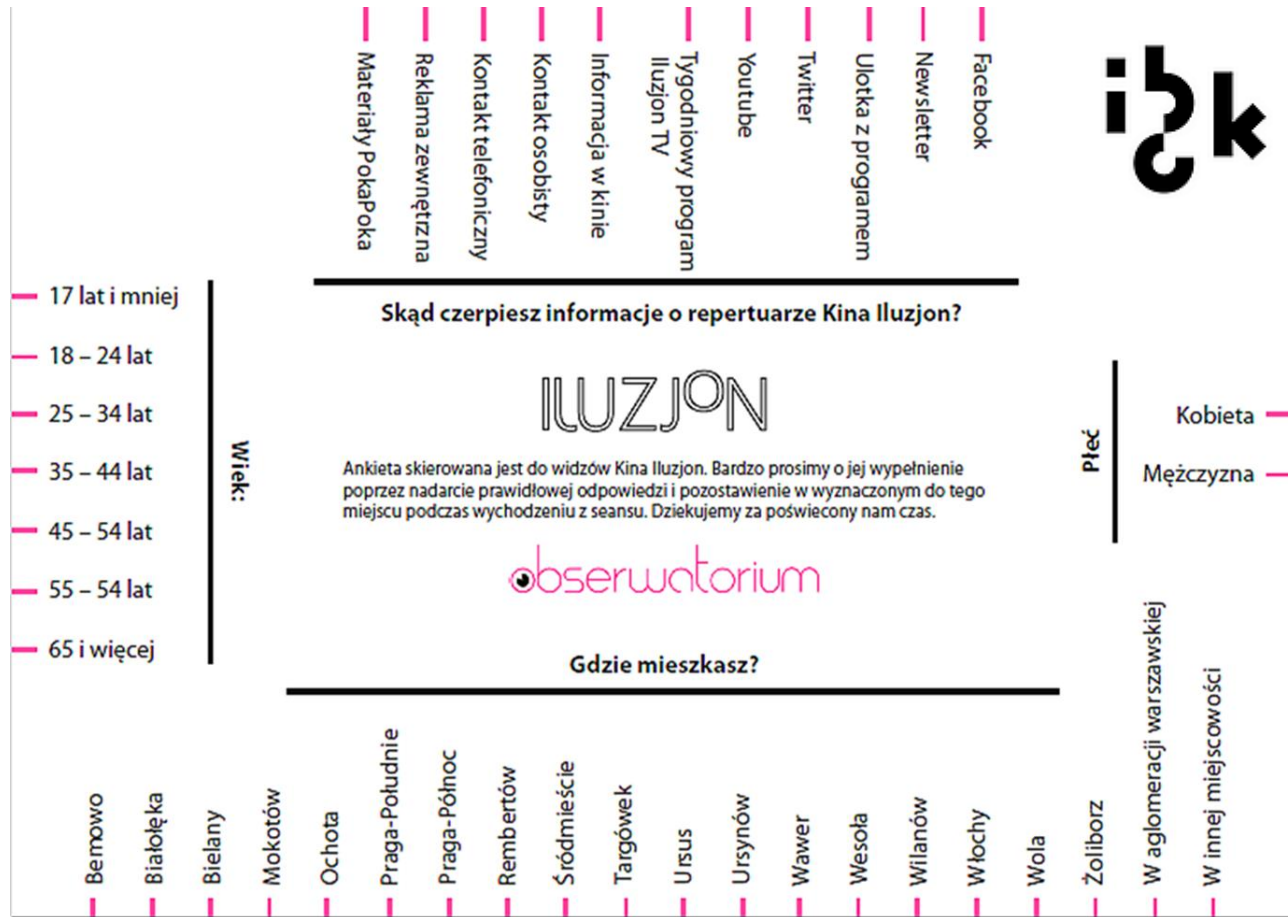
Inne źródła informacji

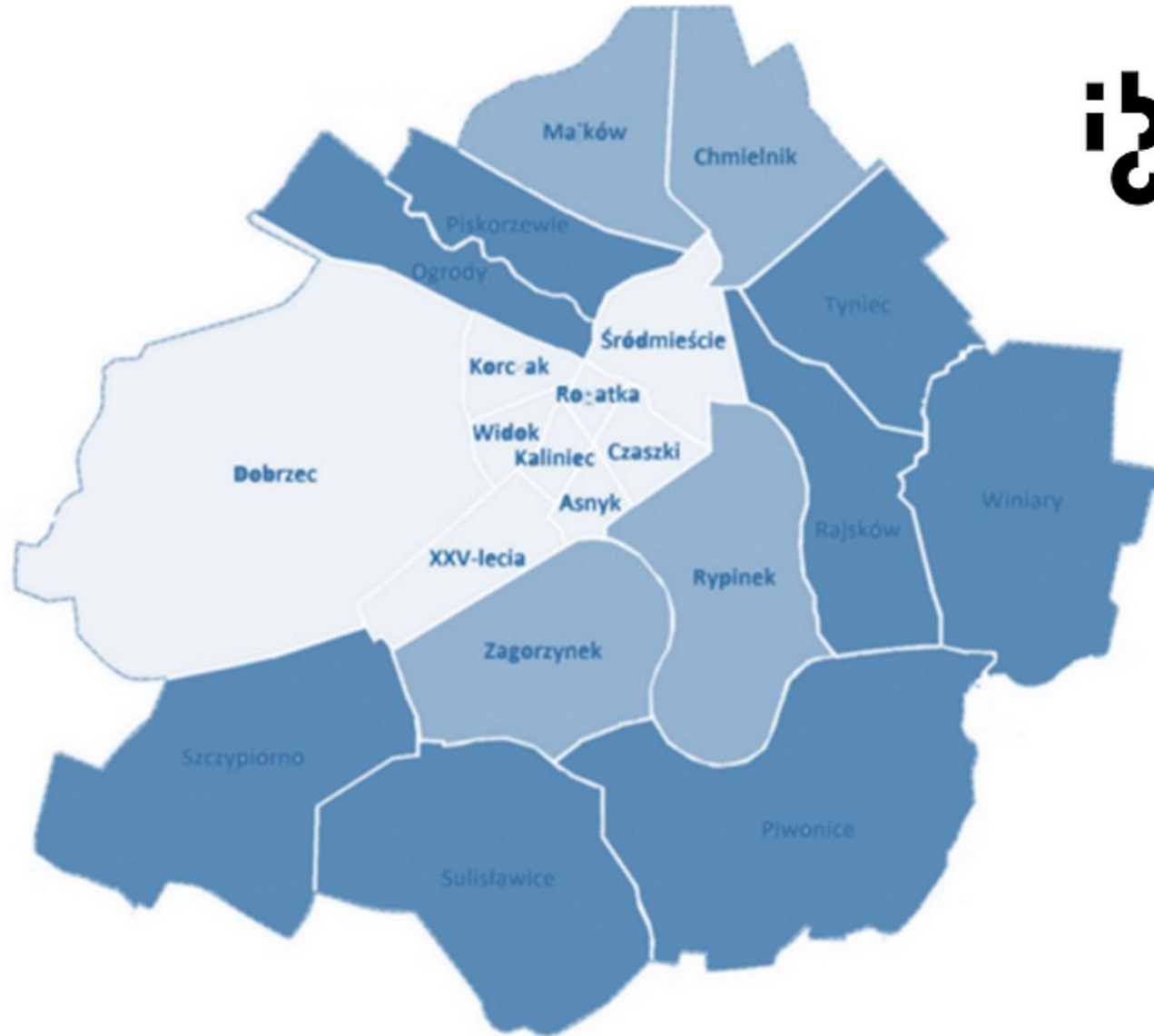
- Statystyki – dane surowe
- Dane GUS / Bank Danych Lokalnych
- Moja Polis
- Strony Urzędów / samorządów
- Dokumenty strategiczne
- Benchmarking
- Dane instytucji (OPS, PCPR, UP, Policja, Straż Miejska)

Przykłady:

- Regionalne Programy Operacyjne
Strategie Polityki Społecznej i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych
- Lokalne Programy Rewitalizacji
- Strategie Rozwoju Lokalnego i Zrównoważonego Rozwoju
- Informacje i statystyki dotyczące turystyki

WYKORZYSTANIE NARZĘDZI BADAWCZYCH PRZY DIAGNOZIE – PRZYKŁADY

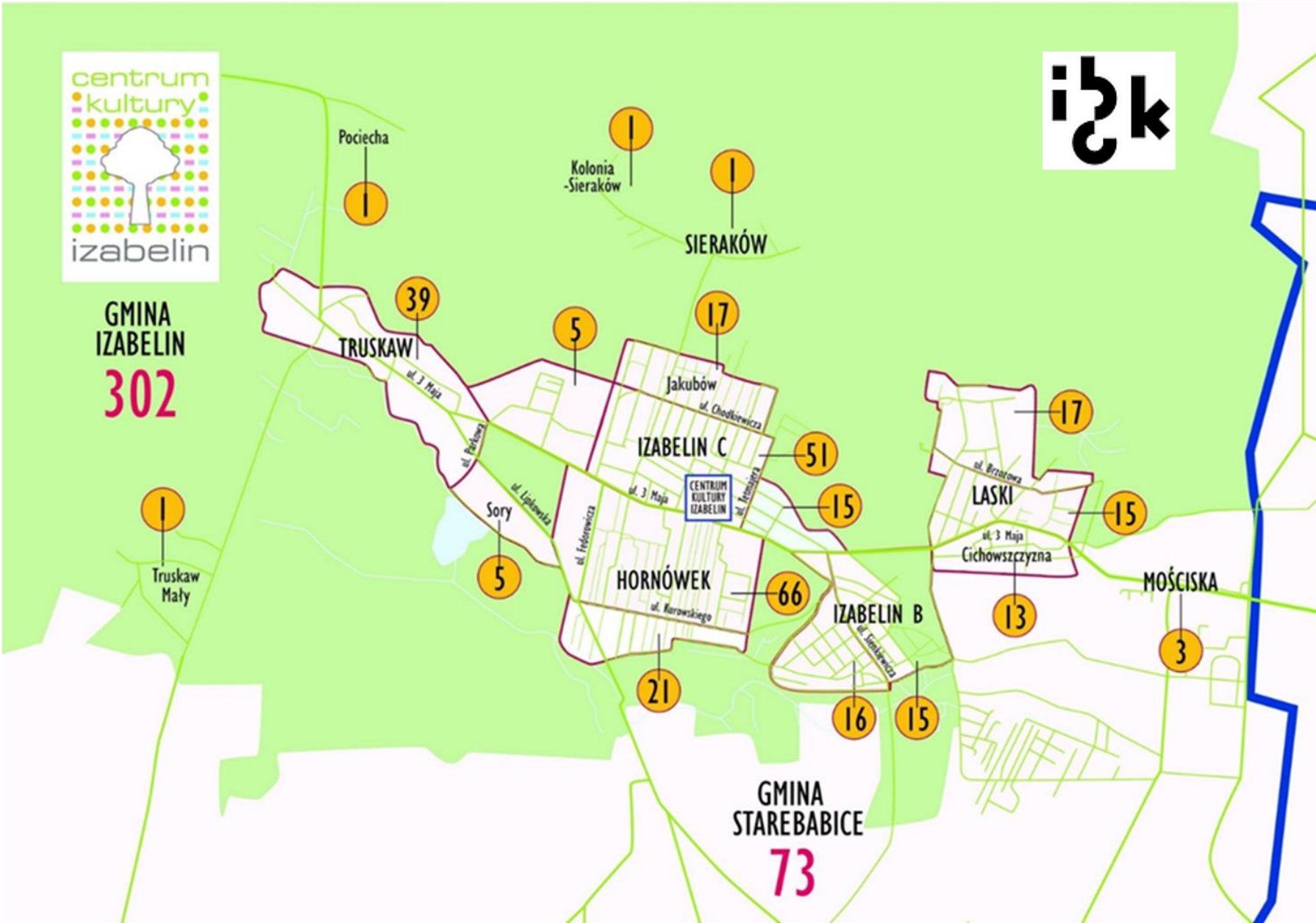








GMINA
IZABELIN
302

GMINA
STAREBABICE
73





MIASTO	GRUPA	TYOLOGIA	CHARAKTER GRUPY
PŁOCK	Wędkarze	Hobbystyczna, towarzyska	Pół-prywatna
	Rowerzyści	hobbystyczna, towarzyska	Pół-prywatna
	KS Promnik	tematyczna, towarzyska	Pół-prywatna
	Harcerze	tematyczna, towarzyska	Publiczna
	Nordic walking	tematyczna	Prywatna
	Hodowcy gołębi	towarzyska, sąsiedzka	Pół-prywatna
	Deskorolkarze	hobbystyczna, towarzyska	Pół-prywatna
	Inicjatywa „Plaża 627”	Towarzyska Sąsiedzka	Półprywatna
	Hip Hopowcy	Tematyczna Towarzyska	Półprywatna
	Młodzież skupiona wokół Fundacji Młody Płock	Tematyczna Hobbystyczna	Półprywatna
	„Podwórkowcy”	Sąsiedzka Towarzyska	Prywatna
	Seniorzy aktywni	Towarzyska Biograficzna	Publiczna
 Seniorzy nieaktywni	Towarzyska Biograficzna	Prywatna	
 Członkowie i sympatycy Stowarzyszenia Uhuru Culture	Hobbystyczna	Półprywatna	



N/IE KON GRES animatorów kultury

ogółem

pole

strefa	średnia ocena	liczba wejść do strefy
Stowarzyszenie Edukacji Krytycznej	5.00	2
Strefa Relaksu	5.00	5
Towarzystwo "e"	5.00	2
Fundacja Ważka	4.83	6
Fundacja Ocalenie	4.75	4
Anna Komsta i Slow Food	4.67	3
Janusz Byszewski	4.67	3
CAL	4.40	5
NCK	4.25	12
Dziadobus	4.14	14
Drama Way	4.00	1
GOK w Kaliszu Pomorskim	4.00	3
IKP UW	4.00	3
MCA	4.00	3
MoKaPP	4.00	3
SKIBA	4.00	1
Fundacja TEAM Teatrikon	3.75	4
Forum Kraków	3.65	14
Targi	3.60	5
Strefa Akademicka	3.50	3
Strefa Dyrektorska	3.33	3
Strefa Gastronomiczna	2.00	1

Legenda

- namiot 3x3
- namiot ESK 3x3
- 2 namioty 3x6
- namioty z podłogą
- 2 namioty 3x4,5
- namiot typu STAR
- lampa

Średnia ocena
5.00
4.00-4.99
3.00-3.99
2.00-2.99
1.00-1.99

120m

26 Pepek NieKongresu e-5kW

e-25kW

18 Gastronomia

1 Ważka e-4kW

3 Strefa kulinarna

1 Drama Way e

3 Strefa dyrektorska

1 Dzieci ulicy

12a Zaprogramuj kulturę

90kW

41m

30m

25kW

85m

187m

MaKaPP ESK 2016

Teatricaon

3 Ważka

20 e

4 Towarzystwo

2 e

2 CASES

3 Strefa akademicka

25 Hyde Park

3 e

24 J.Byszewski

10 e

3 Strefa relaksu

9 IKP UW

3 NCK

8 Targi

2a e

5 MCA

7 SKIBA

6 Ocalenie

1 CAL

5 Forum Kraków

4 Targi

3 e

2 Dziadobus

14 e

31m

28

Strefa sanitarna

wc e-32kW

50kW

prysznic

e-4kW

29

zbiorniki

Parking organizatorów

49m

Camperzy i przycepy

111m





BIBLIOGRAFIA

- K.Wittels, *Skąd pozyskiwać dane badawcze i do czego je wykorzystywać* [w:] Laboratorium Edukacji Kulturalnej, J.Orlik (red.), Warszawa 2018,
- K.Wittels, *Zamów badania – o współpracy z ekspertem* [w:] „Diagnoza w kulturze. Narzędziownik, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2016,
- *Kultura – Badania – Strategie*, A.Pietraszko, K.Wittels (red.), Warszawa 2015.



Instytut Badań

Organizacji Kultury