

Publiczność w sieci – czego instytucje kultury mogą dowiedzieć się z badań netnograficznych

1. Podstawowe informacje o netnografii

Jest to metoda badawcza mająca swoje źródło w badaniach etnograficznych. Charakterystyczny jest teren prowadzenia badań, zdefiniowany jako konkretna przestrzeń w internecie (na przykład blog, profile w mediach społecznościowych, grupy fanowskie). Netnografia pozwala na kompleksowe poznanie grup pozostających w interakcjach online, głównie przy zastosowaniu obserwacji jako jakościowej techniki zbierania danych. Od dwóch dekad netnografia staje się coraz bardziej popularna, co stanowi reakcję na wzmożoną obecność różnych grup w sieci. Badania tego typu mogą być wykorzystywane w formułowaniu strategii rozwoju organizacji kultury, wzmacnianiu więzi z widzami oraz planowaniu działań marketingowych, zwiększaniu dostępności.

2. Sieć powiązań, sieć znaczeń

Dzięki zastosowaniu netnografii można poznać potrzeby i motywacje obecnych oraz przyszłych odbiorców naszych wydarzeń. Zdefiniowanie zainteresowań oraz oczekiwań oznacza wstęp do opracowania strategii reagowania i tym samym daje szansę na projektowanie rozwoju w harmonii i kokreacji z odbiorcami.

3. Proste początki

Netnografia nie wymaga znaczących zasobów ani dogłębnej wiedzy metodologicznej. Dane można zacząć zbierać „mimochodem” i definiować zakres badań w zależności od „wyłaniających się” tematów. Na przykład, jeśli zwróciliśmy uwagę na jakąś wypowiedź naszych odbiorców albo działania innych organizacji, które wywołały istotną reakcję odbiorców kultury, warto po prostu dalej ten wątek obserwować. Na przykład ustalić, że w konkretne dni o tej samej porze przeglądamy wypowiedzi członków danej grupy i gromadzimy je w dedykowanych, opisanych folderach. Szybko zorientujemy się, że już po kilku tygodniach mamy materiały tekstowe i wizualne (najlepiej w postaci zrzutów ekranu), które mogą mieć dużą wartość informacyjną i stanowić wstęp do bardziej pogłębionych badań (na przykład przy wykorzystaniu techniki wywiadu).

UWAGA – zbieranie danych w internecie wymaga przyjęcia założeń etycznych i ich przestrzegania przez cały proces badawczy i analityczny!