

Webinaria o prowadzeniu badań w sektorze kultury

# Publiczność w sieci

czego instytucje kultury mogą dowiedzieć  
się z badań netnograficznych

prowadząca:  
**dr Małgorzata Ćwikła**

## **PLAN SPOTKANIA**

**KULISY METODY**

**CECHY CHARAKTERYSTYCZNE**

**MOŻLIWE OBSZARY ZASTOSOWANIA**

# KULISY METODY

## **PODSTAWOWE INFORMACJE**

**PODEJŚCIE ETNOGRAFICZNE**

**BADANIA MARKETINGOWE**

**PRÓBY ZROZUMIENIA MOTYWACJI I TOŻSAMOŚCI GRUP**

**REAKCJA NA POSTĘPUJĄCĄ CYFRYZACJĘ**

## PIERWSZY PROJEKT

- Robert Kozinets – *Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption* (2001)
- czas trwania: 20 miesięcy
- Star Trek Research website (dane z forum, stron fanowskich, stron tematycznych)
- obserwacje
- wywiady e-mailowe z 67 członkami społeczności fanowskiej z 12 krajów
- notatki z obserwacji i doświadczeń

## PIERWSZY PROJEKT

- przyznanie się do uzależnienia od Star Trek
- wcześniej uczestnicy społeczności mieli wrażenie, że są traktowani jak szaleńcy, a w grupie zainteresowań mają dla siebie więcej zrozumienia
- identyfikacja z archetypami
- artykulacja zasad moralnych i wartości ważnych dla grupy jako przesłanka marketingowa
- obszar "zabawy" jako przestrzeń manifestowania potrzeb

## REZULTATY?

fan serii → przedstawiciel konkretnej grupy

konkretna grupa → motywacje, działania, zaufanie, kultura

obraz grupy → definiowanie potrzeb

znajomość potrzeb → możliwość reagowania

# ILE CZASU ŚREDNIO UŻYTKOWNICY SPĘDZAJĄ ONLINE (w ciągu dnia)?

Proszę podać szacowany wynik w minutach.



# ILE CZASU ŚREDNIO UŻYTKOWNICY SPĘDZAJĄ ONLINE (w ciągu dnia)?

413

źródło: <https://www.oberlo.com/media/1653039335-how-much-time-do-people-spend-online.png?fit=max&fm=webp&w=1800>

# **JAK WIELE METOD BADAŃ SPOŁECZNYCH W INTERNECIE ZNAMY?**

 **netnografia jest odpowiedzią  
na sposób funkcjonowania  
dzisiejszych społeczeństw (w  
tym odbiorców kultury)!**

## **CECHY CHARAKTERYSTYCZNE**

## CZEGO MOŻEMY SIĘ DOWIEDZIEĆ?

- poznanie motywacji i wartości członków grupy
- zrozumienie naturalnego środowiska występowania zjawisk
- perspektywa „emic” – punkt widzenia uczestników (Kenneth Pike)
- diagnoza dotycząca zachowań – bez generalizowania, ale jako wstęp do innych wniosków albo dalszych, pogłębionych badań

## ETNOGRAFIA A NETNOGRAFIA

- fizyczna obecność w terenie
  - dystans względem własnego otoczenia
  - duża refleksyjność
  - performatywny charakter interakcji
  - specyficzne uwarunkowania bycia tubylcem
  - zdefiniowany czas i obszar badań
- obecność wirtualna
  - brak dystansu
  - problem z osiągnięciem refleksyjności
  - zapośredniczone interakcje
  - trudność w zdobyciu zaufania
  - obszar i czas badań można swobodnie zmieniać

## WĄTPLIWOŚCI ETYCZNE

SZYBKI DOSTĘP DO INFORMACJI NIE OZNACZA, ŻE MOŻNA DOWOLNIE Z NICH SKORZYSTAĆ

ŚWIADOMA ZGODA

ANONIMIZACJA

ZROZUMIENIE PRYWATNOŚCI W INTERNECIE

## **MOŻLIWE OBSZARY ZASTOSOWANIA**



## CO ODBIORCY KULTURY ROBIĄ W SIECI?

- szukają informacji
  - \* o wydarzeniach, nowościach, terminach
  - \* czytają recenzje
- wyrażają opinie
  - \* w dyskusjach
  - \* piszą recenzje
- biorą udział w wydarzeniach online
  - \* zwiedzanie wystaw i obiektów
  - \* koncerty, spektakle, pokazy, festiwale
- szukają bezpośredniego kontaktu z instytucją i artystami

**przynależność – rozwój publiczności**

**tożsamość – identyfikacja potrzeb**

**edukacja – wspólne tworzenie wiedzy (w tym przez kadry)**

**kreatywność – współtworzenie programu**

## MOŻLIWOŚĆ „KOKREACJI” I “KOIMPLEMENTACJI”

- elastyczne granice metody
- badanie jako proces identyfikowania potrzeb i znajdowania rozwiązań
- wspólne eksperymentowanie i tworzenie więzi
- przykład: Nowy Teatr w Warszawie i pytania o przyszłość drukowanych programów

## PROCEDURA (kolejność może być – w pewnym stopniu – zmieniona)

1. Określenie tematu, który nas interesuje
1. Zdefiniowanie grupy
1. Pozyskanie zaufania
1. Sformułowanie pytań badawczych
1. Zaprojektowanie ram badań – określony czas (np. 3 miesiące), określona pora (np. zawsze w poniedziałek, w środę, w piątek), określony czas (np. zawsze o 12.00 i 17.00)

## Gromadzenie danych

- dedykowane foldery (czas pozyskania danych, rodzaj danych)
- zrzuty ekranu
- notatki z obserwacji
- elementy werbalne i wizualne

**UWAGA!**

**Obserwacje w internecie można  
prowadzić zawsze, bez  
dokładnych pytań badawczych**

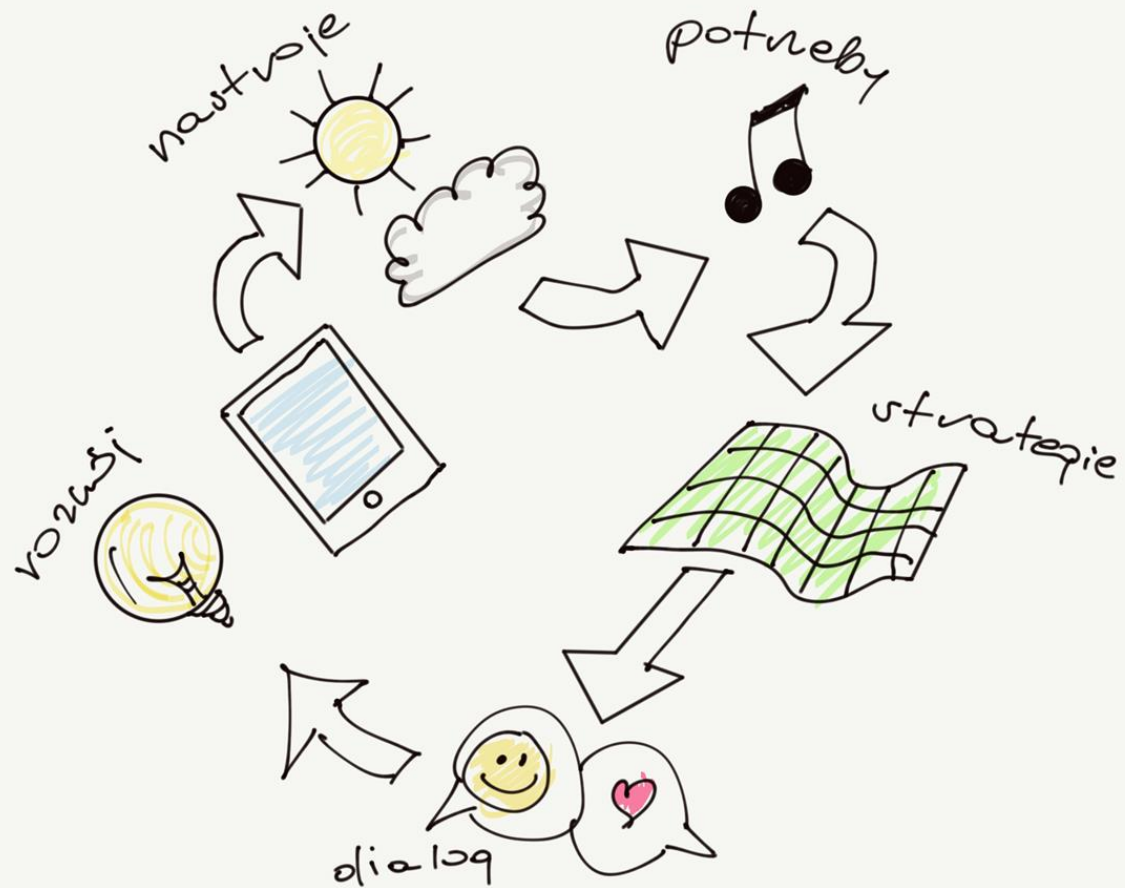
DANE, KTÓRE "SĄ"

TIME SAMPLING NA RZECZ PRZYSZŁOŚCI

POZNAWANIE UŻYTKOWNIKÓW (NOWICJUSZY, PASJONATÓW,  
INSIDERÓW, BYWALCÓW – Kozinets)

## ODBIORCY W INTERNECIE

wyrażają opinie  
szukają zrozumienia  
“manifestują cnotę”  
zabijają czas  
tworzą hierarchię  
próbują sobie ułatwić organizację dnia  
używają języka wizualnego





The screenshot displays the Facebook profile of 'Nowy Teatr'. The header includes the Facebook logo, a search icon, navigation icons (home, video, marketplace, groups, events, pages), and a profile picture. The page name 'Nowy Teatr' is followed by buttons for 'Zarezerwuj teraz', 'Lubisz to', and 'Wyślij wiadomość'. The left sidebar lists three posts: 'Mieszkanie na Uranie' (scheduled for 17:00 UTC on 29th), 'Przekład przed korektą: Agnieszka Lubomira Piotrowska' (scheduled for 13:00 UTC on 2nd), and 'Nowa Książka: "Sygnatury Sebalda" Katarzyny Kończal' (scheduled for 17:00 UTC on 3rd). Each post has a 'Zainteresowany(a)' button. The main content area shows a comment thread with five visible comments, all expressing excitement and anticipation for upcoming events. The bottom of the page indicates the page was created on December 2, 2010.

**Nowy Teatr** Zarezerwuj teraz Lubisz to Wyślij wiadomość

**CZW., 29 WRZ O 17:00 UTC I JESZCZE 3**  
**Mieszkanie na Uranie**  
Nowy Teatr w Warszawie  
Teatr · Nowy Teatr  
☆ Zainteresowany(a)

**NIE., 2 PAŹ O 13:00 UTC**  
**Przekład przed korektą: Agnieszka Lubomira Piotrowska**  
Nowy Teatr w Warszawie  
Kasia  
☆ Zainteresowany(a)

**PON., 3 PAŹ O 17:00 UTC**  
**Nowa Książka: "Sygnatury Sebalda" Katarzyny Kończal**  
Madalińskiego 10/16  
Nowy Teatr  
☆ Zainteresowany(a)

**Transparentność strony** Wyświetl wszystko  
Facebook przedstawia informacje, dzięki którym możesz lepiej się zorientować, jakim celom służy strona. Zobacz działania podjęte przez osoby, które zarządzają jej zawartością i ją publikują.

Utworzenie strony – 2 grudnia 2010

Lubię to! Komentarz Udostępnij

Najtrafniejsze

Napisz komentarz...

Projekt Międzypokoleniowy - to lubię! 😊 Okazja poznać tajemnice teatru, historii i nawiązać nowe znajomości. Nie mogę się doczekać kolejnego spotkania z Wami-Uczestnikami.  
Lubię to! Odpowiedz 6 dni 5

Wspaniały pomysł. Wielkie uznanie dla koordynatorek programu 🥰  
Lubię to! Odpowiedz 6 dni 3

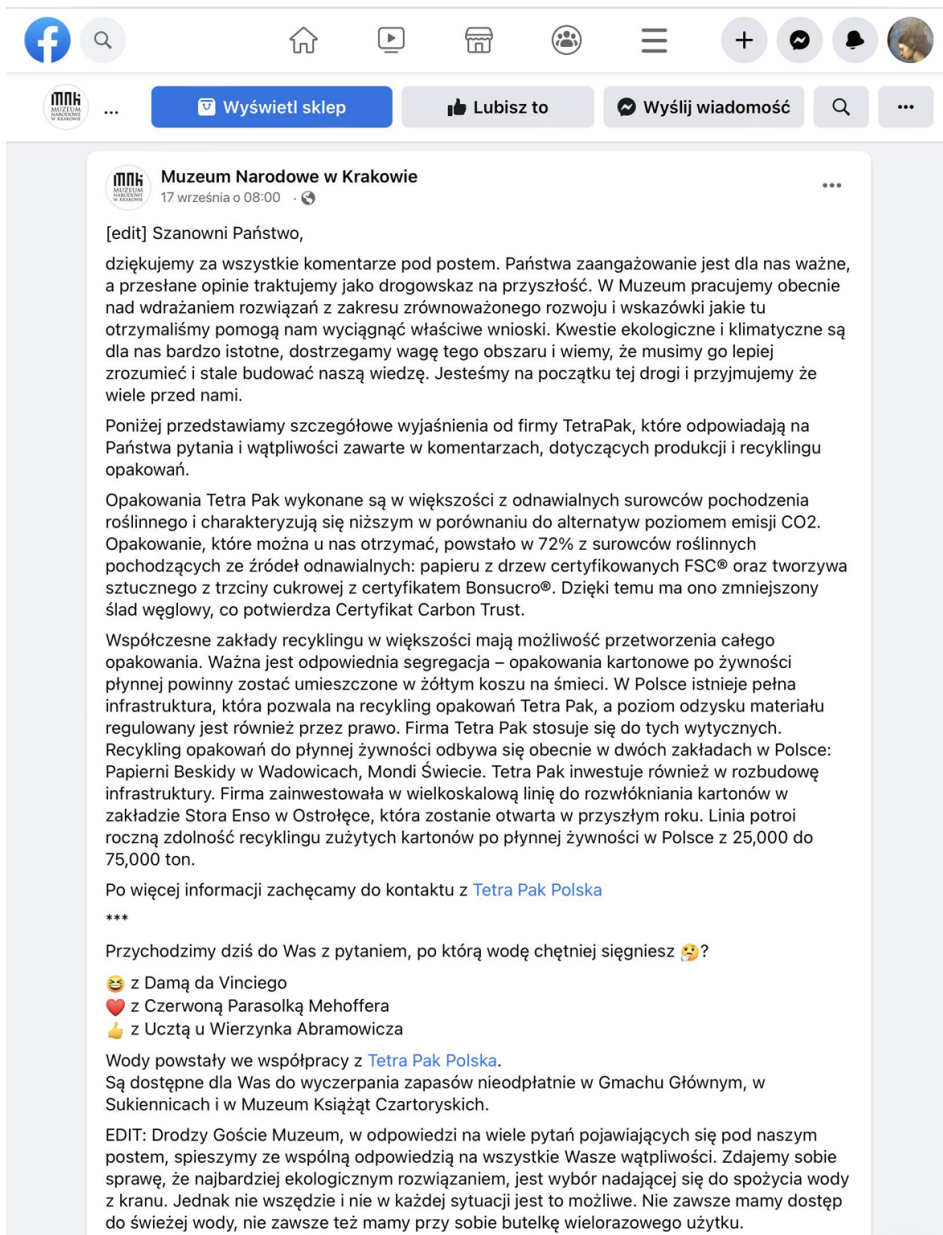
tak było, dziękuję! 😊  
Lubię to! Odpowiedz 6 dni 3

Było fantastycznie! Czekam na nasze kolejne spotkania 😊  
Lubię to! Odpowiedz 6 dni 4

Nie mogę się doczekać naszego kolejnego spotkania 😊  
Lubię to! Odpowiedz 6 dni 4

Super 🥰  
Lubię to! Odpowiedz 4 dni 3

Napisz komentarz...



The image is a screenshot of a Facebook post from the official page of the National Museum in Krakow (Muzeum Narodowe w Krakowie). The post is dated September 17, 2023, at 08:00. The content of the post is a response to a question about water, mentioning the 'Dama da Vinci' and 'Czerwona Parasolka' water fountains. The post includes a detailed explanation of the museum's commitment to sustainability, specifically regarding the use of Tetra Pak packaging. It states that the packaging is made from 72% recycled plant-based materials and is FSC-certified. It also mentions the museum's recycling infrastructure and the goal of increasing the recycling of Tetra Pak cartons to 25,000 tons per year. The post concludes with a list of water fountains and a note about the availability of water in the museum's main hall and library.

**Muzeum Narodowe w Krakowie**  
17 września o 08:00 · 🌐

[edit] Szanowni Państwo,

dziękujemy za wszystkie komentarze pod postem. Państwa zaangażowanie jest dla nas ważne, a przesłane opinie traktujemy jako drogowskaz na przyszłość. W Muzeum pracujemy obecnie nad wdrażaniem rozwiązań z zakresu zrównoważonego rozwoju i wskazówki jakie tu otrzymaliśmy pomogą nam wyciągnąć właściwe wnioski. Kwestie ekologiczne i klimatyczne są dla nas bardzo istotne, dostrzegamy wagę tego obszaru i wiemy, że musimy go lepiej zrozumieć i stale budować naszą wiedzę. Jesteśmy na początku tej drogi i przyjmujemy że wiele przed nami.

Poniżej przedstawiamy szczegółowe wyjaśnienia od firmy Tetra Pak, które odpowiadają na Państwa pytania i wątpliwości zawarte w komentarzach, dotyczących produkcji i recyklingu opakowań.

Opakowania Tetra Pak wykonane są w większości z odnawialnych surowców pochodzenia roślinnego i charakteryzują się niższym w porównaniu do alternatyw poziomem emisji CO<sub>2</sub>. Opakowanie, które można u nas otrzymać, powstało w 72% z surowców roślinnych pochodzących ze źródeł odnawialnych: papieru z drzew certyfikowanych FSC® oraz tworzywa sztucznego z trzciny cukrowej z certyfikatem Bonsucro®. Dzięki temu ma ono zmniejszony ślad węglowy, co potwierdza Certyfikat Carbon Trust.

Współczesne zakłady recyklingu w większości mają możliwość przetworzenia całego opakowania. Ważna jest odpowiednia segregacja – opakowania kartonowe po żywności płynnej powinny zostać umieszczone w żółtym koszu na śmieci. W Polsce istnieje pełna infrastruktura, która pozwala na recykling opakowań Tetra Pak, a poziom odzysku materiału regulowany jest również przez prawo. Firma Tetra Pak stosuje się do tych wytycznych. Recykling opakowań do płynnej żywności odbywa się obecnie w dwóch zakładach w Polsce: Papierni Beskidy w Wadowicach, Mondi Świecie. Tetra Pak inwestuje również w rozbudowę infrastruktury. Firma zainwestowała w wielkoskalową linię do rozwłókniania kartonów w zakładzie Stora Enso w Ostrołęce, która zostanie otwarta w przyszłym roku. Linia potroi roczną zdolność recyklingu zużytych kartonów po płynnej żywności w Polsce z 25,000 do 75,000 ton.

Po więcej informacji zachęcamy do kontaktu z [Tetra Pak Polska](#)

\*\*\*

Przychodzimy dziś do Was z pytaniem, po którą wodę chętniej sięgniesz 🤔?

- 😋 z Damą da Vinci
- ❤️ z Czerwoną Parasolką Mehoffera
- 👏 z Uctą u Wierzyńka Abramowicza

Wody powstały we współpracy z [Tetra Pak Polska](#).

Są dostępne dla Was do wyczerpania zasobów nieodpłatnie w Gmachu Głównym, w Sukiennicach i w Muzeum Książąt Czartoryskich.

EDIT: Drodzy Goście Muzeum, w odpowiedzi na wiele pytań pojawiających się pod naszym postem, spieszmy ze wspólną odpowiedzią na wszystkie Wasze wątpliwości. Zdajemy sobie sprawę, że najbardziej ekologicznym rozwiązaniem, jest wybór nadającej się do spożycia wody z kranu. Jednak nie wszędzie i nie w każdej sytuacji jest to możliwe. Nie zawsze mamy dostęp do świeżej wody, nie zawsze też mamy przy sobie butelkę wielorazowego użytku.

## Dialog Źródło: Facebook

## PRZYKŁAD – REAGOWANIE NA NOWE POTRZEBY

BADANA GRUPA – ODBIORCY OBCOJĘZYCZNI

ROZPOZNANIE POTENCJALNYCH ODBIORCÓW

- aktywność w naszych mediach
- zauważalny trend w innych instytucjach
- wykorzystywane języki
- zgłaszane potrzeby / poruszane wątki
- częstotliwość interakcji

JAKĄ WIEDZĘ MOŻEMY POZYSKAĆ I CO NAM ONA DA?

## ODBIORCY OBCOJĘZYCZNI – DEFINIOWANIE POTRZEB

- określenie, gdzie szukamy informacji (np. grupy na Facebooku związane z muzeami)
- ramy czasowe i organizacja badań
- obserwowanie rozwoju programowego innych podobnych instytucji
- działania + reakcje
- opcjonalnie – wywiady z innymi instytucjami, odbiorcami
- ważne – temat może determinować wybór grup wiekowych (uwaga – możliwe dodatkowe trudności etyczne)

ANALIZOWANIE INFORMACJI POD KĄTEM ZAUWAŻLANYCH WZORÓW

PROJEKTOWANIE MAPY POTRZEB I KIERUNKU ROZWOJU

## BIBLIOGRAFIA

R.V.Kozinets, Netnografia. Badania etnograficzne online,  
PWN, Warszawa 2012.



**Instytut Badań  
Organizacji Kultury**