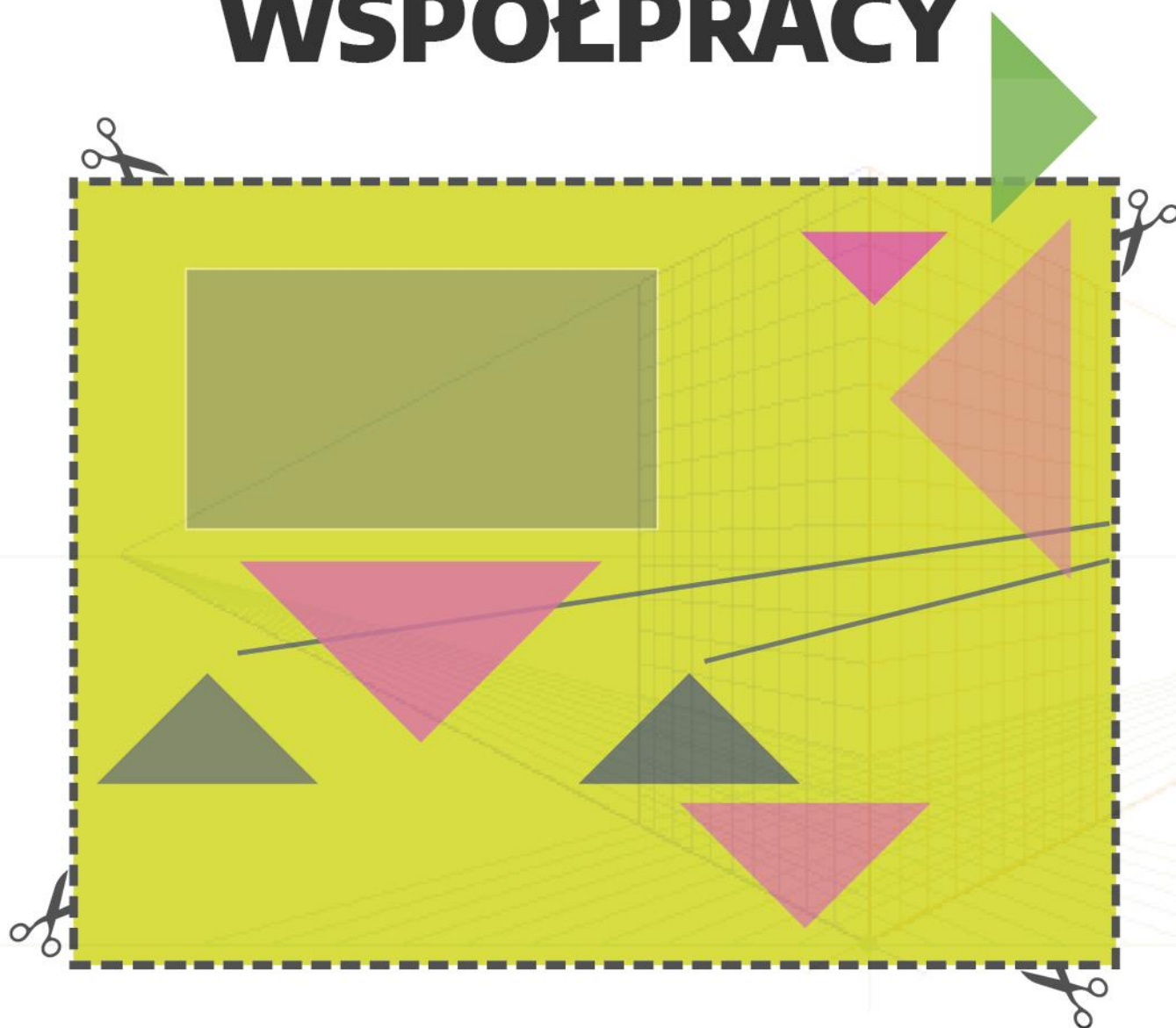
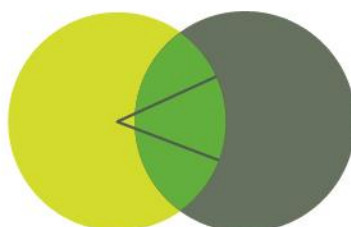


uczelnie dla instytucji kultury

MODELE WSPÓŁPRACY



obserwatorium



uczelnie dla instytucji kultury

Mazowsze.
serce Polski

SPIS TREŚCI

OPIS PROJEKTU	2
REALIZACJA PROJEKTU.....	2
GŁÓWNE WNIOSKI Z PROJEKTU.....	4
OGÓLNA SPECYFIKA WSPÓŁPRACY POMIĘDZY INSTYTUCJĄ A UCZELNIĄ	4
MOŻLIWOŚCI PRZEPROWADZENIA BADAŃ W INSTYTUCJI	5
WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI WYŻSZYMI	5
KORZYŚCI DLA INSTYTUCJI	5
KORZYŚCI DLA ZESPOŁU BADAWCZEGO	5
PODSTAWOWE ZASADY WSPÓŁPRACY INSTYTUCJI ZE STUDENTAMI.....	5
ORGANIZACJA WSPÓŁPRACY POMIĘDZY INSTYTUCJĄ A UCZELNIĄ.....	6
KWESTIONARIUSZ	6
SPOTKANIE „0” – WIZYTA ROZPOZNAWCZA W INSTYTUCJI.....	7
SPOTKANIE „1” – SPOTKANIE NEGOCJACYJNO-WARSZTATOWE	8
KONTRAKT	9
4 MODELE	9
JAK POWSTAŁY MODELE.....	9
MODEL WYJŚCIOWY/MODEL BAZOWY	11
MODEL SAMOTNY WILK/ SAMOTNA WILCZYCA	14
MODEL ZESPOŁOWY/GRUPOWY	17
MODEL INSTYTUCJONALNY	20

OPIS PROJEKTU

Realizacja przez Fundację Obserwatorium szeregu projektów, których beneficjentami były instytucje kultury, uświadomiła nam istnienie głębokiej potrzeby prowadzenia badań na poziomie lokalnym (na użytek działalności instytucji), ale także zaskakujący brak wiedzy z tego zakresu wśród przedstawicieli środowiska. Instytucje kultury cierpią na deficyt ekspertów m.in. w obszarze badań odbiorców i ewaluacji działań (a takie badania są niezbędne, aby profesjonalizować działalność i dostosowywać się do zachodzących zmian oraz potrzeb publiczności) – co jest szczególnie niepokojące, zważywszy na to, jak ważną rolę podmioty te pełnią w społecznościach lokalnych (edukują, integrują, aktywizują itd.). Posiadając doświadczenie współpracy także ze szkołami wyższymi, nie mogliśmy nie zauważyć, że to właśnie placówki naukowo-dydaktyczne są naturalnym sojusznikiem instytucji kultury wobec tego wyzwania. Jeśli chodzi o uczelnie (prowadzące kierunki z dziedziny nauk humanistycznych i społecznych), to często nie mają one okazji do bezpośredniej współpracy z instytucjami kultury. Trzon programu studiów niejednokrotnie stanowią zajęcia teoretyczne, podczas gdy ćwiczenia w terenie odgrywają mniejszą rolę (nie licząc praktyk studenckich, które nierzadko okazują się fikcją). Skutkuje to brakiem praktycznej wiedzy i doświadczenia związanego z pracą w sektorze kultury wśród pracowników uczelni i studentów. W naszej ocenie remedium może się tu okazać ściślejsza współpraca uczelni z instytucjami kultury.

Potencjał oraz mocne strony zarówno instytucji kultury, jak i uczelni, mogą niwelować deficyty, z którymi oba światy się borykają. Instytucjom kultury dostarczone zostaną wiedza, narzędzia oraz eksperci. Uczelnie zaś będą mogły zaangażować swoich pracowników oraz studentów w praktyczne działania. Współpraca taka może zapewnić z jednej strony profesjonalne wsparcie instytucji kultury w obszarze badań, z drugiej nabycie praktycznej wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych przez studentów.

Prezentowana publikacja została opracowana w ramach programu „Uczelnie dla instytucji kultury”, który był skierowany do wszystkich publicznych instytucji kultury województwa mazowieckiego (z wyłączeniem m.st. Warszawy). Beneficjenci programu nawiązali współpracę z renomowanymi warszawskimi uczelniami, w ramach której zrealizowane zostały wspólne projekty badawcze. Projekt był współfinansowany przez Samorząd Województwa Mazowieckiego w ramach programu „Kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i dziedzictwa narodowego”.

W tym miejscu dziękujemy pracownikom i pracowniczkom instytucji za ich otwartość, wsparcie oraz udział w programie. Opiekunom i opiekunkom zespołów badawczych oraz studentkom i doktorantom, którzy realizowali działania w terenie, serdecznie dziękujemy za zaangażowanie oraz profesjonalną postawę.

REALIZACJA PROJEKTU

Celem głównym projektu była budowa trwałych relacji pomiędzy sektorem kultury a uczelniami oraz wsparcie instytucji w ich działalności. W ramach działań projektowych wspólnie szukaliśmy odpowiedzi na takie pytania jak:

- Dlaczego coś robimy (celowość naszych działań w instytucji kultury)?
- Dla kogo powinniśmy coś robić?
- Jakimi metodami pracować?

- Co z naszych działań było skuteczne/efektywne oraz dlaczego i w jakim wymiarze?
- Czy warto było coś robić i czy warto to kontynuować?
- Kto skorzystał z naszych działań/oferty?
- Kto może skorzystać z oferty w przyszłości?
- Z czego chcieliby skorzystać nasi obecni i/lub potencjalni odbiorcy?
- Jak jesteśmy postrzegani (przez odbiorców, pracowników, partnerów, konkurencję, urzędy)?
- Jakimi zasobami dysponujemy (materialnymi, osobowymi)?

Pozyskane informacje mogą być przydatne do:

- opracowania strategii działalności instytucji;
- wzmocnienia funkcjonowania zespołu pracowników i współpracowników;
- opracowania lokalnej diagnozy;
- personalizacji kanałów promocji;
- dostosowania oferty do potrzeb odbiorców;
- budowania lokalnych partnerstw dla kultury;
- budowania marki instytucji;
- efektywniejszego pozyskiwania środków finansowych.

Warunkiem uczestnictwa w programie było wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego, w którym każda instytucja była zobowiązana do:

- opisanie problemów i potrzeb kulturalnych społeczności lokalnej, wśród której działa;
- precyzyjnego opisanie problemu, który miał być rozwiązany dzięki realizacji badań.

Dodatkowo punktowane były zgłoszenia, których autorzy zadeklarowali przystąpienie do programu w ramach koalicji z lokalnymi organizacjami działającymi w obszarze kultury.

Do programu zgłosiło się 15 Instytucji. Po analizie wszystkich wniosków zespół naukowy zakwalifikował do programu 4: Centrum Kultury Raszyn, Powiatowe Centrum Kultury i Sztuki im. Marii Konopnickiej w Ciechanowie, Regionalne Centrum Kultury Kurpiowskiej im. ks. Władysława Skierkowskiego w Myszyńcu oraz Teatr Dramatyczny im. Jerzego Szaniawskiego w Płocku.

W ramach programu utworzono cztery zespoły badawcze (opiekun/ka + studenci), które były kierowane przez dr hab. Magdalenę Dudkiewicz oraz doktorantkę mgr Kaję Rożdżyńską-Stańczak z Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, dr. Piotra Majewskiego ze School of Ideas SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołecznego, dr. Michała Rauszera z Wydziału Pedagogicznego Uniwersytetu Warszawskiego oraz dr. Mateusza Skrzeczkowskiego z Wydziału Nauk Humanistycznych i Społecznych SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołecznego. W skład zespołów badawczych weszli doktorant, doktorantki i studentki Uniwersytetu SWPS oraz Uniwersytetu Warszawskiego, m.in.: mgr Katarzyna Głąb, Eliza Gnatowska, Sara Goworowska, Anna Jastrzębska, mgr Anna Kamecka, Alicja Krzywicka, Milena Lewandowska, mgr Mateusz Marczewski, Anna Moroz, Aleksandra Olszowska, Marianna Piekarska, Karolina Porzezińska, Katarzyna Szybisty, Dominika Wiatrowska, Anna Wydra. Każdy zespół badawczy był wspierany przez doświadczonych badaczy z Fundacji Obserwatorium: Annę Pietraszko, Annę Szczepilewską oraz Karola Wittelsa.

Podsumowaniem przeprowadzonych działań były studia przypadków sporządzone dla każdej instytucji (narzędzia oraz opis pozyskanych informacji). Z kolei niniejsza publikacja stanowi kompendium wiedzy o tym, w jaki sposób instytucje kultury mogą nawiązywać współpracę z zespołami badawczymi (i na odwrót); co powinna przygotować każda instytucja przed rozpoczęciem badań; jak wpływa stopień zaangażowania pracowników instytucji na działania badawcze; w jaki sposób badacze powinni organizować współpracę z instytucjami, aby uniknąć nieporozumień oraz błędów.

GŁÓWNE WNIOSKI Z PROJEKTU

- Instytucje potrzebują podniesienia świadomości w zakresie prowadzenia badań, tj. **wiedzy na temat sensowności, celowości i skutków prowadzenia badań** (dlaczego i po co badać, co badać, co powinno być rezultatem badania).
- Instytucje potrzebują wsparcia w zakresie badania swojej działalności oraz potencjału lokalnego – brak im bowiem odpowiednich zasobów: *know-how* oraz działów/osób, które odpowiadałyby za ten obszar.
- Instytucje potrzebują wiedzy i kompetencji z zakresu interpretacji danych zastanych oraz wniosków z dostępnych badań, a także wiedzy o tym, jak przełożyć wyniki badań na działalność instytucji.
- Instytucje potrzebują wsparcia (przede wszystkim bezpłatnego) w zakresie organizacji współpracy z badaczami.
- Aby współpraca pomiędzy instytucjami a uczelniami była owocna i satysfakcjonująca, niezbędna jest otwartość instytucji na **zmianę**. Instytucja powinna odpowiedzieć sobie na pytanie, po co jest jej potrzebne badanie. Świadomość dotycząca ostatecznych skutków badania, tj. wdrożenia wypracowanych rekomendacji, jest tu kluczowa. Jeżeli dyrektor/ka czy pracownicy/pracowniczki instytucji będą świadomi, że badania mogą i powinny spowodować **realną zmianę**, to wszystkie działania w ramach realizowanego procesu przebiegną sprawniej, większa też będzie szansa na to, że rekomendacje zostaną faktycznie wdrożone – będzie **grunt do wdrażania rekomendacji**. Jeżeli instytucja nie będzie gotowa na zmianę, to takiego gruntu nie będzie.
- Możliwość wprowadzenia zmiany jest ważna również z punktu widzenia zespołów badawczych, a zwłaszcza studentek i studentów. Potrzebne jest rzeczywiste zaangażowanie instytucji, tak aby członkowie i członkinie zespołu badawczego mieli poczucie, że ich działania mają sens („żeby nie wyjeżdżać z poczuciem, że nic z tego nie wyniknie, nie będzie zmiany”).
- Brak otwartości na zmianę może się przejawiać poprzez: brak chęci do analizy danych, utrudnianie realizacji poszczególnych etapów badania – np. ingerencję w narzędzia badawcze („nie zadajemy pytań niewygodnych”), brak zaangażowania pracowników instytucji w proces badawczy („brak pozwolenia na udział w takich działaniach”, „poczucie, że wyniki badania nie zostaną wdrożone”, „niechęć do strukturalnych zmian”).
- Pracownicy i pracowniczki instytucji mogą uczestniczyć w projekcie jako badacze. Decyzja w tej kwestii ma kluczowy wpływ na charakter całego badania (zaangażowanie pracowników ma wpływ na skalę badania).

OGÓLNA SPECYFIKA WSPÓŁPRACY POMIĘDZY INSTYTUCJĄ A UCZELNIĄ

MOŻLIWOŚCI PRZEPROWADZENIA BADAŃ W INSTYTUCJI

- pracownicy odpowiedzialni za badania;
- działy odpowiedzialne za badania;
- wynajem firm/badaczy zewnętrznych;
- współpraca z uczelniami wyższymi;
- korzystanie z konkursów grantowych (w zakresie realizacji badań);
- korzystanie z danych zastanych (na przeszkodzie stoi tu często brak wiedzy/kompetencji pracowników z zakresu interpretacji danych i wniosków, a także wdrażania rekomendacji, tj. wiedzy o tym, jak przełożyć wyniki badań na działalność instytucji).

WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI WYŻSZYMI

Instytucja kultury ma różne możliwości w zakresie realizacji badań na swój użytek. Współpraca z uczelniami to jedna z nich. Zaletą wyboru tej opcji jest szereg korzyści, jakie taka współpraca może przynieść obu jej stronom.

KORZYŚCI DLA INSTYTUCJI

- nieodpłatna realizacja profesjonalnych działań badawczych w instytucji;
- wsparcie eksperckie, które ułatwi znalezienie odpowiedzi na pytania ważne z punktu widzenia instytucji;
- podniesienie kompetencji pracowników instytucji w zakresie prowadzenia badań;
- wypracowanie narzędzi badawczych, które mogą być wykorzystywane w przyszłości;
- możliwość przekształcenia się współpracy z uczelniami w działanie długofalowe;
- możliwość zainicjowania jakościowych zmian strukturalnych w instytucji.

KORZYŚCI DLA ZESPOŁU BADAWCZEGO

- odbycie praktyk zawodowych lub wykonanie zadania, którego realizacja jest warunkiem zaliczenia przedmiotu bądź stanowi wkład do pracy licencjackiej, magisterskiej, doktorskiej;
- dostrzeżenie możliwości współpracy z instytucjami kultury w zakresie praktycznego wykorzystania narzędzi badawczych;
- możliwość uczestnictwa w „prawdziwym” projekcie badawczym, tj. takim, którego wyniki mogą wpłynąć na działalność faktycznie funkcjonującego podmiotu (poczucie sprawczości, poczucie sensowności prowadzenia badań);
- nabycie praktycznych umiejętności z zakresu prowadzenia badań (np. przeprowadzanie wywiadu, obserwacji uczestniczącej), w tym przełamanie barier psychicznych i mentalnych (kompetencje społeczne);
- praktyczne doświadczenie z zakresu organizacji badań – od pierwszego spotkania ze zleceniodawcą, poprzez negocjowanie przedmiotu i zakresu badania, po jego realizację i prezentację wyników;
- poznanie specyfiki funkcjonowania instytucji kultury w Polsce, w różnych kontekstach (np. w średniej czy małej miejscowości).

PODSTAWOWE ZASADY WSPÓŁPRACY INSTYTUCJI ZE STUDENTAMI

- Studenci i studentki wykonują swoją pracę nieodpłatnie.
- Studenci i studentki nie są wykwalifikowanymi badaczami, a w ramach projektu pozyskują doświadczenie, kompetencje i praktyczną wiedzę. Obecność opiekuna naukowego/opiekunki naukowej gwarantuje profesjonalny przebieg procesu badawczego – jednakże osoby mniej doświadczone mogą popełniać błędy.
- Instytucja **nie jest klientem**, lecz **partnerem** – współpraca powinna odbywać się z poszanowaniem potrzeb obu stron.
- Obie strony współpracy powinny przestrzegać ustalonych warunków, a jednocześnie przedstawiciele instytucji powinni szanować nieodpłatną pracę zespołu badawczego.
- Pracownicy i pracowniczki instytucji kultury powinni angażować się w proces badawczy, według indywidualnych możliwości (z uwzględnieniem specyfiki badania, która w niektórych przypadkach może wykluczać obecność pracownika instytucji).
- Obszary, zakres, harmonogram oraz efekty współpracy powinny być wynikiem negocjacji, które będą uwzględniały potrzeby obu stron.
- Zespół pracowników lub pracownik/pracowniczka instytucji powinni być odpowiedzialni za wstępne sformułowanie problemu oraz pytań badawczych. Zespół badawczy – za plan badawczy, metodologię i narzędzia badawcze.
- Zespół pracowników lub pracownik/pracowniczka instytucji powinni opiniować narzędzia badawcze oraz uczestniczyć w całym procesie badawczym, lecz nie powinni zbyt ingerować w merytoryczne elementy badania (szczególnie w przypadku manipulacji danymi).
- Opiekun naukowy/opiekunka naukowa powinien/powinna czuwać nad merytoryczną poprawnością działań badawczych, prowadzonych w ramach projektu.
- Uczelnia i/lub instytucja powinny dysponować strukturami (ludzie + *know-how*), które zapewnią prawidłową organizację współpracy. Opcjonalnie, zadanie to może być zrealizowane przez studentów i studentki, odbywających praktykę z zakresu zarządzania projektem. Organizacja współpracy może także zostać powierzona stronie trzeciej – podmiotowi pośredniczącemu (takiemu jak np. Fundacja Obserwatorium).

ORGANIZACJA WSPÓŁPRACY POMIĘDZY INSTYTUCJĄ A UCZELNIĄ

Nawiązanie współpracy pomiędzy instytucją kultury a uczelnią może zaistnieć na skutek indywidualnych działań pracowników/pracowniczek instytucji, indywidualnych działań pracowników/ pracowniczek uczelni lub przy wsparciu organizacji pośredniczącej (takiej jak np. Fundacja Obserwatorium). Tak czy inaczej warto, aby proces organizowania współpracy zawierał elementy/etapy wymienione niżej.

KWESTIONARIUSZ

Instytucja, która jest zainteresowana badaniem, powinna w pierwszej kolejności wypełnić kwestionariusz informacyjny. Na podstawie udzielonych odpowiedzi będzie można określić charakter oraz wstępne zasady przyszłej współpracy.

REKOMENDOWANY KWESTIONARIUSZ

- Nazwa instytucji;
- Adres instytucji;
- Imię i nazwisko osoby wypełniającej kwestionariusz;
- Telefon kontaktowy osoby wypełniającej kwestionariusz;
- Adres e-mail osoby wypełniającej kwestionariusz;
- Opis działalności instytucji;
- Czy instytucja prowadziła już jakieś badania? Jeżeli tak, to jakie? Czego dotyczyły?
- Czy jest zgoda dyrektora instytucji na proponowane działania? [TAK; NIE];
- Ile pracowniczek/ilu pracowników zatrudnia instytucja (umowy o pracę, inne umowy cywilno-prawne);
- Ile pracowniczek/ilu pracowników zadeklarowało swoje zaangażowanie w działania badawcze? Prosimy wpisać imiona i nazwiska poszczególnych osób [1... 2... 3...];
- Lista parterów zaangażowanych w proces badawczy (imię i nazwisko + nazwa instytucji, organizacji, grupy inicjatywnej, etc.) [1... 2... 3...];
- Na jakie pytania badawcze instytucja chciałaby otrzymać odpowiedzi. Prosimy o wymienienie wszystkich [1... 2... 3...];
- Czego instytucja spodziewa się po uczestnictwie w projekcie? Jakich efektów oczekuje?
- Czy pracowniczki i pracownicy instytucji zaangażują się w realizację badań (będą badaczami)? [TAK; NIE] Jeżeli tak, to ile osób?
- Jakie będzie zaangażowanie instytucji w działania projektowe?
 - zapewnimy nocleg dla zespołu badawczego;
 - zapewnimy wyżywienie dla zespołu badawczego;
 - zapewnimy transport dla zespołu badawczego;
 - mamy możliwość sfinansowania materiałów warsztatowych niezbędnych do realizacji działań badawczych;
 - wystawimy zaświadczenia z wykonanych prac dla poszczególnych członków zespołu badawczego;
 - przekażemy darmowe wejściówki/bilety etc. na wydarzenia realizowane przez naszą instytucję lub podmioty współpracujące;
 - inne...

SPOTKANIE „0” – WIZYTA ROZPOZNAWCZA W INSTYTUCJI

Kluczowym momentem współpracy pomiędzy zespołem badawczym a instytucją powinno być spotkanie weryfikacyjne, przez nas nazwane spotkaniem „0”. To właśnie podczas niego powinny zostać zweryfikowane deklaracje zawarte w kwestionariuszu.

W spotkaniu powinni uczestniczyć opiekun naukowy/opiekunka naukowa, przedstawiciel/przedstawicielka strony trzeciej (opcjonalnie) oraz, ze strony instytucji, wszystkie osoby, których nazwiska widnieją w kwestionariuszu (zarówno pracownicy/pracowniczki instytucji, jak i partnerzy), w tym dyrektor/dyrektorka instytucji (jeżeli wyraził/a zgodę na realizację badań w instytucji). Warto także, aby w spotkaniu uczestniczyli kierownicy/kierowniczki działów, których badanie miałyby dotyczyć. Obecność osób o kompetencjach decyzyjnych jest szczególnie istotna, rozmowa z nimi może bowiem pomóc w ustaleniu **stosunku instytucji do zmiany** oraz w wyborze optymalnego, szczegółowego modelu współpracy (por. dalej, 4 modele). Wybór modelu będzie miał wpływ na obszary i zakres badania.

CELE SPOTKANIA

- weryfikacja informacji podanych w kwestionariuszu (zawsze może się coś zmienić);
- określenie skali zaangażowania pracowników/pracowniczek instytucji i partnerów;
- potwierdzenie stanowiska dyrektora/dyrektorki (zgoda lub jej brak);
- ustalenie stosunku instytucji do zmian.

REZULTATY SPOTKANIA

- decyzja o podjęciu współpracy (lub o jej zaniechaniu);
- wybór modelu współpracy.

SPOTKANIE „1” – SPOTKANIE NEGOCJACYJNO-WARSZTATOWE

Kolejnym etapem nawiązywania współpracy pomiędzy zespołem badawczym a instytucją powinno być spotkanie negocjacyjno-warsztatowe, przez nas nazwane spotkaniem „1”. To właśnie podczas niego powinny zostać jasno sformułowane cele jednej i drugiej strony, omówione główne zasady współpracy oraz ustalone obszary, zakres, harmonogram oraz spodziewane efekty działań.

W spotkaniu powinni uczestniczyć opiekun naukowy/opiekunka naukowa, studentki i studenci, którzy będą uczestniczyć w pracach zespołu badawczego, przedstawiciel/przedstawicielka strony trzeciej (opcjonalnie) oraz, ze strony instytucji, wszystkie osoby, których nazwiska widnieją w kwestionariuszu (zarówno pracownicy/pracowniczki instytucji, jak i partnerzy). Warto, aby w spotkaniu uczestniczył/a dyrektor/dyrektorka instytucji (model zespołowy i instytucjonalny). Jeżeli współpraca będzie realizowana w modelu instytucjonalnym, to warto, aby w spotkaniu uczestniczyli również kierownicy/kierowniczki oraz przedstawiciele/przedstawicielki zainteresowanych działów.

Spotkanie powinno być połączone z warsztatem dla instytucji (z udziałem wszystkich lub większości pracowników w modelu nr 3; z udziałem pracownika/grupy pracowników w modelach nr 1 i 2), dotyczącym sensowności, celowości i skutków prowadzenia badań (dlaczego i po co badać, co badać, co powinno być rezultatem badania). Szkolenie można rozszerzyć o zagadnienia z zakresu interpretacji danych zastanych i wniosków z dostępnych badań, a także przekładania wyników badań na działalność instytucji (wdrażanie rekomendacji). Warsztat może zostać poprowadzony przez przedstawiciela/przedstawicielkę podmiotu pośredniczącego lub osobę wyznaczoną przez uczelnię.

CELE SPOTKANIA

- omówienie obszarów, pytań badawczych oraz zakresu współpracy;
- omówienie harmonogramu i efektów współpracy (dla obu stron);
- wypracowanie zasad kontraktu dotyczącego współpracy;
- przeprowadzenie, na rzecz instytucji, warsztatu z zakresu sensowności, celowości i skutków prowadzenia badań;
- przeprowadzenie, na rzecz instytucji, warsztatu z zakresu interpretacji danych zastanych i wniosków z dostępnych badań, a także przekładania wyników badań na działalność instytucji (opcjonalnie).

REZULTATY SPOTKANIA

- rodzaje narzędzi badawczych i ogólny plan badawczy;

- harmonogram działań i efekty współpracy;
- inne wytyczne do kontraktu;
- podniesienie świadomości instytucji (pracownika/pracowniczkę, grupy pracowników lub ogółu pracowników) w zakresie sensowności, celowości i skutków prowadzenia badań;
- podniesienie wiedzy/kompetencji pracownika/pracowniczkę, grupy pracowników lub ogółu pracowników instytucji z zakresu interpretacji danych zastanych i wniosków z dostępnych badań, a także przekładania wyników badań na działalność instytucji (opcjonalnie).

KONTRAKT

W efekcie spotkania powinien zostać zredagowany kontrakt, zawierający wszystkie wypracowane ustalenia dotyczące współpracy, tj. szczegółowe informacje o zobowiązaniach obu stron, informacje o obszarach, zakresie działań, harmonogramie i efektach prac badawczych, a także możliwościach dokonywania zmian i okolicznościach ewentualnego zerwania współpracy. Kontrakt powinien zostać podpisany przez wszystkie strony zaangażowane w proces.

Warto, aby kontrakt zawierał:

- informację, że instytucja nie ponosi kosztów realizacji badania, z wyjątkiem zadeklarowanego wkładu (noclegi, transport itp.);
- deklarację współpracy z poszanowaniem potrzeb obu stron;
- informacje o prawach i zobowiązaniach obu stron;
- nazwiska i dane kontaktowe osób odpowiedzialnych za koordynację działań (ze strony instytucji, ze strony uczelni, oraz, opcjonalnie, ze strony podmiotu pośredniczącego);
- zasady i sposoby komunikacji;
- harmonogram projektu i efekty współpracy;
- terminy weryfikacji realizacji poszczególnych etapów procesu („punkty kontrolne”);
- klauzulę dotyczącą zasady anonimowości rozmówców/respondentów oraz klauzulę dotyczącą poufności danych surowych (badacze nie przekazują instytucji surowych danych, przekazują wyniki analizy danych);
- warunki zerwania kontraktu w razie nieprzebrzegania warunków przez którąś ze stron (brak deklarowanego zaangażowania, nieuzasadnione zmiany terminów współpracy, niedostarczenie uzgodnionych materiałów etc.).

Warto dodać, że dyrektor lub dyrektorka placówki, nawet jeśli nie uczestniczy osobiście w procesie badawczym (i o ile wyraził/wyraziła zgodę na przeprowadzenie badania), powinien/powinna na bieżąco monitorować ten proces (lub być informowany/informowana o jego przebiegu). Bieżące informowanie osoby o kompetencjach decyzyjnych na temat stanu prac zmniejszy ryzyko odrzucenia przez nią wypracowanych na koniec rekomendacji.

4 MODELE

JAK POWSTAŁY MODELE

Każde z czterech przeprowadzonych działań miało inną dynamikę, a ich przebieg nie zawsze był zgodny z planem. Koordynatorki i koordynator projektu czuwali nad realizacją procesu w każdej lokalizacji i interweniowali w sytuacjach problemowych, które zazwyczaj wynikały

z różnych stylów komunikacji i/lub organizowania pracy, a także stopnia zaangażowania pracowników poszczególnych instytucji. Ewaluacja działań projektowych wykazała, że zarówno kadra zarządzająca projektem, jak i zespoły badawcze oraz instytucje powinny rozważyć modyfikację niektórych elementów całego procesu, aby realizować podobne działania w sposób bardziej efektywny. Właśnie na podstawie doświadczeń ze współpracy z wybranymi czterema instytucjami opracowano zaprezentowane niżej **MODELE**. Stworzono je na bazie obserwacji, wywiadów, rozmów nieformalnych, ewaluacji działań projektowych, analizy procesów komunikacyjnych. Należy jednak podkreślić, że żaden z prezentowanych modeli nie wystąpił, w ramach projektu, w czystej postaci.

Przedstawione poniżej modele to **jeden model wyjściowy/bazowy** oraz **trzy modele szczegółowe**. Model wyjściowy/bazowy będzie miał zastosowanie we wszystkich przypadkach. Zakłada on przeprowadzenie spotkania „0”, na podstawie którego wybrany zostanie jeden z trzech modeli szczegółowych. Wybór będzie tu zależał od tego: kto zainicjował przeprowadzenie badań w instytucji; jaki jest stosunek dyrektora/dyrektorki do tej inicjatywy; jaki ma do niej stosunek ogół pracowników. Wybór szczegółowego modelu współpracy będzie miał wpływ na kształt ustaleń, które znajdą swoje odzwierciedlenie w treści kontraktu oraz w przebiegu badań.

MODEL WYJŚCIOWY/MODEL BAZOWY



KORZYŚCI DLA INSTYTUCJI*

- Nieodpłatna realizacja profesjonalnych działań badawczych w instytucji;
- Wsparcie eksperckie, które ułatwi znalezienie odpowiedzi na pytania ważne z punktu widzenia instytucji;
- Podniesienie kompetencji pracowników instytucji w zakresie prowadzenia badań;
- Wypracowanie narzędzi badawczych, które będą mogły być wykorzystywane w przyszłości;
- Możliwość przekształcenia się współpracy z uczelniami w działanie długofalowe;
- Możliwość zainicjowania jakościowych zmian strukturalnych w instytucji.

* Pełna lista korzyści będzie dotyczyła tylko modelu nr 3. W modelach nr 1 i 2 pakiety korzyści będą ograniczone, ze względu na specyfikę współpracy.

KORZYŚCI DLA ZESPOŁU BADAWCZEGO*

- Odbycie praktyk zawodowych lub wykonanie zadania, którego realizacja jest warunkiem zaliczenia przedmiotu bądź stanowi wkład do pracy licencjackiej, magisterskiej, doktorskiej;
- Dostrzeżenie możliwości współpracy z instytucjami kultury w zakresie praktycznego wykorzystania narzędzi badawczych;
- Możliwość uczestnictwa w „prawdziwym” badaniu, tj. takim, którego wyniki mogą zostać wdrożone przez faktycznie działający podmiot (poczucie sprawczości, poczucie sensowności prowadzenia badań);
- Nabycie praktycznych umiejętności z zakresu prowadzenia badań (np. przeprowadzanie wywiadu, obserwacji uczestniczącej), w tym przełamanie barier psychicznych i mentalnych (kompetencje społeczne);
- Praktyczne doświadczenie z zakresu organizacji badań – od pierwszego spotkania ze zleceniodawcą, poprzez negocjowanie przedmiotu i zakresu badania, po jego realizację i prezentację wyników;
- Poznanie specyfiki funkcjonowania instytucji kultury w Polsce, w różnych kontekstach (np. w średniej czy małej miejscowości).

* Pełna lista korzyści będzie dotyczyła tylko modelu nr 3. W modelach nr 1 i 2 pakiety korzyści będą ograniczone, ze względu na specyfikę współpracy.

MOŻLIWE PYTANIA BADAWCZE*

* Pełna lista pytań badawczych będzie dotyczyła tylko modelu nr 3. W modelach nr 1 i 2 możliwości formułowania pytań badawczych będą ograniczone, ze względu na specyfikę współpracy.

Zawarte w modelach pytania badawcze są uniwersalne. Ich treść może być modyfikowana w zależności od lokalnej specyfiki instytucji.

OBSZAR ODBIORCA

- Kim jest odbiorca instytucji (ile ma lat, gdzie mieszka, jaki styl życia prowadzi)?
- Jak spędza czas wolny odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji?
- Jakie potrzeby ma odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji?
- Na jakie potrzeby odbiorcy odpowiada instytucja (motywacje odbiorcy do uczestnictwa)?
- Ilu odbiorców ma instytucja?
- Kim jest nie-odbiorca i dlaczego nie korzysta z oferty instytucji?

OBSZAR OFERTA

- Jak odbiorca ocenia ofertę instytucji?
- Jak odbiorca ocenia poszczególne działania instytucji?
- Czego (zdaniem odbiorcy, nie-odbiorcy, pracowników...) brakuje w ofercie instytucji?
- Jakie zmiany w ofercie zwiększyłyby uczestnictwo w działaniach instytucji?

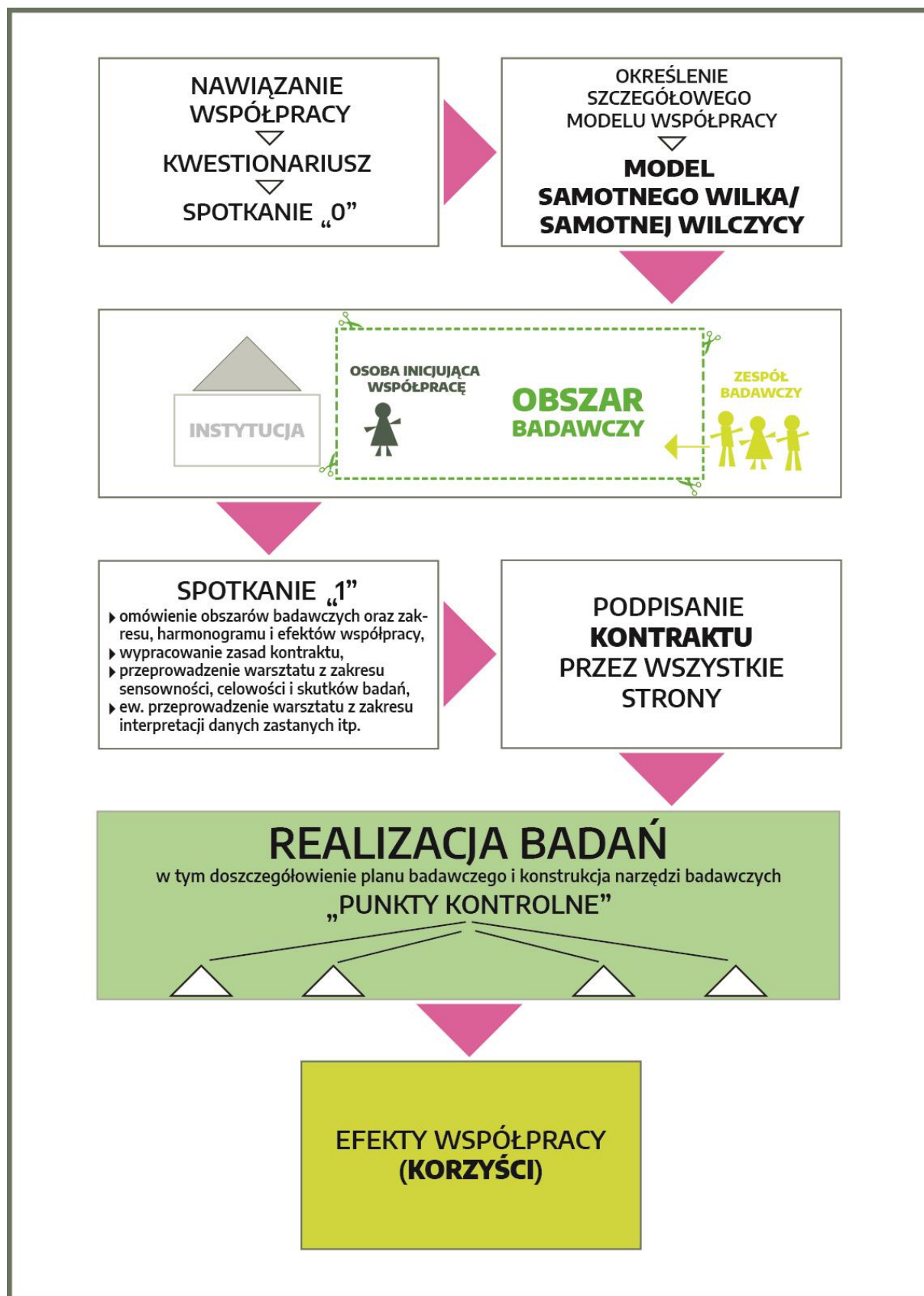
OBSZAR WSPÓŁPRACA/KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA*

- Jakie są bariery komunikacyjne w instytucji?
- Jakie kanały komunikacji wewnętrznej są skuteczne, a jakie nie?

*Obszar problematyczny, trudny nawet dla doświadczonych badaczy (z uwagi na możliwość występowania konfliktów wewnętrznych/personalnych, mobbingu etc.)

OBSZAR INFORMACJA I PROMOCJA
• Z jakich źródeł odbiorcy czerpią informacje o ofercie? • Jaki jest zasięg promocji? • Jakie główne komunikaty są zawarte w przekazach informacyjno-promocyjnych (analiza treści werbalnych i wizualnych)? • Czy komunikaty są dostosowane do potrzeb grup, do których są skierowane? • Gdzie i w jaki sposób instytucja powinna się promować, aby osiągnąć zakładane cele?
OBSZAR MARKA
• Jak instytucja chciałaby być postrzegana? • Jak instytucja jest postrzegana przez odbiorców? • Jak instytucja jest postrzegana przez nie-odbiorców? • Jak instytucja jest postrzegana przez innych interesariuszy (pracownicy, współpracownicy, partnerzy, urzędnicy...)? • Czy postrzeganie instytucji przez otoczenie jest zgodne z jej oczekiwaniami (misja, wizja...)?
OBSZAR OTOCZENIE
• Z kim instytucja konkuruje o czas wolny odbiorców? • Z kim instytucja mogłaby współpracować? • Jaki jest potencjał lokalny otoczenia instytucji (jakie lokalne zasoby można zaangażować w jej działania – ludzie, inicjatywy, przestrzeń, tradycje, zwyczaje)?

MODEL SAMOTNY WILK/ SAMOTNA WILCZYCA



CHARAKTERYSTYKA

- Studenci nie mają możliwości zrealizowania oficjalnych praktyk, ale mogą podejmować działania w ramach zajęć przedmiotowych lub zbierania materiałów do prac licencjackich, magisterskich, doktorskich.
- Działania badawcze inicjuje jeden pracownik/pracowniczka instytucji, ewentualnie niewielka grupa pracowników, stanowiąca jednak zdecydowaną mniejszość w instytucji (inicjatywa własna, bez wsparcia dyrekcji).
- Pozostali członkowie i członkinie zespołu pracowniczego nie wiedzą o inicjatywie (lub mają do niej stosunek obojętny) i nie uczestniczą w procesie.
- Osoba inicjująca może wejść w partnerstwo z inną instytucją/innym podmiotem.
- Osoba inicjująca wstępnie określa problem badawczy oraz pytania badawcze, z zastrzeżeniem, że działania badawcze będą mogły być realizowane wyłącznie poza instytucją.
- Osoba inicjująca może brać udział w procesie jako badacz/badaczka (ale nie musi).

POTENCJAŁ W ZMIANY W INSTYTUCJI

Niewielki – pole manewru ograniczone do zakresu obowiązków i odpowiedzialności osoby inicjującej działania.

KORZYŚCI DLA INSTYTUCJI

- Wsparcie eksperckie, które ułatwi znalezienie odpowiedzi na pytania ważne z punktu widzenia pracownika (niewielkiej grupy pracowników) instytucji;
- Podniesienie kompetencji pracownika (niewielkiej grupy pracowników) instytucji w zakresie prowadzenia badań;
- Wypracowanie narzędzi badawczych, które będą mogły być wykorzystywane w przyszłości przez pracownika (niewielką grupę pracowników) instytucji.

KORZYŚCI DLA ZESPOŁU BADAWCZEGO

- Wykonanie zadania, którego realizacja jest warunkiem zaliczenia przedmiotu bądź stanowi wkład do pracy licencjackiej, magisterskiej, doktorskiej;
- Dostrzeżenie możliwości współpracy z instytucjami kultury w zakresie praktycznego wykorzystania narzędzi badawczych;
- Nabycie praktycznych umiejętności z zakresu prowadzenia badań (np. przeprowadzanie wywiadu, obserwacji uczestniczącej), w tym przełamanie barier psychicznych i mentalnych (kompetencje społeczne);
- Praktyczne doświadczenie z zakresu organizacji badań – od pierwszego spotkania ze zleceniodawcą, poprzez negocjowanie przedmiotu i zakresu badania, po jego realizację i prezentację wyników;
- Do pewnego stopnia: poznanie specyfiki funkcjonowania instytucji kultury w Polsce, w różnych kontekstach (np. w średniej czy małej miejscowości).

MOŻLIWE PYTANIA BADAWCZE*

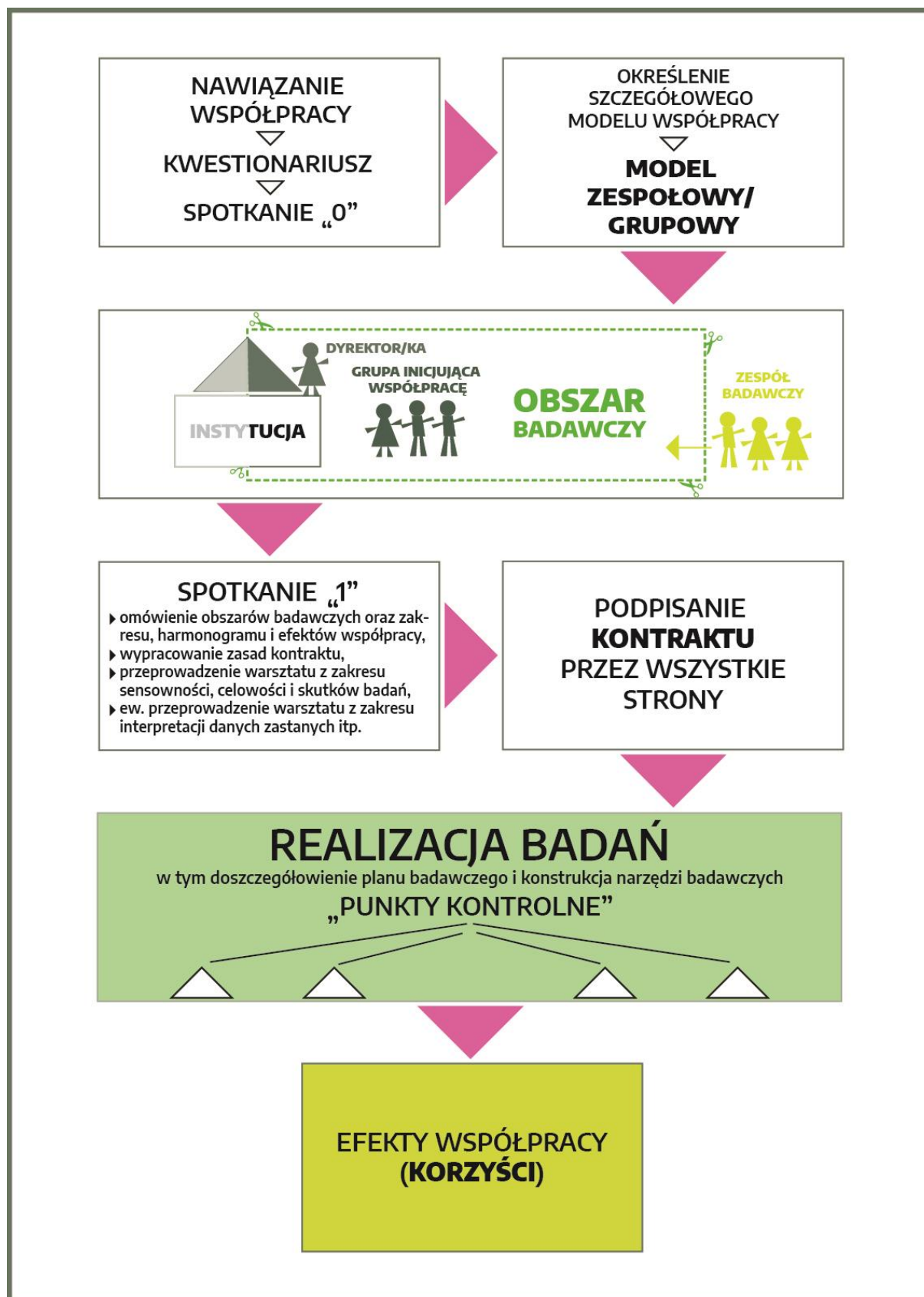
* W tym modelu możliwe jest podjęcie problemów badawczych w niżej wymienionych obszarach (wybrane pytania badawcze). Należy jednak pamiętać, że z uwagi na ograniczenie działań do sfery poza instytucją, pozyskane odpowiedzi nie będą wyczerpujące, zwłaszcza w takich obszarach jak ODBIORCA, OFERTA i MARKA (niemożność skorzystania z dokumentów wewnętrznych instytucji, niemożność przeprowadzenia badania wśród osób odwiedzających instytucję oraz wśród jej pracowników).

Trzeba też zauważyć, że podjęcie zagadnień z obszaru INFORMACJA I PROMOCJA będzie celowe tylko pod warunkiem, że „samotnym wilkiem”/„samotną wilczycą” będzie osoba odpowiedzialna za te kwestie.

Zawarte w modelu pytania badawcze są uniwersalne. Ich treść może być modyfikowana w zależności od lokalnej specyfiki instytucji.

OBSZAR ODBIORCA
• Jak spędza czas wolny odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji? • Jakie potrzeby ma odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji? • Na jakie potrzeby odbiorcy odpowiada instytucja (motywacje odbiorcy do uczestnictwa)? • Kim jest nie-odbiorca i dlaczego nie korzysta z oferty instytucji?
OBSZAR OFERTA
• Jak odbiorca ocenia ofertę instytucji? • Jak odbiorca ocenia poszczególne działania instytucji? • Czego (zdaniem odbiorcy, nie-odbiorcy...) brakuje w ofercie instytucji? • Jakie zmiany w ofercie zwiększyłyby uczestnictwo w działaniach instytucji?
OBSZAR INFORMACJA I PROMOCJA
• Z jakich źródeł odbiorcy czerpią informacje o ofercie? • Jaki jest zasięg promocji? • Jakie główne komunikaty są zawarte w przekazach informacyjno-promocyjnych (analiza treści werbalnych i wizualnych)? • Czy komunikaty są dostosowane do potrzeb grup, do których są skierowane?
OBSZAR MARKA
• Jak instytucja jest postrzegana przez odbiorców? • Jak instytucja jest postrzegana przez nie-odbiorców?
OBSZAR OTOCZENIE
• Z kim instytucja konkuruje o czas wolny odbiorców? • Z kim instytucja mogłaby współpracować? • Jaki jest potencjał lokalny otoczenia instytucji (jakie lokalne zasoby można zaangażować w jej działania – ludzie, inicjatywy, przestrzeń, tradycje, zwyczaje)?

MODEL ZESPOŁOWY/GRUPOWY



CHARAKTERYSTYKA

- Studenci mają możliwość zrealizowania oficjalnych praktyk.
- Działania są realizowane za zgodą dyrektora lub dyrektorki instytucji.
- Działania badawcze inicjuje grupa osób należących do jednego lub do różnych działów instytucji.
- Pozostali członkowie i członkinie zespołu pracowniczego mają obojętny lub negatywny stosunek do inicjatywy – nie uczestniczą w procesie lub robią to w znikomym stopniu (np. jako badani lub wsparcie techniczne przy realizacji niektórych działań).
- Członkowie i członkinie grupy inicjatywnej wstępnie określają problem badawczy oraz pytania badawcze.
- Obszar badań zależy od zakresu obowiązków i odpowiedzialności poszczególnych osób z grupy inicjatywnej.
- Działania mogą być realizowane poza instytucją lub wewnątrz niej, w zakresie ograniczonym do pola wpływów członków grupy inicjatywnej, tj. w ramach ich stanowisk, ewentualnie z organicznym (biernym) udziałem osób, z którymi członkowie grupy inicjatywnej na co dzień pomyślnie współpracują.
- Członkowie i członkinie grupy inicjatywnej mogą brać udział w procesie jako badacze (ale nie muszą).
- Zakres działań badawczych zależy także od poziomu czynnego zaangażowania grupy inicjatywnej w proces (udział w charakterze badaczy).
- Dyrektor lub dyrektorka instytucji powinien/powinna na bieżąco monitorować proces badawczy.

POTENCJAŁ ZMIANY W INSTYTUCJI

Średni – pole manewru rozszerzone na pola wpływów członków i członkin grupy inicjatywnej, jednak możliwość wprowadzenia zmian strukturalnych w instytucji jest ograniczona.

KORZYŚCI DLA INSTYTUCJI

- Nieodpłatna realizacja profesjonalnych działań badawczych w instytucji;
- Wsparcie eksperckie, które ułatwi znalezienie odpowiedzi na pytania ważne z punktu widzenia grupy pracowników instytucji;
- Podniesienie kompetencji grupy pracowników instytucji w zakresie prowadzenia badań;
- Wypracowanie narzędzi badawczych, które będą mogły być wykorzystywane w przyszłości przez grupę pracowników instytucji.

KORZYŚCI DLA ZESPOŁU BADAWCZEGO

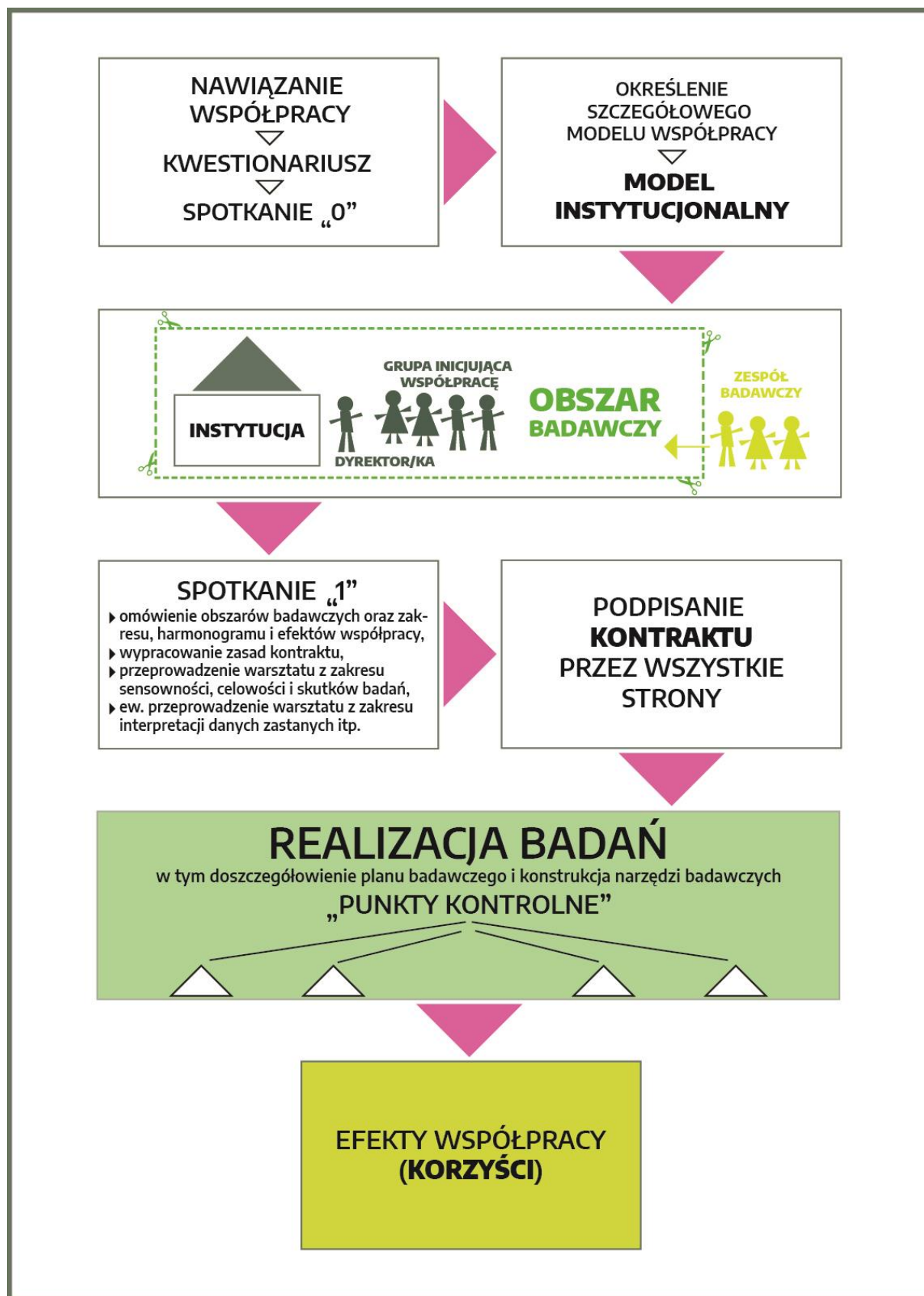
- Odbicie praktyk zawodowych lub wykonanie zadania, którego realizacja jest warunkiem zaliczenia przedmiotu bądź stanowi wkład do pracy licencjackiej, magisterskiej, doktorskiej;
- Dostrzeżenie możliwości współpracy z instytucjami kultury w zakresie praktycznego wykorzystania narzędzi badawczych;
- Możliwość uczestnictwa w „prawdziwym” badaniu, tj. takim, którego wyniki mogą zostać wdrożone przez faktycznie działający podmiot (poczucie sprawczości, poczucie sensowności prowadzenia badań);
- Nabycie praktycznych umiejętności z zakresu prowadzenia badań (np. przeprowadzanie wywiadu, obserwacji uczestniczącej), w tym przełamanie barier psychicznych i mentalnych (kompetencje społeczne);
- Praktyczne doświadczenie z zakresu organizacji badań – od pierwszego spotkania ze zlecniodawcą, poprzez negocjowanie przedmiotu i zakresu badania, po jego realizację i prezentację wyników;
- Poznanie specyfiki funkcjonowania instytucji kultury w Polsce, w różnych kontekstach (np. w średniej czy małej miejscowości).

MOŻLIWE PYTANIA BADAWCZE*

* W tym modelu możliwe jest podjęcie problemów badawczych w niżej wymienionych obszarach. Należy jednak pamiętać, że z uwagi na ograniczenie działań wewnątrz instytucji, pozyskane odpowiedzi mogą nie być wyczerpujące, zwłaszcza w takich obszarach jak ODBIORCA, OFERTA i MARKA (niemożność skorzystania ze

wszystkich dokumentów wewnętrznych instytucji, , niemożność przeprowadzenia badania wśród wszystkich pracowników instytucji). Trzeba też zauważyć, że podjęcie zagadnień z obszaru INFORMACJA I PROMOCJA będzie celowe tylko pod warunkiem, że do grupy inicjatywnej będą należały osoby odpowiedzialne za te kwestie. Podjęcie zagadnień z obszaru WSPÓŁPRACA/KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA będzie natomiast celowe tylko pod warunkiem, że do grupy inicjatywnej będą należały osoby z jednego działu bądź ściśle ze sobą współpracujące. Zawarte w modelu pytania badawcze są uniwersalne. Ich treść może być modyfikowana w zależności od lokalnej specyfiki instytucji.
OBSZAR ODBIORCA
• Kim jest odbiorca instytucji (ile ma lat, gdzie mieszka, jaki styl życia prowadzi)? • Jak spędza czas wolny odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji? • Jakie potrzeby ma odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji? • Na jakie potrzeby odbiorcy odpowiada instytucja (motywacje odbiorcy do uczestnictwa)? • Ilu odbiorców ma instytucja? • Kim jest nie-odbiorca i dlaczego nie korzysta z oferty instytucji?
OBSZAR OFERTA
• Jak odbiorca ocenia ofertę instytucji? • Jak odbiorca ocenia poszczególne działania instytucji? • Czego (zdaniem odbiorcy, nie-odbiorcy, pracowników...) brakuje w ofercie instytucji? • Jakie zmiany w ofercie zwiększyłyby uczestnictwo w działaniach instytucji?
OBSZAR WSPÓŁPRACA/KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA*
• Jakie są bariery komunikacyjne w danym dziale instytucji? • Jakie kanały komunikacji wewnętrznej są skuteczne, a jakie nie? *Obszar problematyczny, trudny nawet dla doświadczonych badaczy (z uwagi na możliwość występowania konfliktów wewnętrznych/personalnych, mobbingu etc.)
OBSZAR INFORMACJA I PROMOCJA
• Z jakich źródeł odbiorcy czerpią informacje o ofercie? • Jaki jest zasięg promocji? • Jakie główne komunikaty są zawarte w przekazach informacyjno-promocyjnych (analiza treści werbalnych i wizualnych)? • Czy komunikaty są dostosowane do potrzeb grup, do których są skierowane? • Gdzie i w jaki sposób instytucja powinna się promować, aby osiągnąć zakładane cele?
OBSZAR MARKA
• Jak instytucja jest postrzegana przez odbiorców? • Jak instytucja jest postrzegana przez nie-odbiorców?
OBSZAR OTOCZENIE
• Z kim instytucja konkuruje o czas wolny odbiorców? • Z kim instytucja mogłaby współpracować? • Jaki jest potencjał lokalny otoczenia instytucji (jakie lokalne zasoby można zaangażować w jej działania – ludzie, inicjatywy, przestrzeń, tradycje, zwyczaje)?

MODEL INSTYTUCJONALNY



CHARAKTERYSTYKA

- Studenci mają możliwość zrealizowania oficjalnych praktyk.
- Działania są realizowane za zgodą i z udziałem dyrektora lub dyrektorki instytucji.
- Działania badawcze inicjuje grupa osób złożona z minimum 2-3 osób (instytucje zatrudniające do 10 osób), 5-6 osób (instytucje zatrudniające powyżej 10 osób).
- Członkowie i członkinie grupy inicjatywnej wstępnie określają problem badawczy oraz pytania badawcze.
- Obszar badań dotyczy całej instytucji.
- W działania badawcze angażują się wszyscy pracownicy, jako badacze i/lub badani.
- Dyrektor lub dyrektorka instytucji na bieżąco monitoruje proces badawczy, aktywnie uczestnicząc w podsumowywaniu jego kolejnych etapów oraz weryfikowaniu wstępnych założeń.
- Dyrektor lub dyrektorka instytucji angażuje się w działania badawcze co najmniej jako badany/badana (w idealnej sytuacji).

POTENCJAŁ ZMIANY W INSTYTUCJI

Duży – możliwość wdrażania zmian dotyczących poszczególnych stanowisk czy działów oraz zmian strukturalnych dotyczących całej instytucji.

KORZYŚCI DLA INSTYTUCJI

- Nieodpłatna realizacja profesjonalnych działań badawczych w instytucji;
- Wsparcie eksperckie, które ułatwi znalezienie odpowiedzi na pytania ważne z punktu widzenia instytucji;
- Podniesienie kompetencji pracowników instytucji w zakresie prowadzenia badań;
- Wypracowanie narzędzi badawczych, które będą mogły być wykorzystywane w przyszłości;
- Możliwość przekształcenia się współpracy z uczelniami w działanie długofalowe;
- Możliwość zainicjowania jakościowych zmian strukturalnych w instytucji.

KORZYŚCI DLA ZESPOŁU BADAWCZEGO

- Odbycie praktyk zawodowych lub wykonanie zadania, którego realizacja jest warunkiem zaliczenia przedmiotu bądź stanowi wkład do pracy licencjackiej, magisterskiej, doktorskiej;
- Dostrzeżenie możliwości współpracy z instytucjami kultury w zakresie praktycznego wykorzystania narzędzi badawczych;
- Możliwość uczestnictwa w „prawdziwym” badaniu, tj. takim, którego wyniki mogą zostać wdrożone przez faktycznie działający podmiot (poczucie sprawczości, poczucie sensowności prowadzenia badań);
- Nabycie praktycznych umiejętności z zakresu prowadzenia badań (np. przeprowadzanie wywiadu, obserwacji uczestniczącej), w tym przełamanie barier psychicznych i mentalnych (kompetencje społeczne);
- Praktyczne doświadczenie z zakresu organizacji badań – od pierwszego spotkania ze zleceniodawcą, poprzez negocjowanie przedmiotu i zakresu badania, po jego realizację i prezentację wyników;
- Poznanie specyfiki funkcjonowania instytucji kultury w Polsce, w różnych kontekstach (np. w średniej czy małej miejscowości).

MOŻLIWE PYTANIA BADAWCZE*

* Zawarte w modelu pytania badawcze są uniwersalne. Ich treść może być modyfikowana w zależności od lokalnej specyfiki instytucji.

OBSZAR ODBIORCA

- Kim jest odbiorca instytucji (ile ma lat, gdzie mieszka, jaki styl życia prowadzi)?
- Jak spędza czas wolny odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji?
- Jakie potrzeby ma odbiorca/potencjalny odbiorca instytucji?
- Na jakie potrzeby odbiorcy odpowiada instytucja (motywacje odbiorcy do uczestnictwa)?
- Ilu odbiorców ma instytucja?

• Kim jest nie-odbiorca i dlaczego nie korzysta z oferty instytucji?
OBSZAR OFERTA
• Jak odbiorca ocenia ofertę instytucji? • Jak odbiorca ocenia poszczególne działania instytucji? • Czego (zdaniem odbiorcy, nie-odbiorcy, pracowników...) brakuje w ofercie instytucji? • Jakie zmiany w ofercie zwiększyłyby uczestnictwo w działaniach instytucji?
OBSZAR WSPÓŁPRACA/KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA*
• Jakie są bariery komunikacyjne w instytucji? • Jakie kanały komunikacji wewnętrznej są skuteczne, a jakie nie? *Obszar problematyczny, trudny nawet dla doświadczonych badaczy (z uwagi na możliwość występowania konfliktów wewnętrznych/personalnych, mobbingu etc.)
OBSZAR INFORMACJA I PROMOCJA
• Z jakich źródeł odbiorcy czerpią informacje o ofercie? • Jaki jest zasięg promocji? • Jakie główne komunikaty są zawarte w przekazach informacyjno-promocyjnych (analiza treści werbalnych i wizualnych)? • Czy komunikaty są dostosowane do potrzeb grup, do których są skierowane? • Gdzie i w jaki sposób instytucja powinna się promować, aby osiągnąć zakładane cele?
OBSZAR MARKA
• Jak instytucja chciałaby być postrzegana? • Jak instytucja jest postrzegana przez odbiorców? • Jak instytucja jest postrzegana przez nie-odbiorców? • Jak instytucja jest postrzegana przez innych interesariuszy (pracownicy, współpracownicy, partnerzy, urzędnicy...)? • Czy postrzeganie instytucji przez otoczenie jest zgodne z jej oczekiwaniami (misja, wizja...)?
OBSZAR OTOCZENIE
• Z kim instytucja konkuruje o czas wolny odbiorców? • Z kim instytucja mogłaby współpracować? • Jaki jest potencjał lokalny otoczenia instytucji (jakie lokalne zasoby można zaangażować w jej działania – ludzie, inicjatywy, przestrzeń, tradycje, zwyczaje)?

O PUBLIKACJI

Koncepcja i opracowanie publikacji: Anna Pietraszko, Anna Szczablewska, Karol Wittels

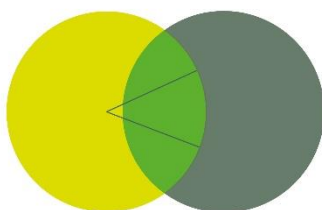
Opiekunowie naukowci: dr hab. Magdalena Dudkiewicz, dr Piotr Majewski, dr Michał Rauszer, mgr Kaja Rożdżyńska-Stańczak, dr Mateusz Skrzeczkowski

Badacze (m.in.): mgr Katarzyna Głąb, Eliza Gnatowska, Sara Goworowska, Anna Jastrzębska, mgr Anna Kamecka, Alicja Krzywicka, Milena Lewandowska, mgr Mateusz Marczewski, Anna Moroz, Aleksandra Olszowska, Marianna Piekarska, Karolina Porzezińska, Katarzyna Szybisty, Dominika Wiatrowska, Anna Wydra

Projekt był współfinansowany przez Samorząd Województwa Mazowieckiego w ramach programu „Kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i dziedzictwa narodowego”.

obserwatorium

ORGANIZATOR



uczelnie dla instytucji kultury

Mazowsze.
serce Polski

WSPÓŁFINANSOWANIE