

BADANIA O BADANIACH

**Czy i jak instytucje kultury pozyskują
wiedzę o sobie i swoim otoczeniu**

Spis treści

3	Wstęp	41	Jakie są plany instytucji kultury w zakresie realizacji badań?	69	Czy i z kim instytucje kultury współpracują w trakcie prowadzenia badań?	93	Rekomendacje
6	Metodologia	46	Dlaczego instytucje kultury nie planują prowadzenia badań?	72	Z jakich technik badawczych korzystano w trakcie badań?	95	Kwestionariusz ankiety
17	Słowniczek	50	Jakie badania instytucje kultury chciałyby zrealizować?	73	Czy sporządzano i udostępniano raporty z badań?	112	Spis tabel i wykresów
18	Czy instytucje kultury dostrzegają potrzebę realizacji badań?	53	Ile instytucje kultury wydają na badania?	78	Czy wyniki badań były wykorzystywane w praktyce?		
20	Czy instytucje kultury korzystają z dostępnych wyników badań?	55	Kto odpowiada za realizację badań?	79	Co jest potrzebne do przeprowadzenia badań?		
22	W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?	57	W jakich badaniach zewnętrznych brały udział instytucje kultury?	81	Jakie są korzyści z przeprowadzonych badań?		
34	Dlaczego instytucje kultury nie prowadzą badań?	59	Jaka była częstotliwość realizacji badań?	85	Jakie są bariery w prowadzeniu badań?		
36	Czy i jakie badania były prowadzone w drugim kwartale 2020 roku?	62	Co motywuje do realizacji badań?	89	Podsumowanie		

■ Badania o badaniach

Czy i jak instytucje kultury pozyskują wiedzę o sobie i swoim otoczeniu

Hipokratesowi przypisuje się następujące stwierdzenie: *By leczyć ciało ludzkie, konieczna jest wiedza o całości zjawisk*. Patrząc na instytucje kultury jak na organizm, który raz się psuje, raz nadwyreża swoje możliwości, a innym razem zachwyca formą i inspiruje, można odwołać się do podobnej prawdy. Bez informacji o mechanizmach funkcjonowania, związkach między zjawiskami determinującymi procesy decyzyjne, a także podświadome reakcje występujące, gdy pracuje się w grupie, nie można zrozumieć, co ewentualnie działa nieprawidłowo, a co jest naszym atutem i wpływa na wykształcenie się atrakcyjnych cech dystynktywnych. Mówiąc zaś wprost – co sprawia, że instytucje kultury w odmiennym stopniu wypełniają swoją własną misję i mają różny wpływ na rzeczywistość społeczną, zarówno na poziomie dialogu z odbiorcami, jak i między pracownikami. Wspomniane „co” uzupełnia się z „jak”, a także z „czy”, dając wstęp do formułowania pytań. Pytania te, stanowiąc impuls do autorefleksji instytucji kultury, mają charakter badawczy, choć nie zawsze sposób ich formułowania i szukania na nie odpowiedzi przypomina proces poznawczy znany z opracowań naukowych. Faktu tego nie można oceniać negatywnie, a raczej należy traktować jako wskazówkę podpowiadającą, jak menedżerowie kultury i pracownicy organizacji

związanych z ekspresją twórczą projektują ścieżki identyfikowania mocnych i słabych stron organizacji oraz potrzeb otoczenia.

Zastanawiając się więc nad badaniem instytucji kultury, nie należy ograniczać się tylko do tego, co badać i jak, ale warto także mieć świadomość występowania pewnej metaperspektywy. Trzeba wiedzieć, kto i jak bada, kiedy, z kim oraz dlaczego. Dopiero wówczas wyłania się pełny obraz sytuacji kultury jako przestrzeni organizowanej i organizującej. Zauważanie tych często pomijanych w refleksji naukowej wątków i stworzenie mapy badań prowadzonych przez instytucje kultury w efekcie różnych pobudek stanowiło bodźce do napisania niniejszego raportu w oparciu o „badania o badaniach”. Tym samym prezentowane opracowanie ma dwojaką naturę – jest syntezą prowadzonych przez instytucje badań i diagnozą ich kierunku i zakresu. Prowadzenie badań w instytucji kultury dla jednych jest kosztowną organizacyjnie ekstrawagancją, dla innych wymogiem, któremu powinna sprostać każda współczesna instytucja kultury¹.

Niezależnie od powodów instytucje kultury w Polsce prowadzą badania czy to samodzielnie, czy we współpracy z ośrodkami

¹ Gawet Ł., *Marketing w publicznych instytucjach kultury. Raport z projektu badawczego „Krakowski odbiorca kultury”*, Wyd. Attyka, Kraków 2019, s. 121.

Badania o badaniach

badawczymi. Biorą także udział w badaniach o charakterze obowiązkowym – prowadzonych przez GUS czy wynikających z przepisów prawa, dotyczących samooceny w ramach kontroli zarządczej. Mogą także uczestniczyć w cyklicznych badaniach prowadzonych przez inne publiczne instytucje. Tu przykładem mogą być projekt „Statystyka muzeów” czy badania koordynowane przez Bibliotekę Narodową.

Uczestnictwo w badaniach GUS w obszarze kultury dla publicznych instytucji kultury wynika z zapisów ustawy o statystyce publicznej², która nakłada obowiązek przekazywania danych o prowadzonej działalności za każdy rok kalendarzowy. Cel badania, zakres i sposób dostarczania danych, rodzaje informacji oraz formy i terminy udostępnionych opracowań zbiorczych określa rozporządzenie Rady Ministrów wydawane każdego roku³. Tematyka prowadzonych przez GUS badań dotyczy: obiektów i działalności instytucji kultury, ich finansowania, aktywności w zakresie kinematografii, środków komunikacji masowej, działalności archiwalnej, masowych imprez artystyczno-rozrywkowych, rynku dzieł sztuki, przemysłów kultury i kreatywnych.

² Obowiązek przekazywania danych wynika z art. 30 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej (Dz. U. z 2020 r., poz. 443, 1486).

³ Przykładowo program badań na rok 2020 określa Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 11 października 2019 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2020 (Dz. U. 6.12.2019, poz. 2366).

Z kolei ustawa o finansach publicznych⁴ zobowiązuje jednostki sektora finansów publicznych, a więc także publiczne instytucje kultury, do stosowania kontroli zarządczej. Samą kontrolę zarządczą definiuje ona jako *ogół działań podejmowanych dla zapewnienia realizacji celów i zadań w sposób zgodny z prawem, efektywny, oszczędny i terminowy* (art. 68 ustawy). Uszczegółowieniem zapisów ustawy jest Komunikat Ministra Finansów w sprawie standardów kontroli zarządczej dla sektora finansów publicznych⁵ wyznaczający standardy, jakie powinna spełniać jednostka sektora finansów publicznych w pięciu obszarach, tj.: *a) środowisko wewnętrzne, b) cele i zarządzanie ryzykiem, c) mechanizmy kontroli, d) informacja i komunikacja, e) monitorowanie i ocena*. Sposobem zapewnienia realizacji standardu monitorowania i oceny jest przeprowadzanie tzw. samooceny kontroli zarządczej, co najczęściej odbywa się z wykorzystaniem kwestionariusza ankiet. Szczegółowe wytyczne Ministra Finansów⁶ określają zakres i sposób przeprowadzania ankiet. Konsekwencją tych zapisów jest konieczność przeprowadzania przez publiczne instytucje kultury tzw. ankiet samooceny, oznacza to, że obok corocznych badań GUS badanie to ma charakter obowiązkowy.

⁴ Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. 2009, Nr 157, poz. 1240 z późn. zm.).

⁵ Komunikat nr 23 Ministra Finansów z dnia 16 grudnia 2009 r. w sprawie standardów kontroli zarządczej dla sektora finansów publicznych (Dz. Urz. MF z 2009 r., Nr 15, poz. 84).

⁶ Komunikat nr 3 Ministra Finansów z dnia 16 lutego 2011 w sprawie wytycznych w zakresie samooceny kontroli zarządczej dla jednostek sektora finansów publicznych.

Badania o badaniach

Projekt „Statystyka muzeów” jest prowadzony przez Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów od roku 2013. Jak piszą sami organizatorzy, jego celem jest *stworzenie bazy, stanowiącej źródło kompleksowej wiedzy na temat stanu polskiego muzealnictwa. Pragniemy, by zbierane w nim informacje służyły głównie do opisu, analizy, planowania optymalnej polityki w zakresie wsparcia rozwoju muzeów, porównywania polskiego muzealnictwa na tle muzealnictwa europejskiego, ale też do rozpoznawania zagrożeń oraz ograniczeń, które mogą być przeszkodą w kulturotwórczej funkcji muzeów*⁷. Badanie to ma szerszy zakres tematyczny, wykraczający poza podstawowe dane liczbowe będące przedmiotem analiz GUS, a z roku na rok coraz więcej muzeów bierze w nim udział – w roku 2019 było to 271 muzeów (495 z oddziałami), co stanowi około 25% wszystkich muzeów w Polsce⁸.

Inny przykład to Biblioteka Narodowa, przygotowująca raporty na temat stanu czytelnictwa, bibliotek oraz ruchu wydawniczego w Polsce, wykorzystując dane GUS, firm sondażowych oraz wyniki prowadzonych badań własnych. Co warto podkreślić, *raporty opracowywane są konsekwentnie w oparciu o jednolitą metodologię, umożliwiającą porównanie danych za różne*

*okresy*⁹. Na podstawie przesyłanych do Biblioteki egzemplarzy obowiązkowych publikowane są dane na temat ukazujących się w Polsce książek i periodyków. Raporty o ruchu wydawniczym są opracowywane w cyklach rocznych od roku 1955. Natomiast od 1992 roku Biblioteka prowadzi cykliczne badania czytelnictwa na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie osób w wieku powyżej 15 lat. Osobny, cyklicznie publikowany raport z badań poświęcony jest funkcjonowaniu bibliotek w Polsce. Jest on częściowo oparty na danych GUS¹⁰.

⁷ Z opisu projektu na statystykamuzeow.pl [dostęp: 16.06.2020 r.].

⁸ Raport „Muzea w 2018 roku”, NIMOZ, Warszawa 2019, statystykamuzeow.pl/do_pobrania [dostęp: 26.09.2020 r.].

⁹ bn.org.pl/raporty-bn [dostęp: 26.09.2020 r.].

¹⁰ bn.org.pl/raporty-bn/stan-bibliotek-w-polsce [dostęp: 26.09.2020 r.].

■ Metodologia

Niniejszy raport jest wynikiem prac zespołu badawczego, w którego skład wchodzi pracownicy i pracownicy Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz członkowie i członkinie Instytutu Badań Organizacji Kultury – IBOK. Z uwagi na zespołowy charakter pracy raport można postrzegać jako wielogłos badaczy, którzy łącząc swoje siły, wprowadzili do analizy pewną różnorodność. Celowo zachowany został heterogeniczny wymiar tekstu, w którym pojawia się nacisk albo na podejście ilościowe, albo jakościowe, w zależności nie tylko od pytań, ale także nastawienia autorów. Inne były też drogi interpretowania materiału: poprzez próby hermeneutycznego wnikania w sens wypowiedzi albo przywoływanie cytatów, zagęszczających całość autentycznymi wypowiedziami. Mamy nadzieję, że taka orientacja w stronę polifonii pozwoliła nam przedstawić problem wielowymiarowo.

■ Celem projektu było pozyskanie wiedzy na temat prowadzonych badań przez publiczne instytucje kultury w Polsce, w zakresie ich funkcjonowania i zarządzania nimi. Chcieliśmy znaleźć odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Jakie badania w danym zakresie realizowały publiczne instytucje kultury w ostatnich 5 latach?
2. Dlaczego instytucje kultury prowadzą badania?
3. Jakie badania publiczne instytucje kultury chciałyby zrealizować i jakie są przeszkody w ich przeprowadzeniu?
4. W jaki sposób instytucje kultury korzystają z wyników prowadzonych badań?

■ Metodologia

Maile wysłane zostały do łącznie 4137 publicznych instytucji kultury, w tym do:

- bibliotek: 2230
- domów/centrów kultury (w tym wielofunkcyjnych domów kultury): 1228
- instytucji wystawienniczych: 413
- oper/filharmonii: 36
- teatrów: 109
- archiwów: 75
- orkiestr: 14
- innych instytucji kultury: 32

Uzyskaliśmy łącznie 392 poprawnie wypełnione ankiety, w tym od:

- bibliotek: 163 (7,3%)
- domów/centrów kultury (w tym wielofunkcyjnych domów kultury): 95 (7,7%)
- instytucji wystawienniczych: 77 (18,6%)
- oper/filharmonii: 5 (13,9%)
- teatrów: 16 (14,7%)
- archiwów: 29 (38,7%)
- orkiestr: 0 (0%)
- innych instytucji kultury: 7 (21,9%)

■ Metodologia

Badania zostały przeprowadzone w formie ankiety internetowej opracowanej w aplikacji MsForms, skierowanej do takich instytucji, jak np. biblioteki, domy/centra kultury, muzea, galerie sztuki, opery, filharmonie, teatry, archiwa i orkiestry. W pierwszym etapie zespół badawczy, korzystając z ogólnodostępnych danych, przygotował bazę publicznych instytucji kultury. Następnie przestał zaproszenie do wypełnienia ankiety za pośrednictwem poczty internetowej, każdorazowo na oficjalne adresy internetowe wskazane na ich stronach internetowych. Ten sposób tworzenia bazy mógł być obarczony błędem i nie uwzględniać wszystkich instytucji, zdarzało się również, że dane nie były aktualne. Niemniej jednak zespół dołożył wszelkich starań, aby dotrzeć z badaniem do jak największej liczby instytucji kultury.

Badania ankietowe były prowadzone w terminie od 15 czerwca do 10 lipca 2020 roku, a zatem w czasie specyficznym, bo związanym z sytuacją pandemii. Fakt ten w zauważalny sposób wpłynął na badania i pozwolił uchwycić moment rodzenia się refleksji o konieczności poszerzenia prowadzonych i planowanych badań o nowe czynniki. Głównie z uwagi na intensyfikację obecności instytucji kultury w sieci i potrzebę zdefiniowania własnej publiczności na nowo.

Spośród 4137 instytucji, do których została wysłana mailowo prośba o wypełnienie ankiety, odpowiedzieli jedynie 392, co stanowi zaledwie 9,5% wszystkich instytucji kultury. Niniejszych badań nie można zatem uznać za reprezentatywne, również z uwagi na nielosowy charakter próby badawczej. Niemniej jednak jako krytyczne ujęcie kwestii prowadzenia badań przez publiczne instytucje kultury, poniższy raport dołącza do nielicznego grona publikacji poświęconych tej tematyce. Inny przykład to *Raport z raportu o raportach*, który stanowi efekt projektu badawczego podsumowującego inne analizy sektora kultury, w którym również zawarto rekomendacje, jak najlepiej pisać o badaniach w kulturze¹¹.

Opracowania tego typu łączy przeświadczenie, że generowaną wiedzę na temat kultury trzeba co jakiś czas analizować zbiorczo, by podejmowane w tym zakresie wysiłki nie rozgąęziały się zbyt szybko, tylko tworzyły nurt informacji, z którego mogą korzystać zainteresowane instytucje czy jednostki. Choć badania kultury powstaje dużo, za lukę badawczą uznaliśmy brak badań o badaniach. Ten przewrotny punkt ciężkości pokazuje, że kulturę wciąż można poznawać z różnych stron i nie generować nadmiaru, a raczej porządkować to, co do tej pory

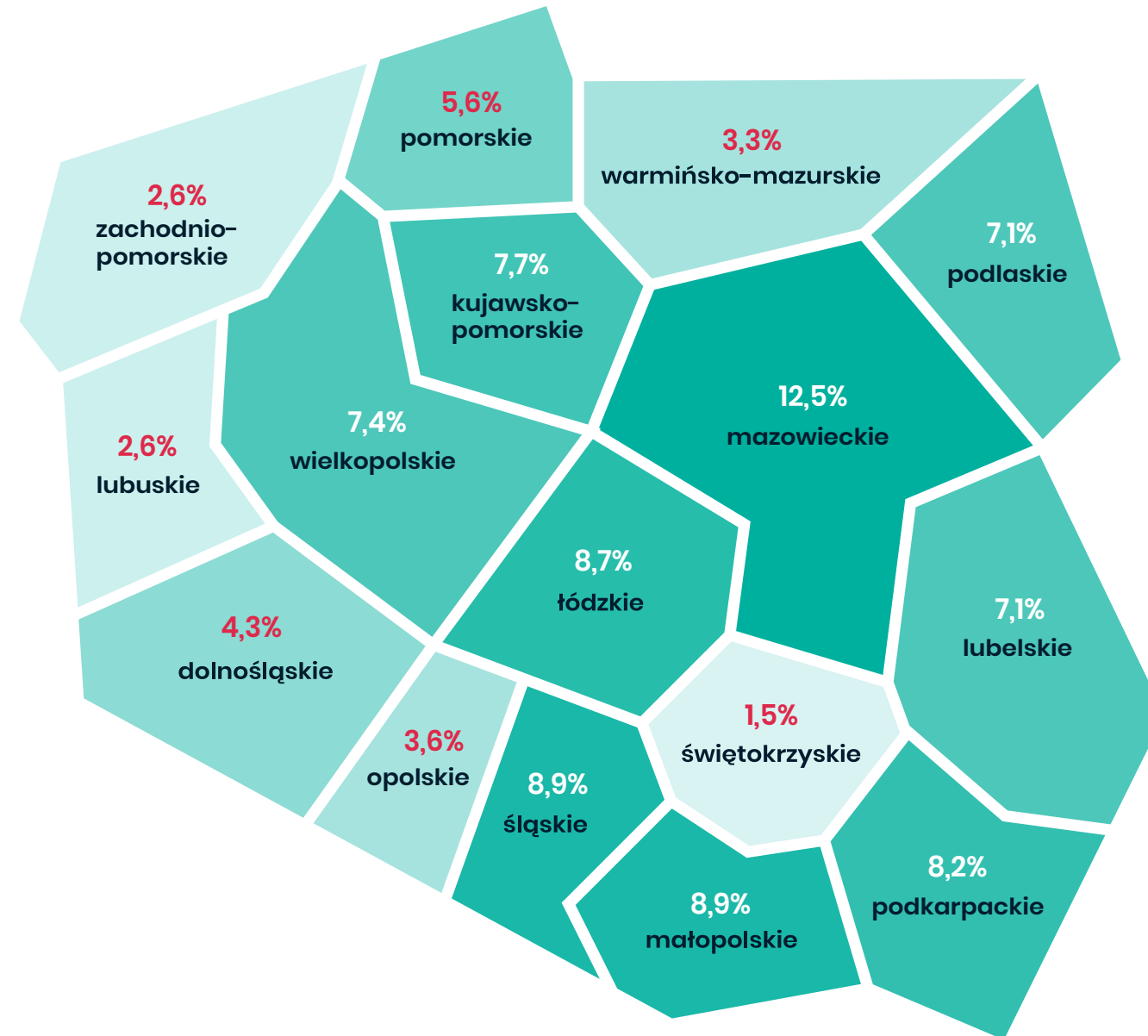
¹¹ *Raport z raportu o raportach. O stanie kultury*, issuu.com/beczmiara/docs/raport_o_raportach_notes100 [dostęp: 26.09.2020 r.].

■ Metodologia

o niej powiedziano, przy okazji pokazując, o czym się z różnych przyczyn milczy.

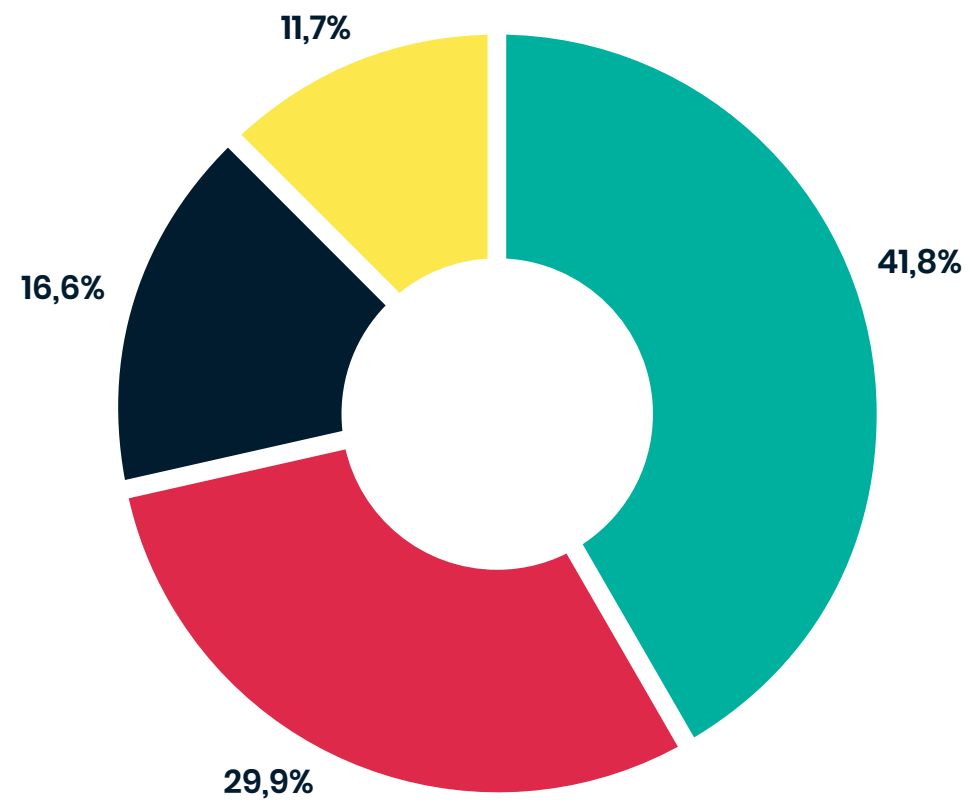
Wskazując na strukturę instytucji, które wzięły udział w niniejszym badaniu, należy zaznaczyć, że instytucje kultury, które najczęściej wypełniały ankietę, mają swoją siedzibę w województwie mazowieckim, małopolskim, śląskim i łódzkim. Najrzadziej ankietę wypełniały instytucje kultury z województwa świętokrzyskiego, zachodniopomorskiego, lubuskiego, warmińsko-mazurskiego i opolskiego. Ankietę najczęściej wypełniali pracownicy instytucji miejskich i wiejskich, a więc mieszczących się w mniejszych miejscowościach (do 10 tys. mieszkańców). Były to także głównie instytucje mniejsze, tzn. zatrudniające do 10 pracowników oraz bezodpłatowe.

■ Metodologia



Wykres 1. Udział instytucji kultury
z poszczególnych województw w badaniach (n=392)

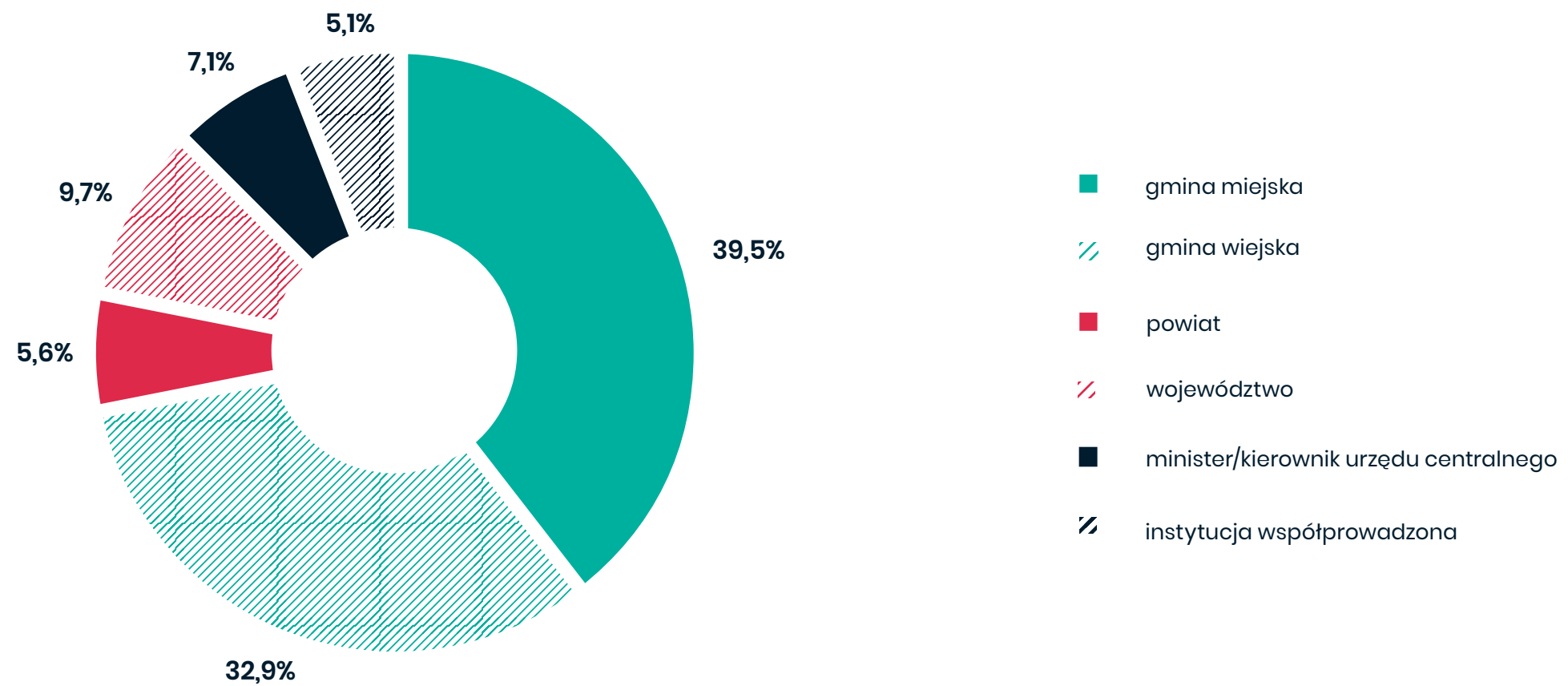
■ Metodologia



- <10 tys. mieszkańców
- 10-100 tys. mieszkańców
- 100-500 tys. mieszkańców
- >500 tys. mieszkańców

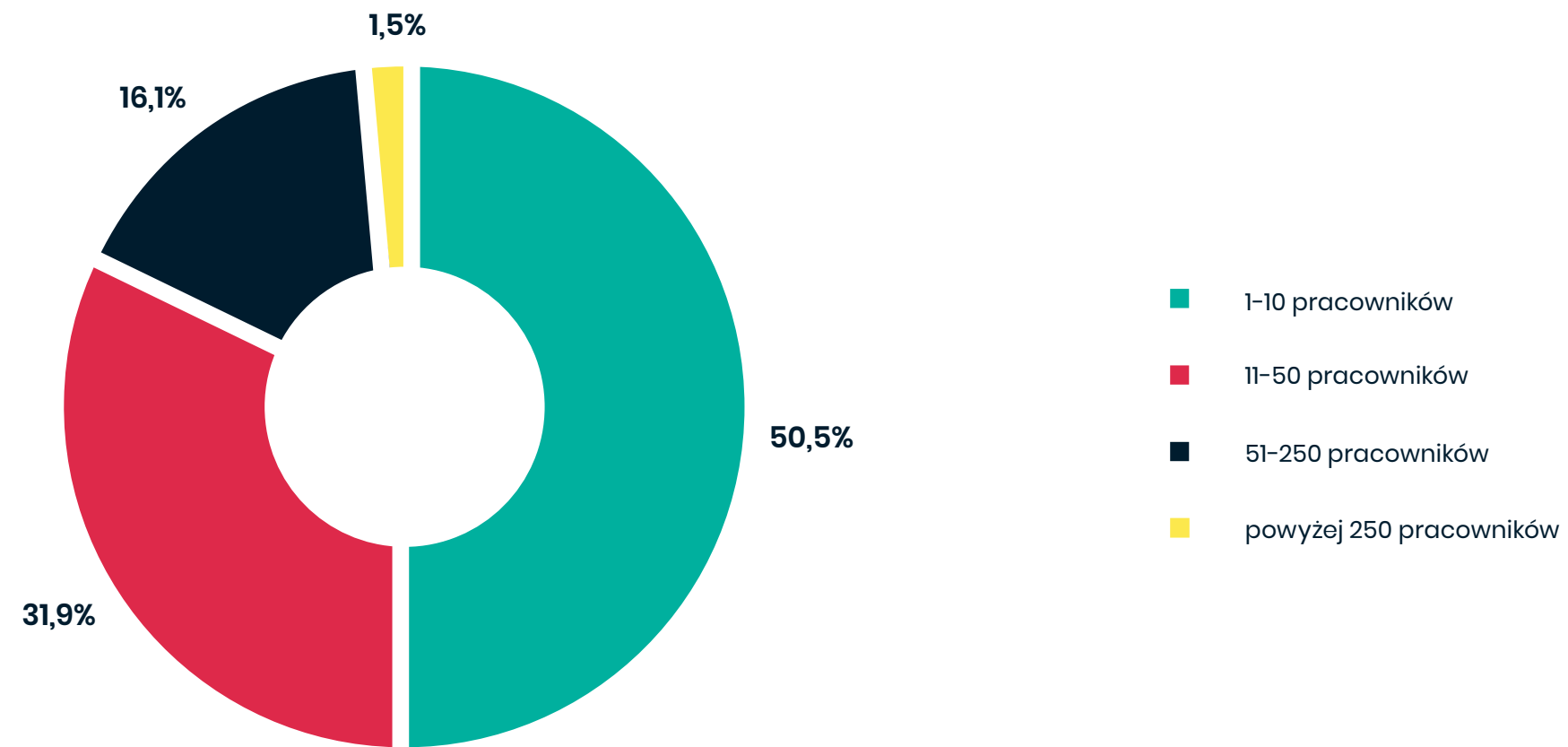
Wykres 2. Wielkość jednostki administracyjnej, w której prowadzona jest działalność kulturalna (n=392)

■ Metodologia



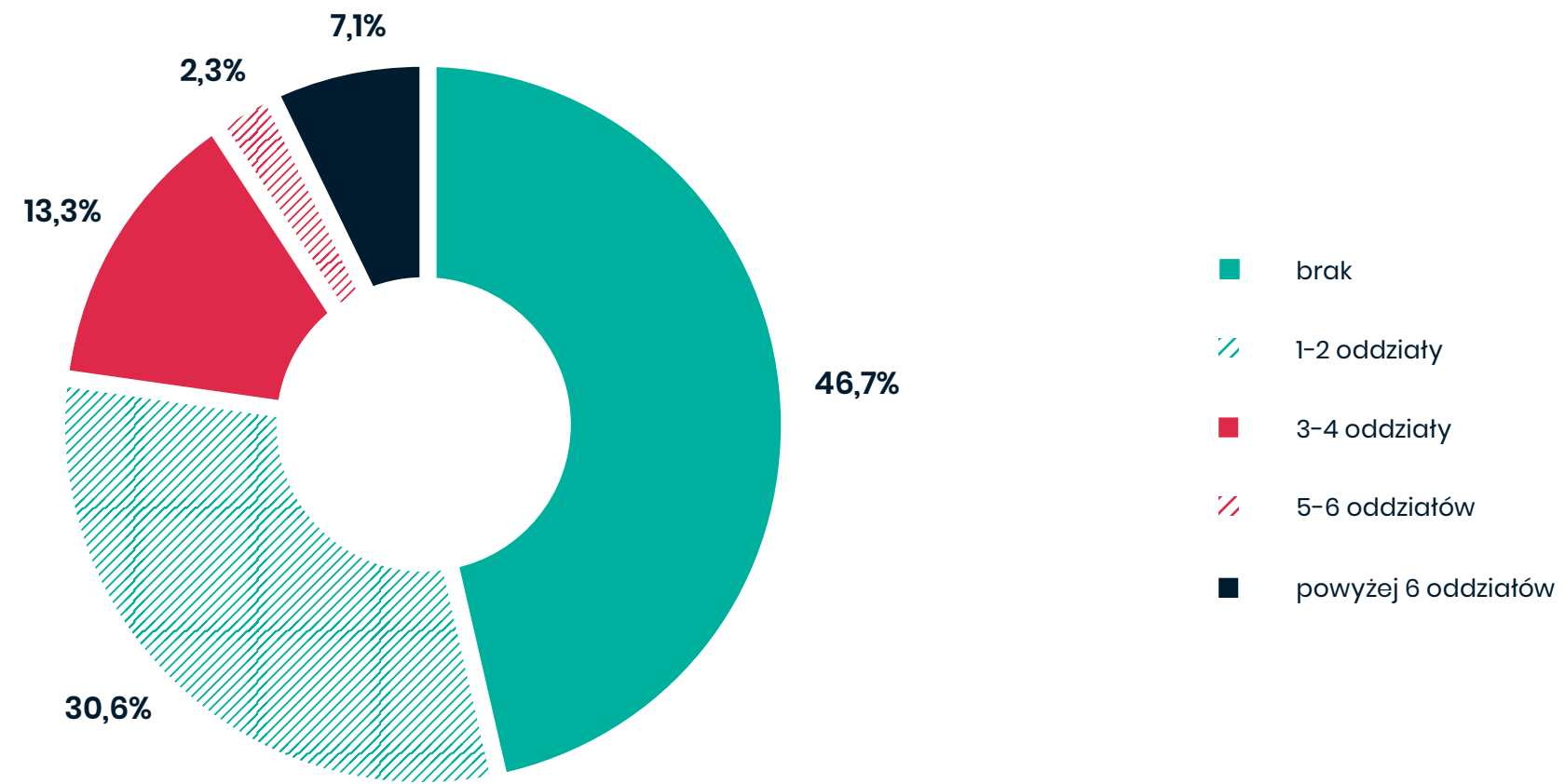
Wykres 3. Organizator (n=392)

■ Metodologia



Wykres 4. Liczba zatrudnionych (n=392)

■ Metodologia



Wykres 5. Liczba oddziałów (n=392)

■ Metodologia

Ankietowani byli proszeni o wskazanie formy prowadzenia działalności kulturalnej. Bazując na wymienionych w ustawie o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej przykładowych formach działalności kulturalnej, respondenci mogli wskazać takie kategorie, jak: teatr, opera/operetka, filharmonia, muzeum, biblioteka, dom kultury, galeria sztuki, archiwum. Pytanie to miało charakter półotwarty, co oznacza, że ankietowani mogli także sformułować własną odpowiedź, inną niż wymienione wyżej kategorie.

Bazując na liczbie pozyskanych odpowiedzi, w przedstawionym poniżej raporcie przyjęto następujący podział instytucji kultury:

- biblioteki,
- domy/centra kultury,
- wielofunkcyjne domy kultury (instytucje kultury, których działalność kulturalna prowadzona jest w ramach kilku form organizacyjnych),
- instytucje wystawiennicze,
- opery/filharmonie,
- teatry,
- archiwa,

- orkiestry,
- inne instytucje kultury (instytucje kultury, których formę działalności kulturalnej trudno jednoznacznie określić, np.: Narodowe Centrum Kultury, Centrum Technologii Audiowizualnej CeTA, Małopolski Instytut Kultury, Mazowiecki Instytut Kultury czy ECI Łódź – Miasto Kultury Łodzi).

Ankieta internetowa podzielona była na trzy sekcje. Pytania zawarte w sekcji pierwszej i trzeciej skierowane były do wszystkich ankietowanych osób, co wynikało z chęci pozyskania informacji na temat dotychczas prowadzonych badań, zasobów niezbędnych do ich prowadzenia oraz planowanych w tym zakresie działań. Pytania zawarte w sekcji drugiej były natomiast skierowane wyłącznie do osób deklarujących, że instytucje kultury, w których pracują, mają już doświadczenia badawcze. Zastosowany kwestionariusz ankiety został zaprezentowany na końcu publikacji.

W sekcji pierwszej dominowały pytania zamknięte, ewentualnie półotwarte. Respondenci byli proszeni o zaznaczenie jednej lub kilku odpowiedzi w każdym pytaniu. W wybranych pytaniach

■ Metodologia

mieli również możliwość podania własnych odpowiedzi. W sekcji drugiej oraz trzeciej część pytań miała charakter otwarty, a ich celem było poznanie motywacji, okoliczności przeprowadzania badań, a także rozwiązań organizacyjnych w tym zakresie. Sekcja druga była przeznaczona dla tych instytucji, które prowadziły badania – respondentów, którzy na pytanie o prowadzenie badań odpowiedzieli negatywnie, formularz ankiety kierował do sekcji trzeciej. Zastosowanie w badaniu pytań ilościowych oraz jakościowych miało wpływ na analizę danych, a w konsekwencji na strukturę raportu i sposób prezentacji wyników. Na końcu ankiety zamieszczona była metryczka, a pytania w niej zawarte dotyczyły specyfiki instytucji oraz danych na temat otoczenia, w jakim działają.

■ Słowniczek

Badania w skali makro – badania realizowane przez instytucje kultury, u źródeł których nie leży ich własna działalność, a które odnoszą się do kwestii szerzej rozumianej działalności kulturalnej i stanu kultury w określonym regionie (np. kondycji lokalnych domów kultury, preferencji kulturalnych mieszkańców województwa).

Badania w skali mikro – badania realizowane przez instytucje kultury, u źródeł których leżą ich własne potrzeby i które związane są bezpośrednio z działalnością tych instytucji (np. publicznością, sprawami pracowniczymi, komunikacją online).

Badania zewnętrzne – badania prowadzone przez inne, zewnętrzne wobec instytucji kultury podmioty, w których instytucja była wyłącznie przedmiotem badań.

■ **Instytucje kultury** – organizacje działające w sektorze kultury, których organizatorem jest podmiot publiczny.

Obszary (typy) realizowanych przez instytucje kultury badań – to pięć wyszczególnionych w niniejszym badaniu ankietowym

pól, w obrębie których instytucje kultury prowadzą własne badania w skali mikro:

- badania oferty,
- badania publiczności,
- badania marketingowe,
- badania ewaluacyjne,
- badania wewnątrzorganizacyjne.

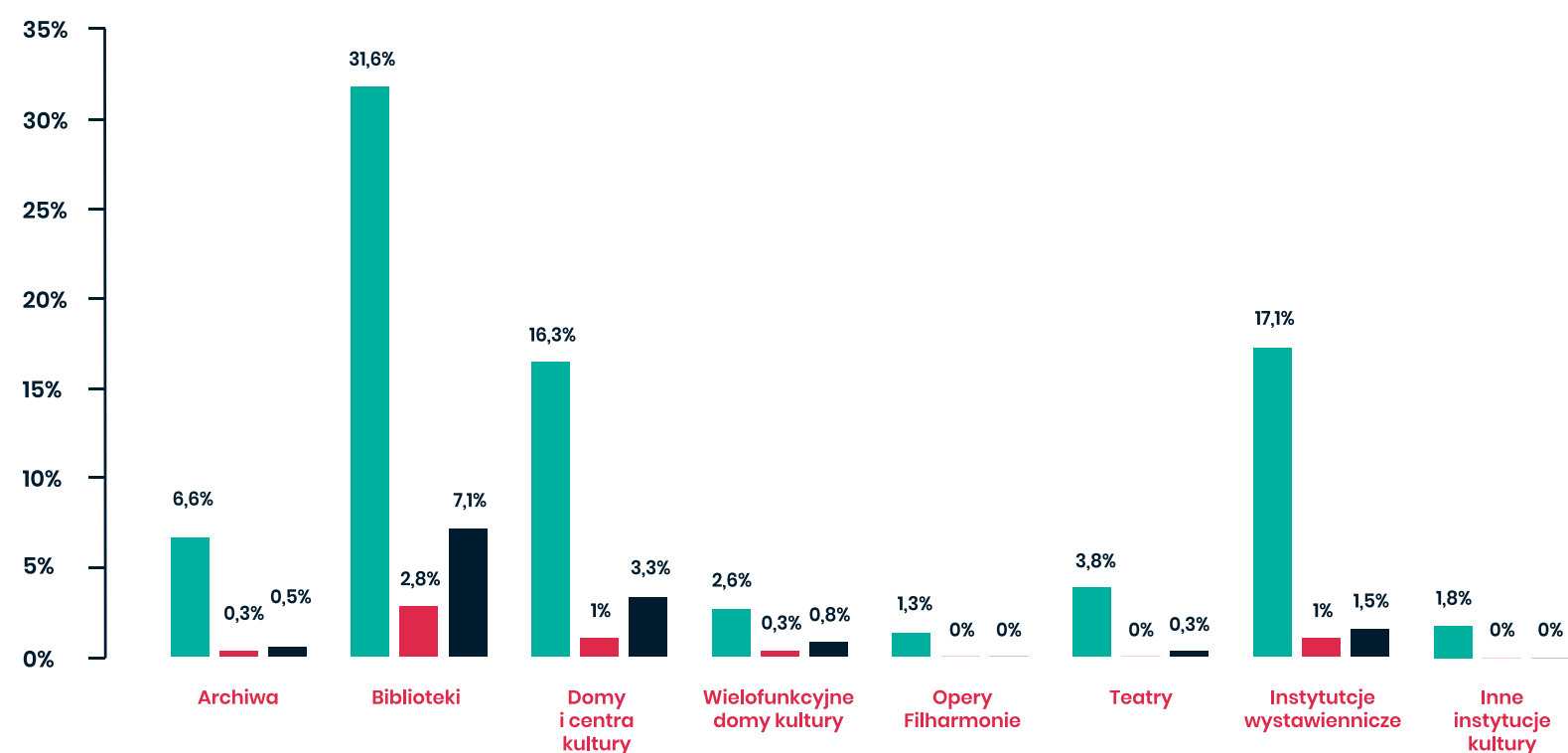
Wewnętrzne obszary funkcjonowania instytucji kultury – wszystkie te obszary działalności instytucji kultury, które dotyczą jej własnego, wewnętrznego środowiska (np. kwestie pracownicze, kultury organizacyjnej, struktury organizacyjnej, sprawy podziału pracy).

Zewnętrzne obszary funkcjonowania instytucji kultury – wszystkie te aspekty działalności instytucji kultury, które wiążą się z jej funkcjonowaniem w otoczeniu zewnętrznym (np. działania marketingowe, komunikacyjne, nakierowane na publiczność i jej potrzeby, w tym ofertowe, jak też na inne podmioty działające w otoczeniu: władze lokalne, media, partnerów itp.).

■ Czy instytucje kultury dostrzegają potrzebę realizacji badań?

Pytanie o opinię na temat potrzeby realizacji badań przez instytucje kultury było pytaniem zamkniętym, w którym respondenci mieli do wyboru jedną z trzech możliwych odpowiedzi: „tak”, „nie”, „nie wiem”. Spośród 392 osób 81% udzieliło odpowiedzi twierdzącej, a jedynie 5% przeczącej.

W podziale na typy instytucji rozkład odpowiedzi był następujący:



Wykres 6. Potrzeba realizacji badań przez instytucje kultury według ich typów (n=392)

■ Tak
■ Nie
■ Nie wiem

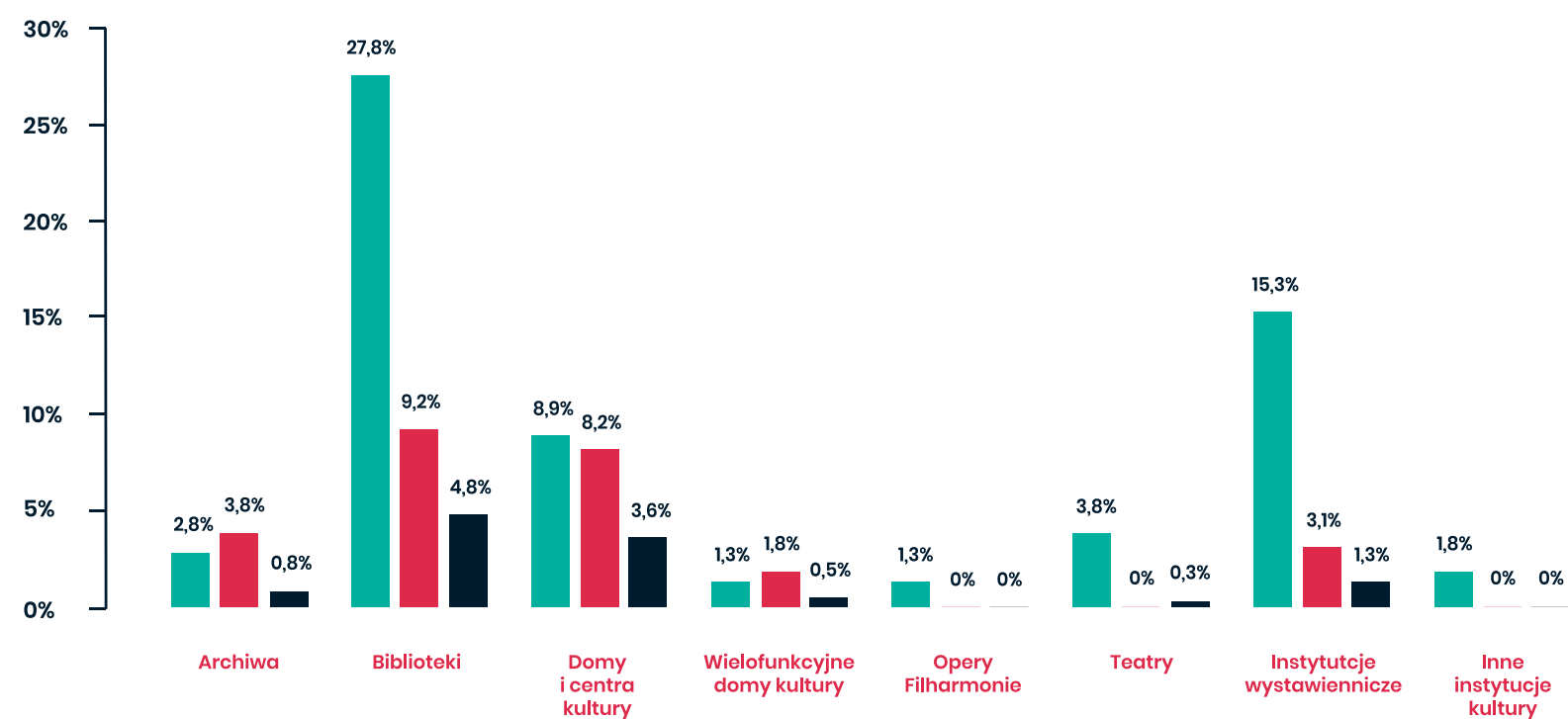
■ Czy instytucje kultury dostrzegają potrzebę realizacji badań?

Trzeba zwrócić uwagę na ogólnie wysoki poziom pozytywnego podejścia do potrzeby badań w instytucjach kultury (ogólny poziom odpowiedzi pozytywnych we wszystkich typach instytucji był powyżej 75%). Najwięcej odpowiedzi pozytywnych, sugerujących rozumienie potrzeby realizacji badań, wskazali przedstawiciele instytucji muzycznych (opery, filharmonie) oraz artystycznych (teatry), natomiast najwięcej odpowiedzi negatywnych oraz „nie wiem” wskazali przedstawiciele bibliotek. Interesujący jest wysoki w porównaniu z pozostałymi instytucjami kultury wskaźnik odpowiedzi „nie wiem” w przypadku bibliotek oraz domów i centrów kultury. Może on wynikać z braku wiedzy co do celu i znaczenia prowadzenia badań oraz sposobu ich realizacji. Zaznaczyć przy tym trzeba, że instytucje te są często małymi ośrodkami działającymi w niewielkich miejscowościach. Prowadzenie badań w instytucjach składających się z kilku pracowników i działających w lokalnych środowiskach może być utrudnione. Między innymi z uwagi na wiarygodność badań w sytuacji, gdy trudno zapewnić ich anonimowość, bo wszyscy się znają.

Czy instytucje kultury korzystają z dostępnych wyników badań?

Celem kolejnego pytania było ustalenie, czy respondenci korzystają w swojej pracy z dostępnych wyników badań (raportów) dotyczących działalności kulturalnej. Było to również pytanie zamknięte, w którym respondenci mieli do wyboru jedną z trzech odpowiedzi: „tak”, „nie” oraz „nie mam zdania”. Spośród 392 ankietowanych większość (63%) wskazała odpowiedź twierdzącą, a 26% przeczącą. W porównaniu z odpowiedziami na pytanie pierwsze o potrzebę realizacji badań w ogóle, liczba odpowiedzi „tak” oraz „nie” jest większa. Wskazuje to, że pomimo ogólnej wysokiej świadomości znaczenia badań w kulturze, mniejszy jest odsetek respondentów korzystających w swojej pracy z dostępnych badań i raportów.

W podziale na typy instytucji rozkład odpowiedzi był następujący:



Wykres 7. Wykorzystanie wyników badań przez przedstawicieli poszczególnych typów instytucji kultury (n=392)

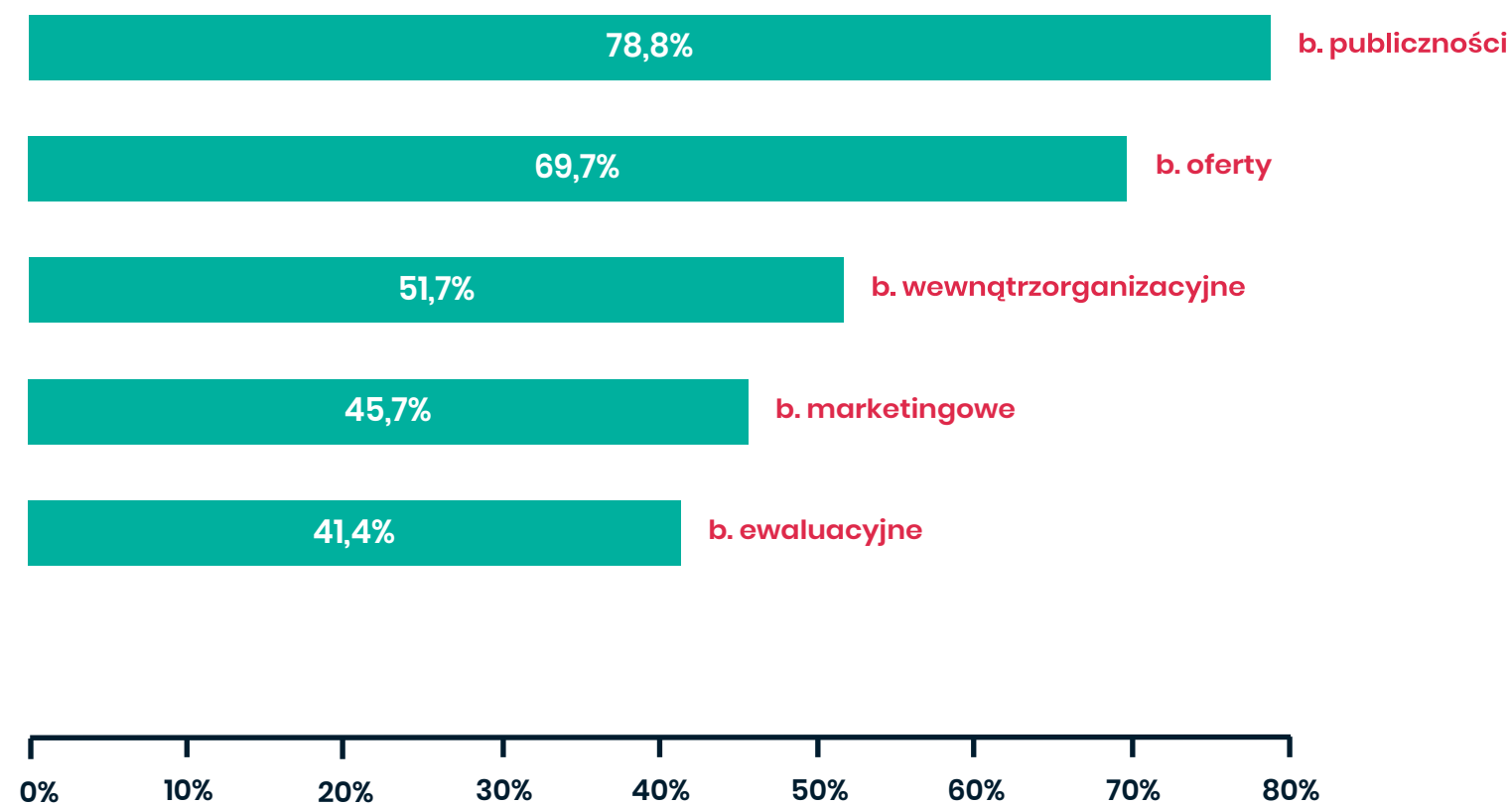
Tak
Nie
Nie wiem

■ Czy instytucje kultury korzystają z dostępnych wyników badań?

Z wyników badań i raportów najczęściej w swojej pracy korzystają instytucje muzyczne (opery i filharmonie), teatry oraz inne instytucje kultury – wskazania powyżej 90%, najmniej pozytywnych odpowiedzi było natomiast wśród archiwów oraz domów i centrów kultury (w tym wielofunkcyjnych domów kultury). Również najwięcej odpowiedzi negatywnych zostało wskazanych przez wymienione powyżej typy instytucji. Powodem wysokich wskaźników negatywnych odpowiedzi wśród bibliotek i domów kultury może być, podobnie jak poprzednio, brak wiedzy lub przekonania co do tego, że wyniki badań dotyczących działalności kulturalnej można wykorzystać w działalności niewielkich instytucji, funkcjonujących w lokalnych warunkach.

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

W kolejnych pytaniach starano się pozyskać informacje, czy i jakie konkretnie badania realizowały instytucje kultury w ostatnich 5 latach swojej działalności. Generalnie najczęściej instytucje kultury prowadziły badania publiczności (78,8%), najmniej natomiast badania ewaluacyjne (41,4%).



Wykres 8. Odsetek instytucji kultury, które w ostatnich 5 latach realizowały badania we wskazanych obszarach (n=392)

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

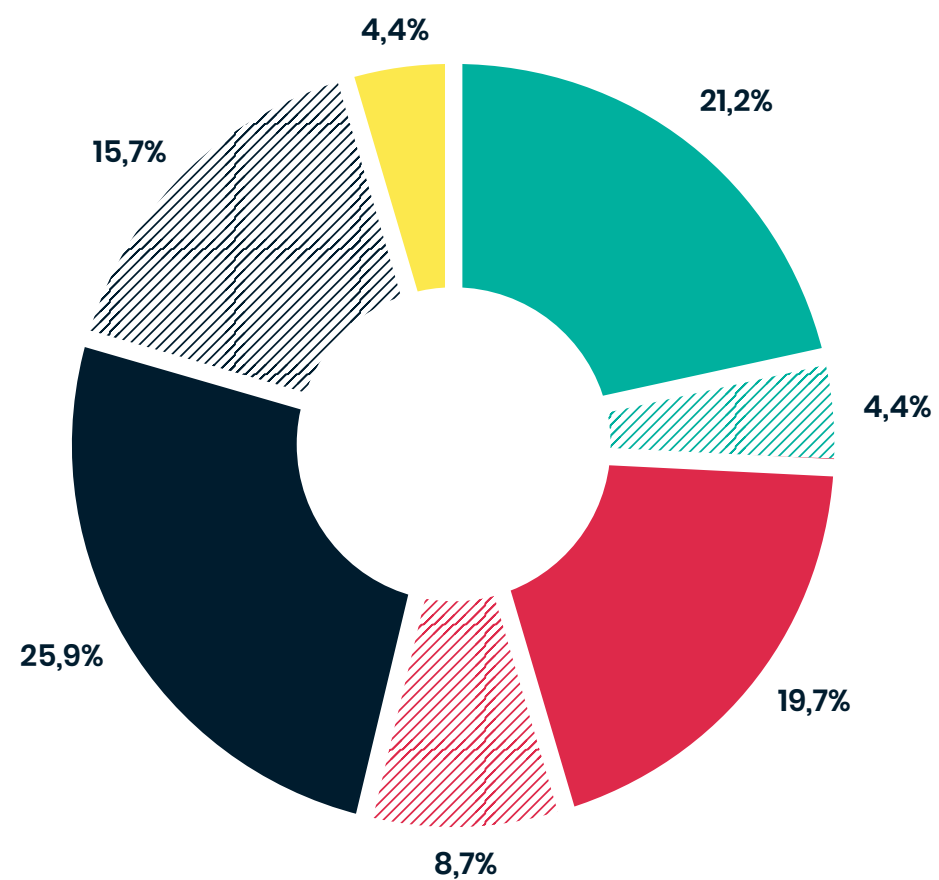
Pierwsze z serii pytań dotyczyło badań w obszarze relacji z publicznością realizowanych w ostatnich 5 latach. Było to pytanie wielokrotnego wyboru, gdzie respondenci mogli zaznaczyć jedną z 7 możliwych odpowiedzi (w tym, że badania w danym obszarze nie były prowadzone) lub (dodatkowo) wskazać inne rodzaje prowadzonych badań. Z tej ostatniej możliwości skorzystało 30 instytucji.

Respondenci najczęściej wskazywali na odpowiedź „Badanie uczestnictwa odbiorców oferty (frekwencja, częstotliwość)” (25,9% wskazań) oraz „Badanie zadowolenia odbiorców oferty” (19,7%). 21,2% instytucji deklaruje, że nie prowadzi badań w obszarze relacji z publicznością. Jedynie 4,3% instytucji wskazywało na prowadzenie badań barier (architektonicznych, funkcjonalnych, psychologicznych). Przy czym bariery funkcjonalne odnosiły się do różnych obszarów związanych z niepełnosprawnością, choćby technicznych (np. dostosowanie urządzeń lub przedmiotów) czy komunikacyjnych, które zostały potraktowane łącznie. Wyodrębnione natomiast zostały bariery architektoniczne. Respondenci wskazywali również (8,7%), że instytucje kultury, w których pracują, prowadzą badania uczestnictwa odbiorców oferty online. Trzeba jednak zauważyć, że w skali

wszystkich instytucji biorących udział w badaniu nie są to liczne wskazania, zwłaszcza w obecnej sytuacji związanej z pandemią, gdzie wobec ograniczeń co do korzystania z oferty instytucji wiele z nich przeniósło swoją aktywność do sieci. 57,6% ankietowanych udzieliło jednej odpowiedzi, 20,7% wskazało dwie, a 13% trzy odpowiedzi.

Jeśli chodzi o wskazania odpowiedzi „inne, jakie?”, to wśród 30 odpowiedzi, które się pojawiły, najczęściej dotyczyło opinii o konkretnej ofercie (planowanej do wprowadzenia) (7 wskazań) oraz poznania potrzeb odbiorców (badania typu diagnoza potrzeb) (6 odpowiedzi). Pojedyncze instytucje wskazywały na aspekty demograficzne (miejsce zamieszkania, wiek, płeć odbiorców) czy pragmatyczne (badania związane z aplikowaniem o fundusze).

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?



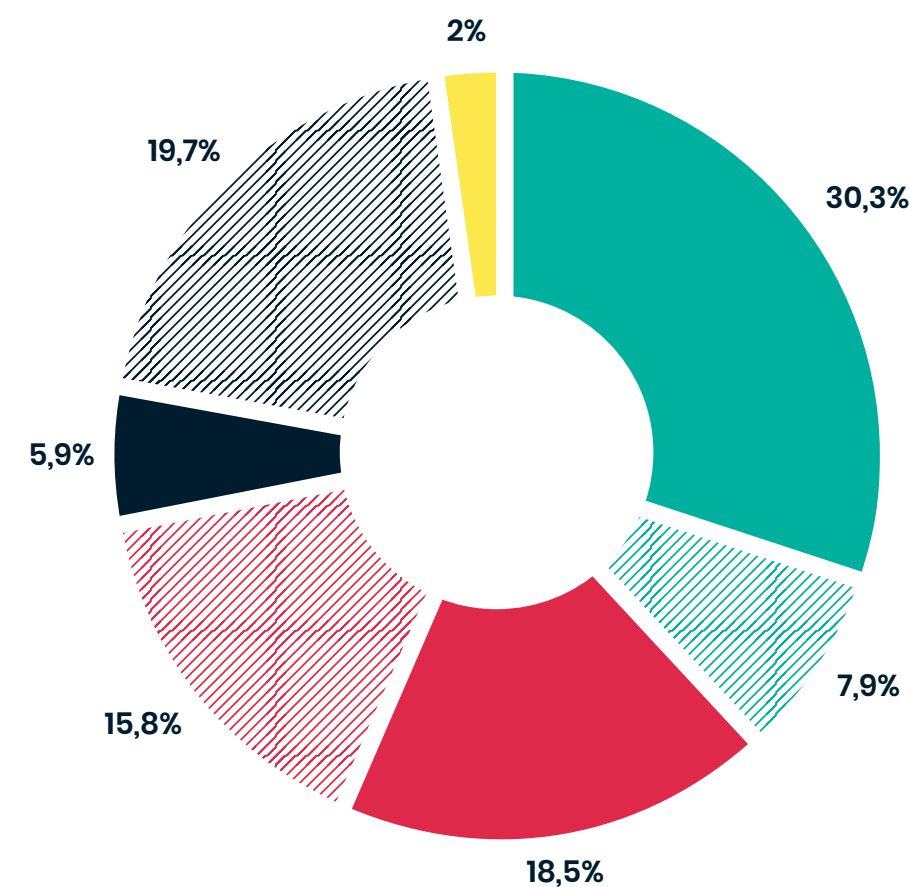
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- ▨ Badanie barier architektonicznych, funkcjonalnych, psychologicznych
- Badanie zadowolenia odbiorców z oferty
- ▨ Badanie uczestnictwa odbiorców oferty online
- Badanie uczestnictwa odbiorców oferty (frekwencja, częstotliwość)
- ▨ Relacje z publicznością (lojalność, nastawienie/stosunek do instytucji kultury)
- Inne

Wykres 9. Obszary badań PUBLICZNOŚCI (n=689)

W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

W pytaniu czwartym respondenci zostali poproszeni o wskazanie tematów badań w obszarze oferty, w których prowadzone były badania w danej instytucji w ostatnich 5 latach. Było to pytanie wielokrotnego wyboru, w którym można było zaznaczyć jedną z 6 możliwych odpowiedzi (w tym, że badania w tym obszarze nie były prowadzone) lub (dodatkowo) wskazać inne rodzaje prowadzonych badań. Z tej ostatniej możliwości skorzystało 12 instytucji.

Respondenci najczęściej zaznaczali odpowiedź „Badanie popytu na ofertę” – 19,7% wskazań, oraz „Badanie dostępności (godziny otwarcia, lokalizacja, informacja o ofercie)” – 18,5% wskazań. 30,3% instytucji deklaruje, że nie prowadzi badań w tym obszarze. Jedynie 5,9% instytucji wskazywało na badanie oferty internetowej, a 7,9% na badanie poziomu cen oferty kulturalnej. Trzeba jednak zauważyć, że podobnie jak w poprzednim pytaniu i w aktualnej w momencie badań sytuacji (ograniczenia w związku z pandemią działalności instytucji kultury prowadzonej w siedzibie) w skali wszystkich instytucji biorących udział w badaniu nie są to liczne wskazania.



Wykres 10. Obszary badań OFERTY (n=595)

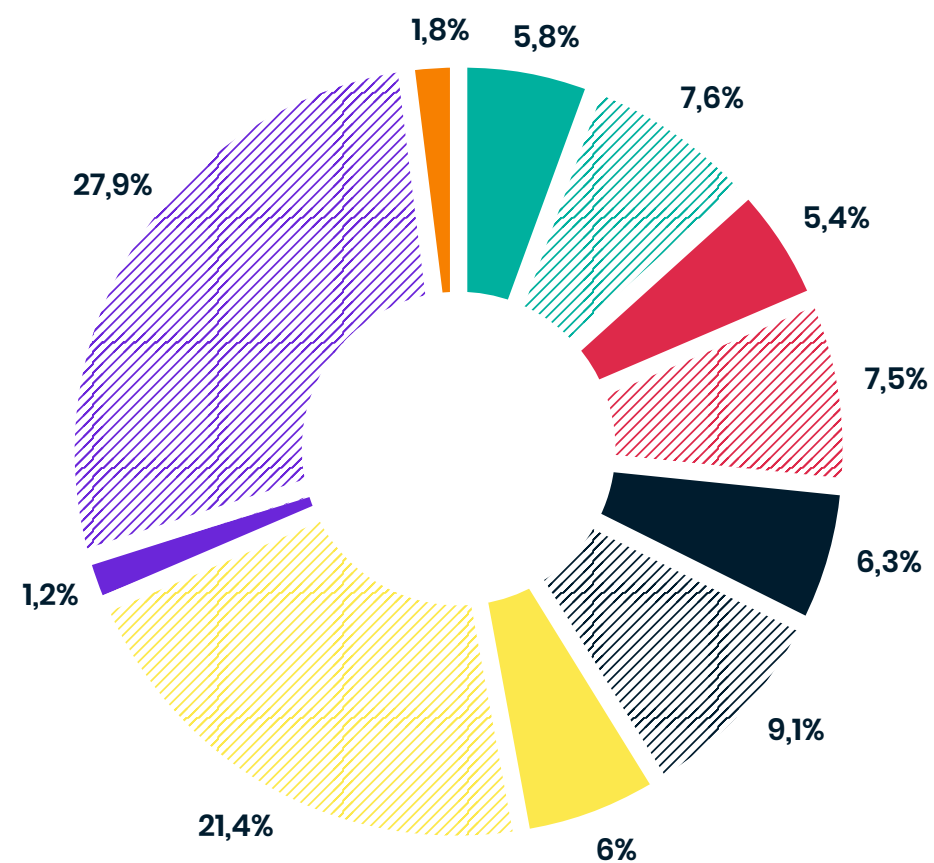
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Badanie oferty internetowej
- ▨ Badanie poziomu cen oferty kulturalnej
- ▨ Badanie popytu na ofertę
- Badanie dostępności (godziny otwarcia, lokalizacja, informacja o ofercie)
- Inne
- ▨ Badanie jakości obsługi

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

71% ankietowanych wskazało jedną odpowiedź, a 13% wskazało dwie odpowiedzi.

Jeśli chodzi o wskazania „inne, jakie?”, to wśród 12 odpowiedzi, które się pojawiły, podawano badanie motywacji dotyczących korzystania z oferty danej instytucji, badanie poziomu cen oraz jakości obsługi i dostępności, badanie potrzeb związanych z planowaną, przyszłą ofertą instytucji.

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?



- Budowanie zespołu
- ▨ Atmosfera i zadowolenie z pracy
- Motywacja do pracy
- ▨ Relacje międzypracownicze
- Analiza zasobów organizacji i ich potencjału
- ▨ Organizacja pracy
- Kompetencje pracowników
- ▨ Samoocena organizacji pracy prowadzona w ramach kontroli zarządczej
- Zarządzanie różnorodnością (niepełnosprawność, płeć, wiek, LGBTI)
- ▨ Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne

Wykres 11. Obszary badań WEWNĄTRZORGANIZACYJNYCH (n=668)

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

Kolejne pytanie ankiety, zamknięte, brzmiało: „W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania WEWNĄTRZORGANIZACYJNE?”. Instytucje miały możliwość wielokrotnego wyboru z 11 odpowiedzi. Odpowiedzi na to pytanie udzieliły 384 instytucje, z czego 186 wskazało, że: „nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach”, a 11 zaznaczyło, że nie prowadzą takich badań z uwagi na niewielki zespół bądź badania takie prowadzone były 10 lat temu lub do badań w instytucji zaliczono arkusze samooceny pracownika. Uwzględniając wszystkie udzielone odpowiedzi, należy uznać, że aż 51,3% instytucji nie prowadziło w ostatnich latach badań wewnątrzorganizacyjnych. Średnia przeprowadzonych badań przez jedną instytucję to 1,26, z czego większość ankietowanych (51,56%) przeprowadziła w swojej organizacji jedno badanie w ciągu ostatnich lat. Pozostałe instytucje przeprowadziły więcej niż jedno badanie (2 badania – 34 instytucje; 3 badania – 17 instytucji; 4 badania – 7; więcej niż 4 badania – 34 instytucje). Najczęściej ankietowani prowadzili kontrolę zarządczą, która została przeprowadzona u ponad 37% wszystkich badanych i aż 72,22% instytucji, które zadeklarowały przeprowadzenie jakichkolwiek badań w tym zakresie. Zważywszy na fakt, że kontrola zarządcza jest obowią-

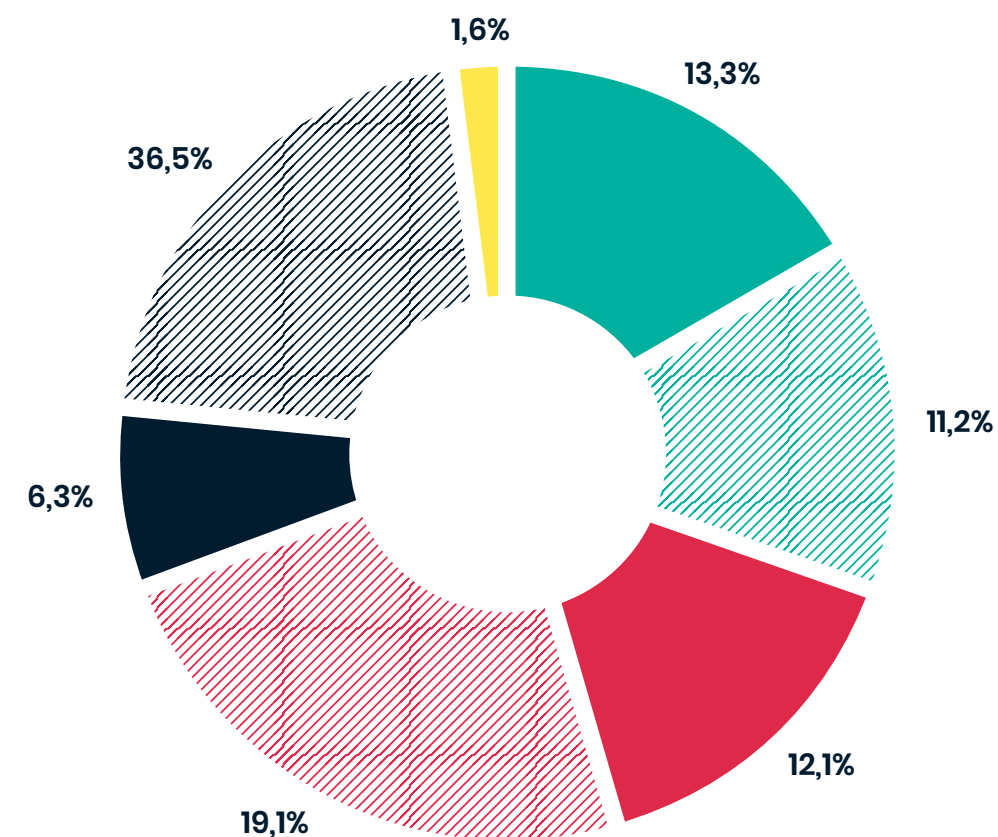
kiem instytucji sektora finansów publicznych, jest to niski odsetek. Jednak może to wynikać z nieznaności jej zasad, a także z faktu, że problematyka ta dość powszechnie kojarzona jest z księgowością. Poza tym odpowiedzi w badaniu nie udzielali pracownicy zajmujący się finansami, stąd możliwe jest niedoszacowanie w tym obszarze.

Zaledwie 8 wszystkich odpowiedzi (1,2% wszystkich i 4% podjętych badań w instytucjach, które deklarowały ich prowadzenie w swojej organizacji) dotyczyło badań skierowanych na zarządzanie różnorodnością, co stanowi najrzadziej podejmowany temat wśród instytucji kultury w Polsce.

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

Następne zagadnienie w tej części ankiety dotyczyło pytania: „W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH?”. Procentowa wartość wybranych odpowiedzi przedstawiona została w poniższym wykresie:

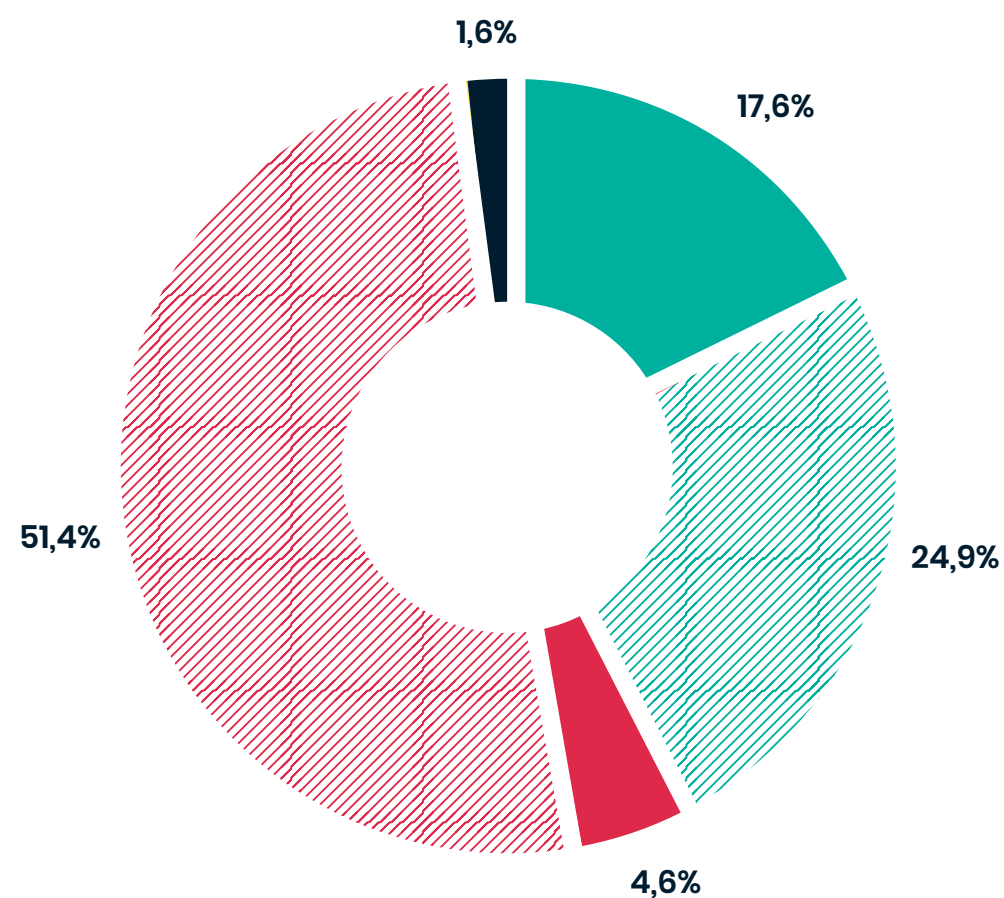
Z powyższego badania wynika, że ponad 54,3% ankietowanych instytucji kultury w Polsce (209 z 385) nie prowadzi badań dotyczących działań marketingowych.



Wykres 12. Obszary badań MARKETINGOWYCH (n=572)

- Wizerunek instytucji kultury
- Skuteczność reklamy
- ▨ Rozpoznawalność (kojarzenie) instytucji kultury
- ▨ Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Kanały i sposoby komunikacji z odbiorcami
- Inne (jakie?)
- ▨ Monitoring internetowych mediów (strony www, Facebook, e-mail itp.)

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?



- Ewaluacja oferty
- ▨ Ewaluacja projektów
- Ewaluacja cen
- ▨ Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne (jakie?)

Wykres 13. Obszary badań EWALUACYJNYCH (n=438)

■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

Zestawiając w powyższym wykresie tylko instytucje, które zadeklarowały prowadzenie badań w zakresie marketingu w organizacji, można zauważyć, że monitoring mediów internetowych, takich jak strony www, portale społecznościowe, jest najpopularniejszym obszarem prowadzonych badań przez instytucje i stanowi 28,31% wszystkich odpowiedzi i 61,9% wśród instytucji przeprowadzających przynajmniej jedno badanie w tym obszarze. Bardzo ciekawym zjawiskiem jest niewielka potrzeba analizy skuteczności reklamy poszczególnych instytucji, którą prowadzi niecałe 6,3% wszystkich ankietowanych, i jest to w tym zestawieniu najrzadziej opracowywany temat. Badania w tym obszarze najczęściej prowadzą teatry (84,62%), filharmonie, opery i operetki (80%) oraz muzea (71,01%), a najrzadziej archiwa (37,04%), biblioteki (38,27%) i domy kultury (38,27%). Z tego zestawienia można wysunąć wniosek, że instytucje nastawione na „zdobywanie” klientów z uwagi na organizowane wydarzenia kulturalne (spektakle, koncerty, wystawy itp.) chętniej analizują kwestie marketingu, niż instytucje, których zadaniem jest jedynie udostępnianie zbiorów (archiwa, biblioteki). Taka interpretacja wyników stawia muzea w roli instytucji, które, pomimo gromadzenia zbiorów, nastawione są na frekwencję.

Analiza prowadzonych przez instytucje kultury badań ewaluacyjnych była tematem kolejnego pytania w przedmiotowej ankiecie. Podobnie jak w poprzednich pytaniach, istniała możliwość wielokrotnego wyboru spośród sugerowanych odpowiedzi: ewaluacja oferty, projektów, cen oraz inne. Można było również zaznaczyć, że badania takie nie są w ogóle prowadzone w powyższych i podobnych obszarach. Zestawienie ilościowe i procentowe przedstawiono w wykresie 14.

Biorąc pod uwagę niektóre odpowiedzi podane w rubryce „inne”, a także deklarację ankietowanych o nieprowadzeniu badań w tym zakresie, aż 59,9% wskazywało na brak prowadzenia tego typu działalności w ostatnich 5 latach. Najczęściej prowadzone są badania dotyczące ewaluacji projektów – stanowią one 68,1% wszystkich badań przeprowadzonych przez instytucje kultury w obszarze ewaluacji i są prowadzone u zaledwie 28,4% jednostek. Mając na uwadze, że przynajmniej część z realizowanych projektów, jeśli nie większość, mogła być finansowana z grantów, stanowi to raczej przejaw realizacji wymogów instytucji zarządzających dofinansowaniem zewnętrznym, a nie powszechnie stosowaną w danej organizacji praktykę. Niewiele,

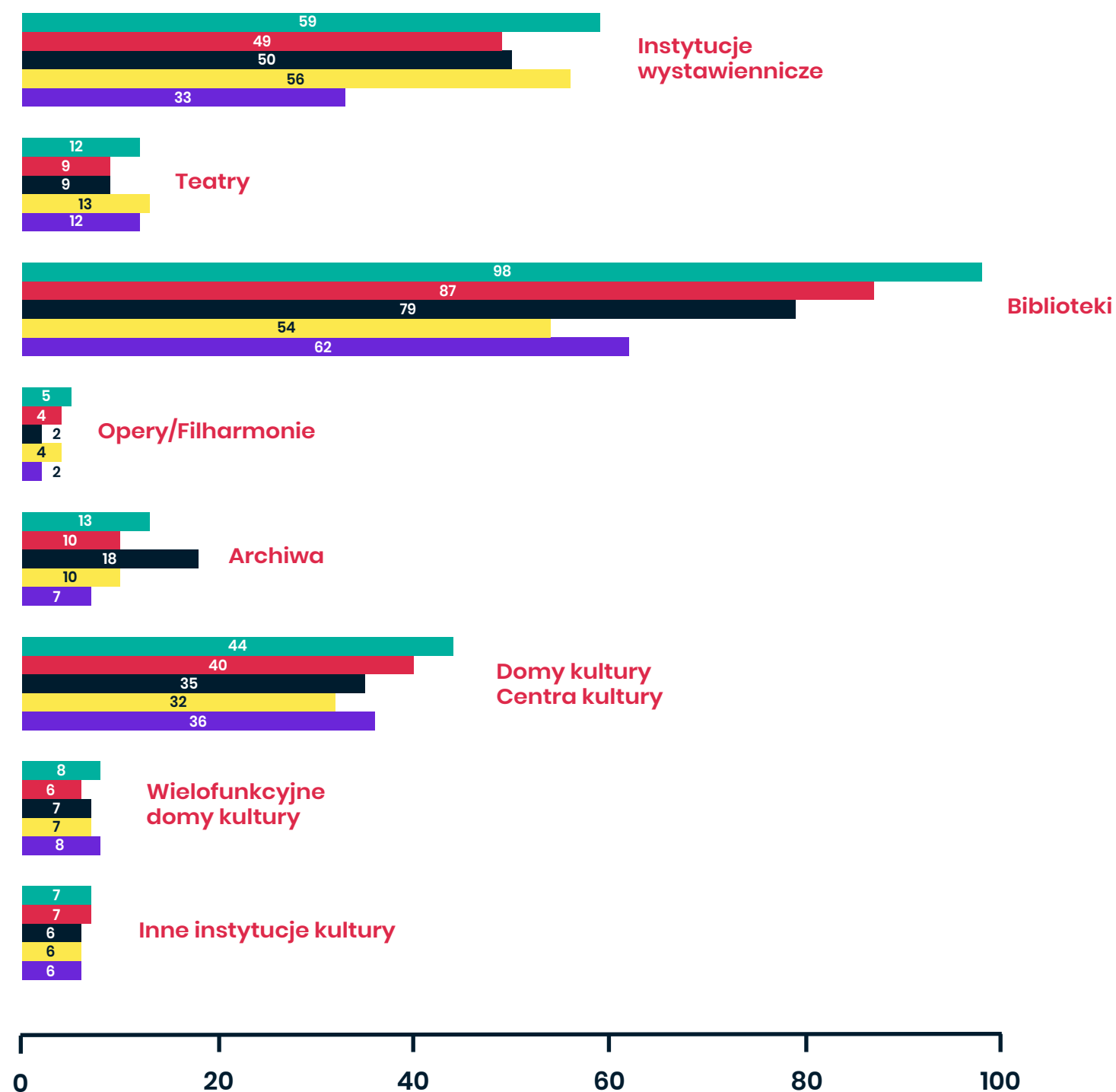
■ W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

bo zaledwie 20 instytucji wskazało, że prowadzi ewaluację cen (z czego 2 na 5 galerii sztuki, ok. 4% bibliotek i archiwów, niecałe 5% domów i ośrodków kultury, ponad 7% muzeów i 8% przebadanych teatrów). Jedne badania ewaluacyjne w ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziło 107 instytucji. Stanowi to 66,9% instytucji, które prowadziły badania. Dwa badania w ciągu ostatnich lat przeprowadziło 41 biorących udział w badaniu instytucji, a trzy analizy zaledwie 6 jednostek.

Reasumując wyniki 5 ostatnich pytań, na które udzieliły odpowiedzi wyłącznie te instytucje kultury, które w ciągu ostatnich 5 lat realizowały badania, można określić, jaka kategoria badań budziła największe zainteresowanie. Na tym tle wyróżniaty się badania publiczności – 78,8% instytucji zadeklarowało, że w ostatnich 5 latach realizowało przynajmniej jedno badanie w tym obszarze. Nieco mniej, bo 69,9% instytucji kultury prowadzących badania, realizowało je w obrębie badań oferty. Trochę więcej niż połowa z tych instytucji (51,7%) wskazała, że wdrażała badania wewnątrzorganizacyjne, a 45,7% wskazało na kategorię badań marketingowych. W najmniejszym stopniu uskuteczniło badania ewaluacyjne – spośród wszystkich instytucji kultury prowadzących badania w ostatnich 5 latach 41,4% zadeklaro-

wało, że dotyczyły one właśnie tego obszaru. Wyniki ilustruje poniższy wykres. Warto podkreślić, że zdecydowanie największe zainteresowanie ze strony instytucji kultury skupiło się na badaniach publiczności i oferty. Położenie nacisku na te obszary może świadczyć o tym, że organizacje te koncentrują się szczególnie na ich społecznej funkcji związanej z upowszechnianiem kultury.

W jakim obszarze instytucje kultury prowadziły badania?

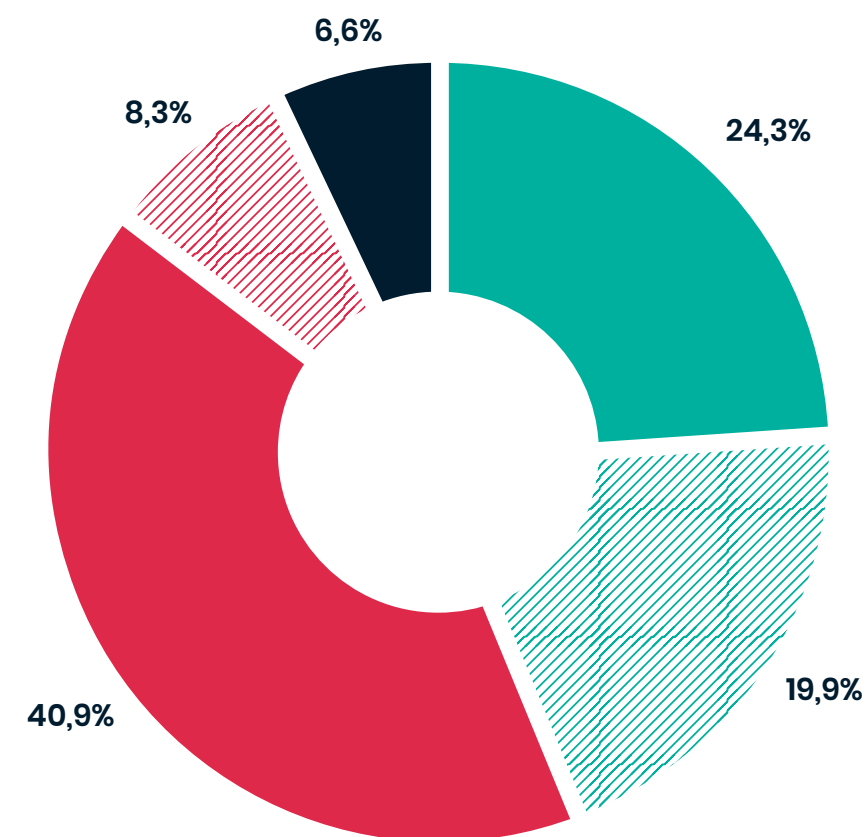


- Prowadzi badania publiczności
- Prowadzi badania oferty
- Prowadzi badania wewnątrzorganizacyjne
- Prowadzi badania działań marketingowych
- Prowadzi badania ewaluacyjne

Wykres 14. Typy badań prowadzonych przez instytucje kultury (n=392)

■ Dlaczego instytucje kultury nie prowadzą badań?

Jak wskazano, powyższe pytania dotyczyły instytucji kultury prowadzących w ostatnich 5 latach badania, były jednak i takie, które tego nie robiły. Pytanie, dlaczego badania nie były prowadzone, miało na celu zidentyfikować powody, dla których te instytucje kultury nie przeprowadziły żadnych z wymienionych powyżej działań. Można było wybrać jedną z opcji odnoszących się do: kwestii finansowych, braku czasu, braku potrzeby bądź niewiedzy związanej z organizacją takich badań. Odpowiedzi w poszczególnych kategoriach zostały zestawione w poniższym wykresie.



Wykres 15. Powody, dla których instytucje kultury nie prowadziły badań (n=181)

- Ponieważ nie mieliśmy na to środków finansowych
- Ponieważ nie widzieliśmy takiej potrzeby
- ▨ Ponieważ nie mieliśmy czasu na ich przeprowadzenie
- ▨ Ponieważ nie wiedzieliśmy, jak to zrobić
- Inne

■ Dlaczego instytucje kultury nie prowadzą badań?

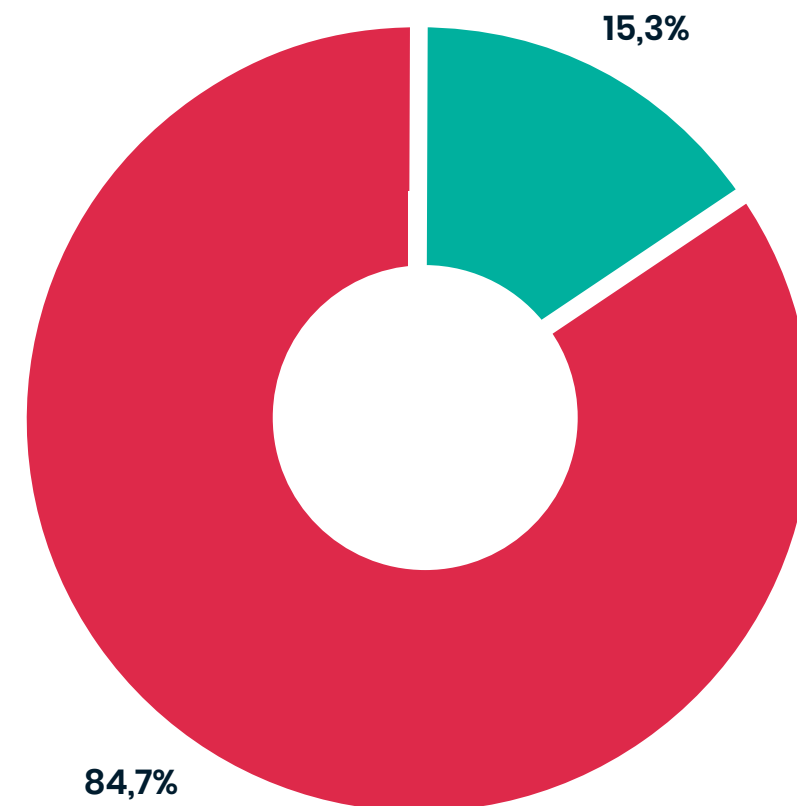
Odpowiedzi na to pytanie udzieliło 181 instytucji kultury w Polsce. Pierwszym i najważniejszym wnioskiem z tego badania jest to, że ponad 47% ankietowanych instytucji nie prowadzi żadnych badań wskazanych w ankiecie. Najczęściej podawanym powodem jest brak dostrzeżenia potrzeby prowadzenia takiej aktywności (ponad 40%). Niemalże 25% instytucji wskazało na brak środków finansowych, a niecałe 20% na brak czasu. Innymi powodami, na które wskazywali ankietowani, niewymienionymi wśród sugerowanych odpowiedzi, były: brak zasobów ludzkich, prowadzenie innych analiz, np. obserwacji, brak ujęcia w planach, ignorancja osób decyzyjnych, zbyt mały zespół; udzielono również odpowiedzi: „nie znam powodu”, „nie wiem”, „nie mam zdania”.

Analizując, które instytucje nie prowadzą ewaluacji własnej działalności i organizacji, można wskazać, które z nich, w zależności od typu, najrzadziej prowadzą badania wymienione w ankiecie. Najmniej aktywne w prowadzeniu badań są archiwa (37%), domy i centra kultury (39,3%) i biblioteki (50%), z kolei najczęściej podejmującymi ten temat instytucjami są teatry (83,33%) oraz instytucje wystawiennicze (galerie 60% i muzea 62,3%). Co ciekawe, w instytucjach z najniższym wskaźnikiem prowadzonych badań

(archiwa i biblioteki) blisko połowa za powód nieprowadzenia badań podaje brak takiej potrzeby (biblioteki 57%, archiwa 41%). Z kolei wśród instytucji o największym zainteresowaniu prowadzeniem badań w odpowiedziach dotyczących powodów nieprowadzenia takowych dominują kwestie niedoborów finansowych (teatry 100%, przy czym odpowiedzi na to pytanie udzieliły tylko dwa teatry, muzea 41%, galerie ponad 50%, przy czym odpowiedzi na to pytanie udzieliły dwie galerie). Podane odpowiedzi mogą także potwierdzać wnioski z poprzedniego punktu, w którym zarówno biblioteki, jak i archiwa były bardzo mało zainteresowane prowadzeniem badań marketingowych, z kolei instytucje nastawione na pozyskiwanie klientów i dążenie do zwiększenia frekwencji wydarzeń kulturalnych (np. teatry, muzea, galerie) były bardziej aktywne w prowadzeniu badań. Pokazuje to zależność pomiędzy potrzebą samodoskonalenia, zwiększania efektywności procesów organizacyjnych, a także analizą rynku i otoczenia z potrzebą konkurencyjności instytucji i „walki” o liczbę odwiedzających/widzów.

■ Czy i jakie badania były prowadzone w drugim kwartale 2020 roku?

Kolejne pytanie dotyczyło stanu obecnego: „Czy w obecnym czasie prowadzą Państwo badania?”. Na pytanie udzielono 382 odpowiedzi. Zdecydowana większość instytucji kultury (84,7%) nie prowadziła badań w momencie przeprowadzania ankiety. Twierdząco na pytanie odpowiedziało 60 osób, co dało wynik procentowy 15,3%.



Wykres 16. Badania prowadzone w drugim kwartale 2020 roku (n=382)

■ Tak
■ Nie

■ Czy i jakie badania były prowadzone w drugim kwartale 2020 roku?

„Jakie prowadzi Państwo obecnie badania?” było kolejnym pytaniem skierowanym do badanych instytucji kultury. Okazało się, że wskazane badania, które instytucje prowadziły w czasie realizacji niniejszej ankiety, można podzielić na dwie kategorie. Nazwy kategorii nadano w sposób celowy, przyjmując, że prowadzą one do większej przejrzystości całego opracowania: badania w skali makro (A) i badania w skali mikro (B).

Badania w skali makro (A) odnoszą się do kwestii działalności kulturalnej i stanu kultury w określonym regionie, np. kondycji lokalnych domów kultury, kulturalnych preferencji mieszkańców województwa. Badania w skali mikro (B) natomiast związane są bezpośrednio z działalnością instytucji kultury, które je realizują: ich publicznością, sprawami pracowniczymi, komunikacją online itp. Badania w skali makro prowadzone są najczęściej przez instytucje kultury, które powołane są do prowadzenia tego typu działalności (choćby instytuty kultury) oraz te, których działalność ma charakter ponadlokalny, a których organizatorem jest często określone województwo lub Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Badania w skali mikro mogą być tymczasem prowadzone potencjalnie przez każdą zainteresowaną instytucję kultury. Nie może więc dziwić, że badań

w skali makro realizowanych jest zasadniczo mniej niż mikro. Takie ujęcie uwzględni dwie ważne dla zarządzania organizacjami perspektywy - interakcje z otoczeniem wewnętrznym oraz zewnętrznym, nie powodując konieczności kategorycznego ich oddzielania.

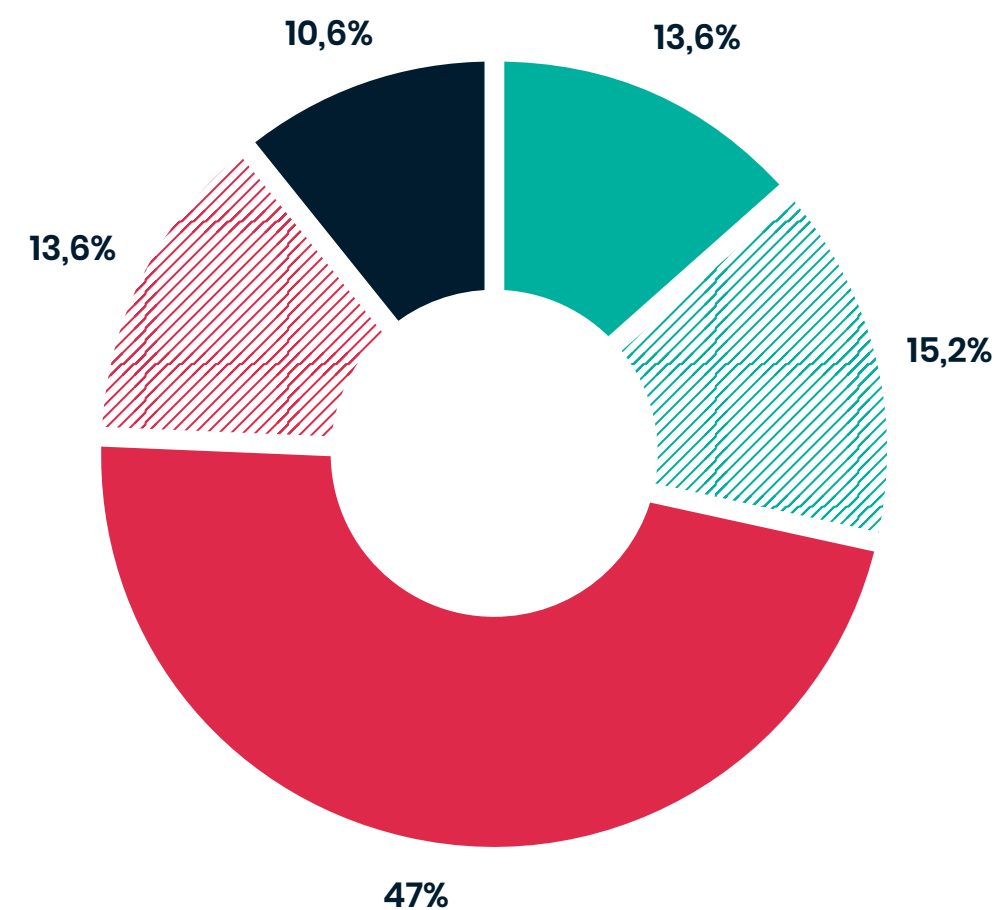
Wśród wszystkich badań prowadzonych przez instytucje kultury, które wypełniły przesłaną ankietę i jednocześnie prowadziły badania w okresie jej trwania, odnotowano 8 takich, które można zaliczyć do kategorii „makro”:

- analiza funkcjonowania bibliotek publicznych,
- badania miejskich domów kultury – obecnie działających,
- konsultacje społeczne dotyczące budowy nowych domów kultury,
- badania funkcjonowania instytucji kultury i innych podmiotów po pandemii,
- badania działań bibliotek terenowych województwa; potrzeb w zakresie szkoleń i wsparcia bibliotek terenowych województwa; czytelnictwa w regionie,
- diagnoza potencjału kulturowego gminy,

Czy i jakie badania były prowadzone w drugim kwartale 2020 roku?

- wpływ pandemii COVID-19 na działalność instytucji kultury,
- wpływ pandemii COVID-19 na realizację zadań przez podmioty współpracujące.

Z kolei w zakresie „mikro”, w czasie prowadzenia niniejszego badania ankietowego, instytucje kultury zadeklarowały, że prowadzą 64 przedsięwzięcia badawcze. Ponieważ akurat to pytanie ankietowe miało charakter otwarty, wprowadzono kategorie, które pozwoliły uporządkować odpowiedzi instytucji. Wykorzystano te same kategorie badań, które zastosowano w zamkniętych pytaniach ankiety dotyczących realizowanych badań w ostatnich 5 latach. Tymi kategoriami były: badania publiczności, oferty, wewnątrzorganizacyjne, działań marketingowych i ewaluacyjne. Poniżej zaprezentowano graficzne ujęcie udziału poszczególnych kategorii badań we wszystkich badaniach prowadzonych przez instytucje kultury w momencie realizacji ankiety. Zestawienie daje ogólny obraz tego, które z aktualnie prowadzonych przez polskie instytucje kultury badań należy uznać za najpopularniejsze oraz jakiego zakresu działalności one dotyczą.



Wykres 17. Rodzaj prowadzonych obecnie badań (n=392)

- B. ewaluacyjne
- B. oferty
- B. publiczności
- B. działań marketingowych
- B. wewnątrzorganizacyjne

■ Czy i jakie badania były prowadzone w drugim kwartale 2020 roku?

Kilka udzielonych odpowiedzi miało nieprecyzyjny charakter i odnosiło się na przykład do techniki („wywiady”) albo do zakresu („wewnętrzne”). Od strony tematycznej wiele odpowiedzi dotyczyło trwającej pandemii, łącząc różne aspekty funkcjonowania organizacji i jej obecności w świecie wirtualnym. Na tym tle pojawiały się wątki związane z zapotrzebowaniem, atrakcyjnością oferty, możliwością pobierania opłat za program udostępniany w sieci, sytuacją środowiska artystycznego, rentownością wydarzeń. Tym samym można stwierdzić, że wokół tego problemu zogniskowały się różne tematy istotne dla organizacji. Zarówno reagującej na wyzwania otoczenia zewnętrznego w sposób nagły, jak i gotowej na autorefleksję, gdy konieczne okaże się trwałe przemodelowanie trybu działania.

■ W obrębie wszystkich kategorii badań prowadzonych przez instytucje kultury w momencie zbierania danych, zdecydowanie największy odsetek, bo prawie połowę (47%), stanowiły badania publiczności. Kolejną kategorią, choć już ze znacznie niższym wynikiem (15,2%), były badania oferty. W tym samym zakresie realizowane są badania z grupy działań marketingowych i ewaluacyjne. Najmniej popularne są z kolei bada-

nia wewnątrzorganizacyjne (10,6%). Warto zauważyć, że nacisk na badania publiczności i oferty w połowie 2020 roku, czyli w czasie pandemii, jest analogiczny do działań organizacji w poprzednich 5 latach. To wszystko pokazuje, które aspekty działalności są dla instytucji kultury najważniejsze. Wyraźnie widać, że są one zainteresowane sprawami szeroko pojętego udostępniania swojej oferty odbiorcom oraz budowaniem i utrzymywaniem relacji z otoczeniem społecznym. Stąd też tak duży nacisk na badania publiczności oraz dość wysokie wskaźniki badań dotyczących oferty kulturalnej i marketingowych aspektów funkcjonowania tych organizacji. Wątek ten jest interesujący szczególnie w kontekście misyjności instytucji kultury. Czy ambicją instytucji powinno być inicjowanie dyskusji, dawanie impulsów do poszukiwań światopoglądowych? Czy może instytucje powinny rozpoznawać aktualne zapotrzebowania odbiorców i wpisywać się w ich gust? Na pytania te nie można odpowiedzieć na podstawie niniejszych badań, ale kierują one uwagę w stronę zidentyfikowanej luki poznawczej, dotyczącej znaczenia marketingu kultury w definiowaniu zakresu jej społecznego sensu.

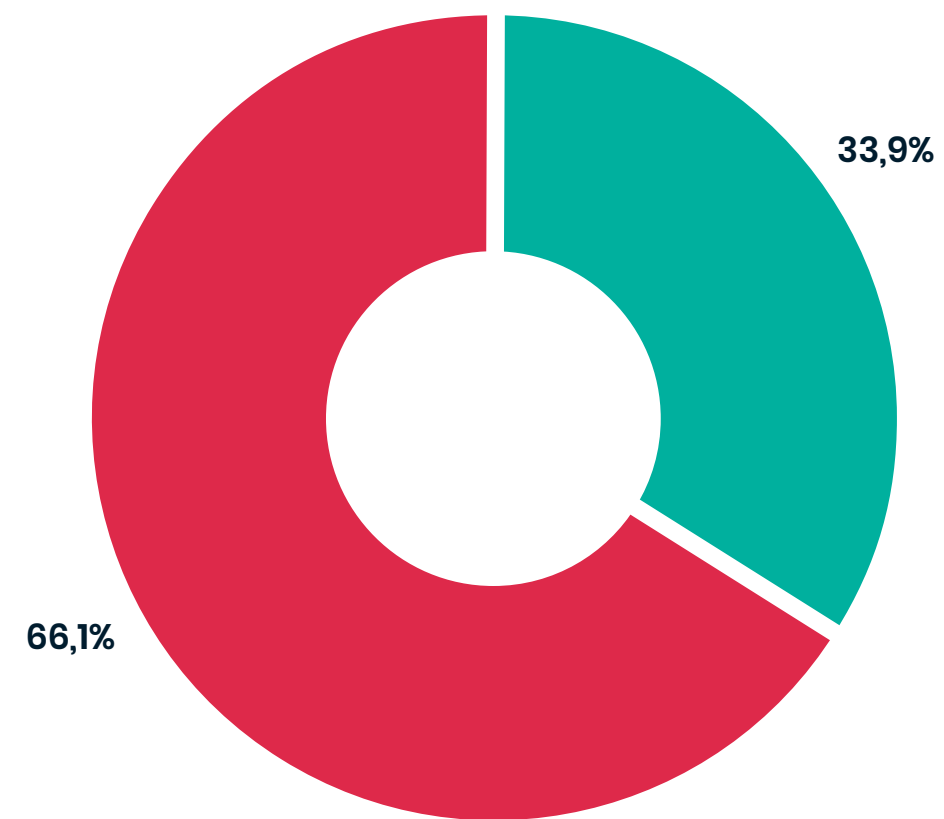
■ Czy i jakie badania były prowadzone w drugim kwartale 2020 roku?

Ważnym wątkiem jest tym samym fakt, że w obrębie relacji z publicznością dominujący element stanowi podejście ilościowe skoncentrowane wokół badania frekwencji, a w sensie jakościowym – wokół poznawania preferencji i zadowolenia z oferty. Rzadkością są natomiast konsultacje społeczne dotyczące programu i trybu działania instytucji czy inicjatywy z zakresu *audience development*, związane na przykład z rozwijaniem współpracy z marginalizowaną grupą wiekową albo językową. W zestawieniu z innymi odpowiedziami ujętymi w ankiecie można wysunąć wniosek, że badanie publiczności staje się coraz istotniejszym aspektem funkcjonowania instytucji kultury i najprawdopodobniej wysiłki badawcze w przyszłości będą realizowane w tym właśnie nurcie. Stanowi to ważną wskazówkę dla badaczy oraz pokazuje kierunek refleksji instytucji, odczytującej relacje z publicznością na różne sposoby. Warto ponadto zwrócić również uwagę na ewidentną dysproporcję pomiędzy badaniami, które dotyczą zewnętrznej (środowiskowej) sfery działalności instytucji kultury (publiczność, marketing), a badaniami wewnątrzorganizacyjnymi (dla przypomnienia: 10,6%). Jeśli chodzi o kwestie „wewnętrzne”, organizacje te są albo ukontentowane bieżącym stanem rzeczy, albo nie widzą potrzeby poznania „odśrodkowych” mechanizmów ich funkcjo-

nowania. Tylko jedna osoba wspomniała o „ankietach samooceny w ramach kontroli zarządczej”, co zdaje się być własnym mechanizmem oceny danej instytucji.

■ Jakie są plany instytucji kultury w zakresie realizacji badań?

Kolejne trzy pytania dotyczyły realizacji przez instytucje kultury badań w przyszłości. Na pierwsze z nich: „Czy w najbliższym czasie planują Państwo przeprowadzić badania dotyczące funkcjonowania instytucji i jej otoczenia zewnętrznego?”, łącznie udzielono 392 odpowiedzi, co oznacza, że wypowiedziały się wszystkie biorące udział w badaniu osoby. „Tak” odpowiedziało 33,9%, a „nie” 66,1%. Wynik ten wskazuje, że zasadnicza większość ($\frac{2}{3}$) instytucji kultury nie zamierza wdrażać badań w najbliższej perspektywie, nie mówi natomiast nic o przyczynach takiego stanu rzeczy. Wyjaśnienie przedstawiono na kolejnych stronach raportu.



Wykres 18. Plany dotyczące realizacji badań w przyszłości (n=392)

■ Tak
■ Nie

■ Jakie są plany instytucji kultury w zakresie realizacji badań?

Do instytucji kultury, które w niedalekiej perspektywie mają w planach podjęcie badań, skierowano szczegółowe pytanie: „Jakie badania planują Państwo przeprowadzić w najbliższym czasie?”. Warto tutaj zaznaczyć, że udzielając odpowiedzi na to pytanie, część instytucji kultury podawała więcej niż jedną propozycję. Z puli wszystkich odpowiedzi 6,7% było takich, z których nie można wyciągnąć żadnych bliższych wniosków (były to odpowiedzi typu: „nie wiem”, „nie mam zdania”, „jeszcze nie planujemy”), 11,3% odpowiedzi było bardzo ogólnych, takich, które nie odnosiły się do konkretnego obszaru badań, a jedynie wskazywały metodę/technikę badawczą (odpowiedzi typu: „ankieta”, „badania fokusowe”, „krótkie wywiady”), a 1,5% dotyczyło przedsięwzięć, których badaniami raczej nazwać nie można (np. „międzynarodowy projekt o współpracy sieci kulturalnych w Europie” czy „analiza rozwoju instytucji”). Podano także, że planowane są badania „cykliczne” albo „kontynuujące wcześniejsze badania”.

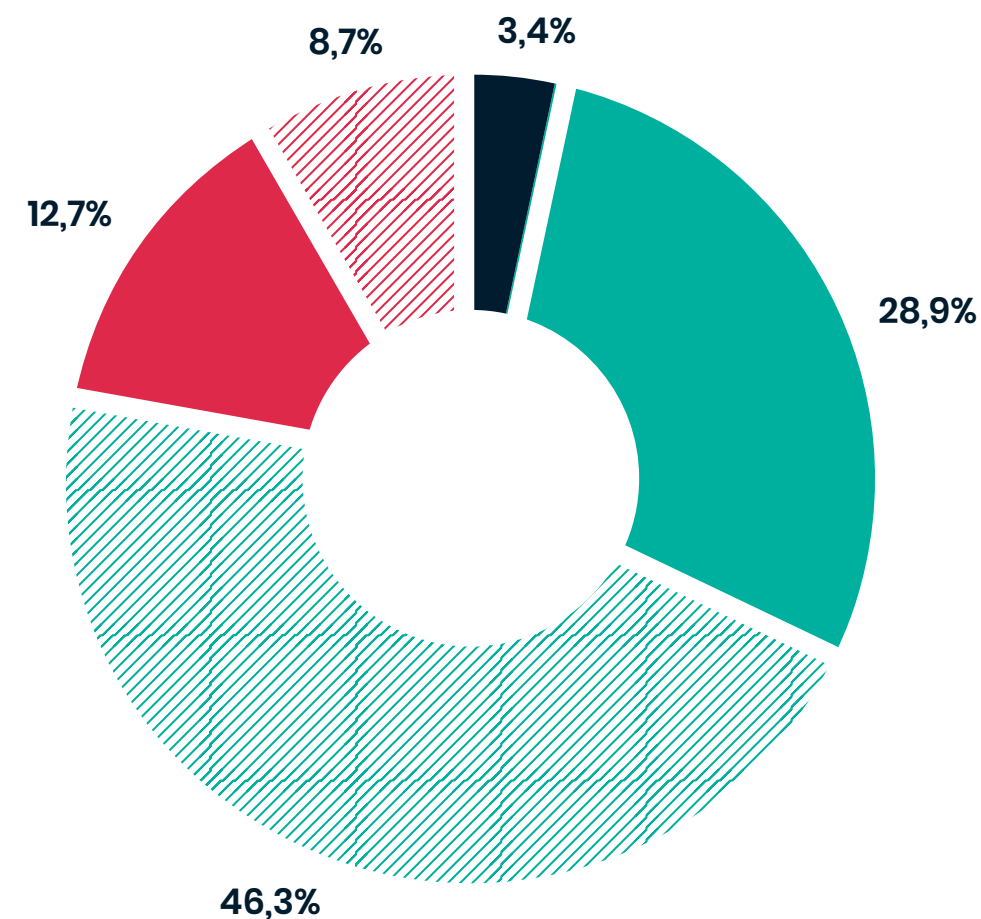
Zbiór pozostałych odpowiedzi (80,5%), podobnie jak miało to miejsce w przypadku pytania o obecnie prowadzone badania, można podzielić na dwie grupy: badania w skali makro (A) i badania w skali mikro (B).

W obrębie badań w skali makro zwrócono uwagę na:

- stan czytelnictwa na poziomie gminy wiejskiej,
- badanie potrzeb i oczekiwań mieszkańców na poziomie gminy wiejskiej,
- badania nad dostępnością instytucji kultury dla osób z niepełnosprawnościami,
- badanie lokalnych liderów kultury,
- badania społeczne wśród najmłodszych odbiorców kultury,
- działania bibliotek terenowych danego województwa oraz potrzeby w zakresie szkoleń i wsparcia bibliotek terenowych województwa.

■ Jakie są plany instytucji kultury w zakresie realizacji badań?

Jeśli chodzi o badania w skali mikro, które instytucje kultury planują przeprowadzić w najbliższym czasie, zdecydowanie największym zainteresowaniem cieszą się badania: publiczności (46,3%), oferty (28,9%), działań marketingowych (12,7%), wewnątrzorganizacyjne (8,7%) i ewaluacyjne (3,4%).



Wykres 19. Rodzaj planowanych badań (n=133)

- B. oferty
- B. działań marketingowych
- ▨ B. publiczności
- ▨ B. wewnątrzorganizacyjne
- B. ewaluacyjne

■ Jakie są plany instytucji kultury w zakresie realizacji badań?

Należy podkreślić, że podobnie jak w badaniach realizowanych przez instytucje kultury w przeszłości oraz tych, które wdrażano w momencie przeprowadzania tej ankiety, w planowanych badaniach również położono nacisk na kwestie „zewnętrzne” – związane z przygotowaniem i udostępnianiem oferty, zarządzaniem publicznością i komunikowaniem z nią. Odsetek planowanych badań dotyczących oferty (np. popyt na ofertę, jej atrakcyjność, udostępnienie) w odniesieniu do wszystkich planowanych był zbliżony do liczby badań realizowanych przez instytucje kultury w czasie trwania niniejszej ankiety – 46,3% planowane i 47% realizowane. Podobnie było w przypadku badań marketingowych – 12,7% (w odniesieniu do wszystkich planowanych) i 13,6% (w odniesieniu do wszystkich realizowanych). Pojawiła się natomiast zasadnicza różnica pomiędzy badaniami ofertowymi, które planuje się przeprowadzić w przyszłości (28,9%), a tymi, które instytucje realizowały w toku trwania ankiety (15,2%). Ta wyraźna różnica (niemal dwukrotna) może być kolejnym dowodem na to, że rośnie zainteresowanie instytucji kultury upowszechnianiem i udostępnianiem oferty kulturalnej oraz pogłębia się znaczenie ich funkcjonowania w otoczeniu społecznym i wirtualnym. Co więcej, ten wzrost zainteresowania sprawami zewnętrznymi, otwieraniem się

instytucji na publiczność znajduje odbicie w coraz mniejszej potrzebie realizacji badań wewnątrzorganizacyjnych, w tym spraw pracowniczych. Jak wspomniano wcześniej, ponad połowa instytucji kultury (51,7%), które w ostatnich 5 latach prowadziły badania, zadeklarowała, że realizowała badania wewnątrzorganizacyjne, tymczasem, jak obliczono, co dziesiąta (9,8%) instytucja z tych, które planują w najbliższej perspektywie wdrożyć badania, stwierdziła, że będą to badania w obszarze wewnętrznym. Zjawisko przywiązywania większej wagi do spraw zewnętrznych przy jednoczesnym pomijaniu spraw zarządzania „organizmem” instytucji, jej kultury organizacyjnej, może skutkować powstawaniem organizacji narcystycznych, w których kwestie dopasowania się do wymagań publiczności, odbioru społecznego i atrakcyjnego wizerunku mogą się stać celem samym w sobie. Wątek ten odnosi się do wcześniej wzmiankowanej kwestii misyjności i innych motywacji w prowadzeniu działalności.

■ Jakie są plany instytucji kultury w zakresie realizacji badań?

Podsumowując, na podstawie analizy odpowiedzi o charakterze otwartym można sformułować następujące uwagi dodatkowe:

- Wyczuwalny jest podział na otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne organizacji, co determinuje charakter badań, w jednym i drugim przypadku celem jest doskonalenie organizacji, przy czym badania o charakterze wewnętrznym w większym stopniu wpływają na procedury związane z zarządzaniem i organizowaniem pracy, podczas gdy zewnętrzne związane są z kwestiami programowymi, merytorycznymi, wizerunkowymi i mają przyczynić się do utrzymania albo rozbudowywania relacji z odbiorcami, nierzadko również w celu zapewnienia wpływów finansowych. Warto dodać, że podczas gdy kierunek na analizę wewnętrzną oparty jest na kontroli, kierunek na analizę zewnętrzną łączy się z dążeniem do zadowolenia i satysfakcji odbiorców. Może to sygnalizować dysharmonię między dbaniem o atmosferę pracy i dobre samopoczucie pracowników a pozyskiwaniem przychylności odbiorców.

- Wiele instytucji decyduje się na standardowe badania związane na przykład z analizowaniem frekwencji, podczas gdy nieliczne identyfikują specyficzne problemy, które warto rozwiązać w efekcie badań, np. brak publiczności w wieku 60 lat i więcej.

■ Dlaczego instytucje kultury nie planują prowadzenia badań?

Interesujące było też to, dlaczego niektóre instytucje kultury nie zaplanowały realizacji badań (prawie $\frac{2}{3}$ biorących udział w badaniu odpowiedziało w ten sposób). Do nich skierowano kolejne pytanie: „Dlaczego nie planują Państwo w najbliższym czasie prowadzić badań?”. Wiele spośród nich podało więcej niż jeden powód, toteż suma wskaźników procentowych poszczególnych kategorii odpowiedzi przekracza 100%.

Ponieważ pytanie o planowane badania miało charakter otwarty, niektóre odpowiedzi trudno uznać za jednoznaczne. Udało się jednak posegregować je, dobierając stosowne kategorie. Jak zauważono wcześniej, najczęstszymi powodami braku planów badawczych były te, którym przypisano ogólną kategorię „braku lub niewystarczających zasobów” – prawie połowa (46,7%) instytucji kultury wskazywała tego rodzaju powody. Wśród brakujących lub niewystarczających zasobów wskazano: czas, wyszkolone kadry, środki finansowe. Wielu ankietowanych wspominało również o braku odpowiednich kompetencji, niewielkim doświadczeniu, nieznajomości narzędzi i metod badawczych. Interesujące jest to, że jeśli wśród instytucji kultury, które zadeklarowały, że nie planują realizacji badań w najbliższym czasie, strona finansowa jest kluczowym powodem braku

takich planów, to zdaniem instytucji, które zrealizowały badania, ten rodzaj zasobu nie ma aż tak dużego znaczenia, by badania można było skutecznie przeprowadzić.

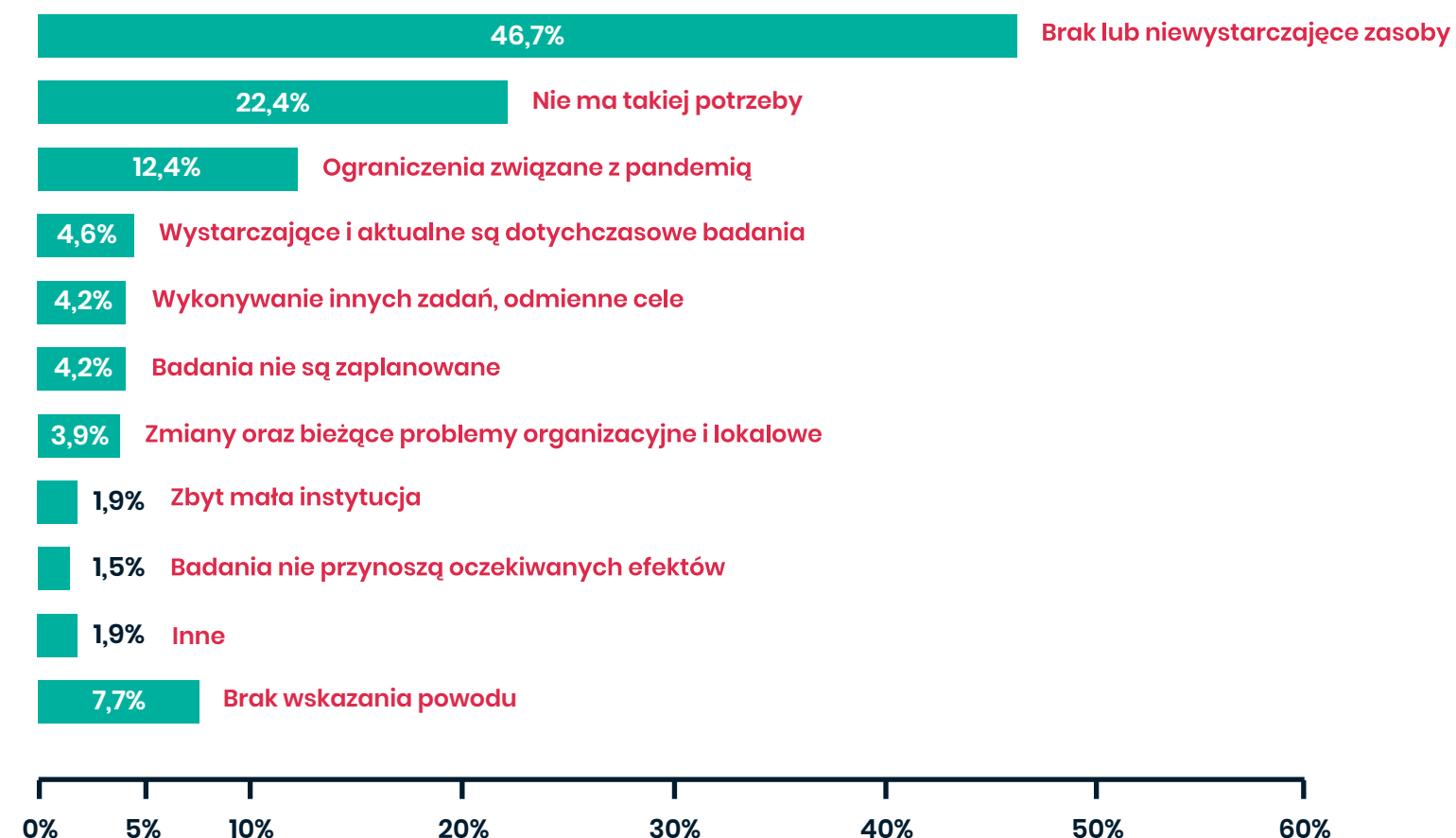
Drugą grupą przyczyn o największym znaczeniu była ta, którą nazwano „nie ma takiej potrzeby”. Co piąta (22,4%) instytucja nieplanująca badań zadeklarowała, że nie widzi takiej potrzeby.

W trzeciej z kolei grupie powodów, jeśli chodzi o liczbę wskazań, znalazły się te, które koncentrowały się na ograniczeniach spowodowanych pandemią COVID-19 – 12,4% instytucji kultury udzieliło takiej odpowiedzi. Pozostałe przyczyny braku zainteresowania prowadzeniem badań pojawiały się rzadziej, toteż ich znaczenie można postrzegać jako mniej istotne. W każdym razie 4,6% organizacji jako przyczynę podało to, że dotychczas prowadzone badania są aktualne i wystarczające, 4,2% koncentruje się na innych celach czy realizuje odmienne zadania, dla 3,9% przeszkodą są bieżące zmiany i problemy wewnątrzorganizacyjne lub lokalowe, co dwudziesta instytucja podkreśliła, że jest zbyt małą organizacją, by realizować badania, a nieznacznym odsetek (1,5%) twierdził, że „badania nie przynoszą oczekiwanych efektów”. Padły też pojedyncze odpowiedzi,

■ Dlaczego instytucje kultury nie planują prowadzenia badań?

których nie udało się zaklasyfikować do powyższych grup, dla nich stworzono więc kategorię „inne” (1,9%), której znaczenie nie jest jednak zasadnicze, chociaż w jednym przypadku podano, że osoba kompetentna w tym zakresie obawia się krytyki i z tego powodu nie proponuje badań. Większość instytucji wskazujących na różnego rodzaju braki wymienia ich więcej niż jeden.

Należy również podkreślić, że 7,7% instytucji kultury z rzeczonyj grupy nie wskazało konkretnej przyczyny braku planowania badań; padały tutaj odpowiedzi takie jak: „nie jestem osobą decyzyjną” (przy okazji odpowiedzi na inne pytanie wskazywano, że osobami odpowiedzialnymi za realizację badań są przedstawiciele kadry kierowniczej instytucji), „brak wytycznych”, „trudno powiedzieć”, „nie wiem” lub odpowiedzi niezwiązane z zadaniem pytaniem.



Wykres 20. Przyczyny braku planów realizacji badań (n=259)

■ Dlaczego instytucje kultury nie planują prowadzenia badań?

Przyczyny braku planów realizacji badań można podzielić na dwie grupy:

- przyczyny „miękkie” (przeszkody), po których usunięciu prawdopodobnie będzie można zrealizować badania (grupa A),
- przyczyny „twarde” (bariery), których usunięcie, a w związku z tym przeprowadzenie badań może być niemożliwe (grupa B).

Do grupy A można przypisać następujące kategorie przyczyn: „brak lub niewystarczające zasoby”, „ograniczenia związane z pandemią”, „badania nie są zaplanowane”, „zmiany oraz bieżące problemy organizacyjne i lokalowe”, „zbyt mała instytucja”. Z kolei do grupy B zaliczyć można kategorię „nie ma takiej potrzeby”, a także „wystarczające i aktualne są dotychczasowe badania”, „wykonywanie innych zadań, odmienne cele”, „badania nie przynoszą oczekiwanych efektów”. Przeszkody należące do grupy A mają najczęściej naturę przejściową albo do ich usunięcia wymagane byłoby zaangażowanie dodatkowych, zewnętrznych zasobów, pomocy zewnętrznych organizacji.

Przeszkody z grupy B są „trudniej usuwalne”, gdyż mogą się wiązać z brakiem wiedzy, wiedzą stereotypową (lub nawet uprzedzeniami) i ogólną niechęcią do prowadzenia badań. Warto jednak podkreślić, że przyczyny z grupy A były zasadniczo częściej wskazywane niż te z grupy B (co ilustruje tabela 1). Można więc wysnuć wniosek, że większość instytucji kultury, która nie planuje realizacji badań w najbliższym czasie, nie jest im niechętna i może je przeprowadzić w dalszej perspektywie, jeśli zostaną spełnione określone warunki eliminujące przeszkodę. Równocześnie analiza tego wątku daje wgląd w wewnętrzną sytuację organizacji. Tym samym może stanowić istotną wskazówkę dla zarządzających, jakie jest podejście do tematyki zmiany w organizacji, jak rozumiane są poszczególne obowiązki i odpowiedzialność różnych pracowników, wreszcie z jakich problemów bądź niewypowiedzianych kwestii wynika niechęć do podejmowania wysiłków badawczych i docelowo modyfikacji.

■ Dlaczego instytucje kultury nie planują prowadzenia badań?

Grupa A Przeszkody		Grupa B Bariery	
brak lub niewystarczające zasoby	46,7%	nie ma takiej potrzeby	22,4%
ograniczenia związane z pandemią	12,4%	wystarczające i aktualne są dotychczasowe badania	4,6%
badania nie są zaplanowane	4,2%	wykonywanie innych zadań, odmienne cele	4,2%
zmiany oraz bieżące problemy organizacyjne i lokalowe	3,9%	badania nie przynoszą oczekiwanych efektów	1,5%
zbyt mała instytucja	1,9%		

Tabela 1. Przyczyny braku planów realizacji badań (n=234)

Jakie badania instytucje kultury chciałyby zrealizować?

Następne pytanie nie dotyczyło ani przeszłości, ani planów prowadzenia badań, odnosiło się natomiast wyłącznie do pól, w obrębie których instytucje kultury powinny prowadzić badania. Pytanie brzmiało: „W jakim szczególnie zakresie – Państwa zdaniem – powinny być prowadzone badania w Państwa instytucji i dlaczego?”. Prawie ¼ badanych instytucji kultury (23,5%) nie wskazała zakresu prowadzenia badań, najczęściej nie podając powodu. Większość instytucji z tej grupy (71,7%) nie udzieliła żadnej odpowiedzi, a 6,5% odpowiedziało „trudno powiedzieć”. Nie wiadomo zatem, czy organizacje te w ogóle nie są zainteresowane prowadzeniem badań, czy też są, ale zdefiniowanie zakresu prowadzenia badań jest dla nich problematyczne. Zasadnicza mniejszość instytucji z tej grupy wyraźnie zaznaczyła natomiast, że nie jest zainteresowana prowadzeniem badań, udzielając odpowiedzi: „nie ma potrzeby badań” (17,4%) i „dotychczasowe badania są wystarczające” (4,4%).

Porównanie powyższych odpowiedzi z odpowiedziami na pytanie „Czy widzą Państwo potrzebę realizacji badań w instytucji kultury?” wskazuje, że organizacje są zainteresowane prowadzeniem badań – wskaźnik odpowiedzi „tak” wynosił 75% i więcej w zależności od typu instytucji (zob. wykres 1). Bardziej praw-

dopodobna jest zatem druga wskazana możliwość, że zdefiniowanie zakresu badań może sprawiać instytucjom kultury trudność. Podobnie odpowiedź „nie ma potrzeby badań” może być, przynajmniej w jakiejś części, swego rodzaju „przykryciem” braku kompetencji w zakresie badań niżli rzeczywistym „brakiem potrzeby”.

Większość instytucji kultury (76,5%) wskazała natomiast, jakiego typu badania powinny być przez nie realizowane. Można więc wysnuć generalny wniosek, że większość wszystkich funkcjonujących na terenie naszego kraju instytucji kultury jest zainteresowana prowadzeniem badań w obrębie własnej działalności. Niektóre z nich, choć nie jest to duży odsetek, mają jednak problem ze zdefiniowaniem, czego badania powinny dotyczyć. Wśród wszystkich bowiem odpowiedzi dotyczących zakresu badań, które powinny być przeprowadzone (niektóre badane instytucje wskazywały więcej niż jeden zakres/kategorię badań), 5,8% nie było precyzyjnie określonych, np. „statystyki”, „badania naukowe”, „ewaluacja”, „skuteczność”, „kwartalne”, „funkcjonowanie instytucji”, „dostosowane do zapotrzebowania”. Pozostałe 94,2% wskazań było konkretnie zdefiniowanych; wśród nich zasadniczą większość (92,8%) stanowiły badania w skali

■ Jakie badania instytucje kultury chciałyby zrealizować?

mikro, a niewielki ich odsetek (1,4%) należy zaliczyć do badań w skali makro.

Ze strony siedmiu instytucji kultury padły odpowiedzi dotyczące badań, które zgodnie z przyjętą tutaj nomenklaturą należy zaliczyć do badań w skali makro. Warto jednak zaznaczyć, że niektóre z tych odpowiedzi prawdopodobnie dotyczą potrzeby realizacji kilku różnych badań, a nie jednego:

- badania o stanie kultury w województwie mazowieckim,
- edukacja kulturowa, animacja, dziedzictwo, samorządowe polityki kulturalne,
- potrzeba bycia w „kulturze”, współuczestnictwo, pielęgnowanie tradycji,
- badania społeczne wśród najmłodszych odbiorców kultury,
- badania czytelnictwa,
- faktyczna realizacja celów, do jakich powołano samorządowe jednostki kultury, na ile instytucje te realnie pełnią funkcje, do których je powołano,
- wpływ kultury na życie publiczne (biblioteka w małopolskim mieście poniżej 10 tys. mieszkańców).

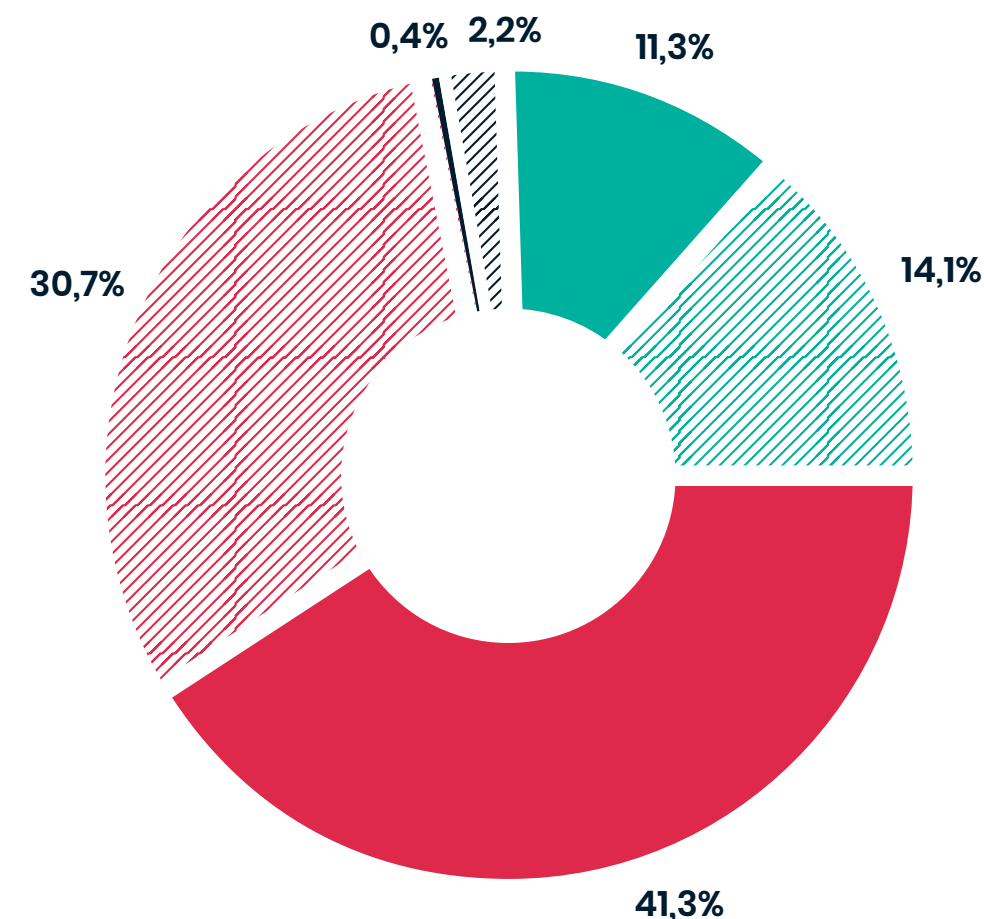
W zakresie badań w skali mikro, które zdaniem instytucji kultury powinny być przez nie przeprowadzone, największy odsetek dotyczył – co również znalazło wyraz w odpowiedziach na inne pytania – badań publiczności (41,3%), drugą najbardziej istotną kategorią badań są badania oferty (30,7%), a kolejną – badania działań marketingowych (14,1%). Trzeba podkreślić, że wszystkie powyższe kategorie badań odnoszą się do zewnętrznych aspektów funkcjonowania instytucji kultury, między innymi dostosowania oferty kulturalnej do potrzeb publiczności, sondowania popytu i pomiaru frekwencji, spraw komunikacji organizacji z otoczeniem, jak też jej marki, prestiżu czy wizerunku. Badania te stanowią zasadniczą większość (86,1%) wszystkich badań w skali mikro, które zdaniem instytucji kultury powinny być w nich wdrażane. Warto zwrócić uwagę, że wartość tego wskaźnika (86,1%) jest wyższa w stosunku do badań, które realizowane były przez instytucje kultury w czasie, kiedy prowadzono niniejsze badanie ankietowe (dla przypomnienia było to 75,8%). Największa różnica wartości wskaźników dotyczyła badań oferty: 30,7% (wśród badań, które powinny być zrealizowane) i 15,2% (wśród badań realizowanych). Podobny natomiast (powyżej 10%) był poziom wskaźników dotyczących badań wewnątrzorganizacyjnych. Ten brak równowagi pomiędzy

Jakie badania instytucje kultury chciałyby zrealizować?

badaniami wewnętrznymi i zewnętrznymi może mieć poważne konsekwencje i skutkować pojawieniem się różnego typu problemów: narcyzmu, o czym pisano już wcześniej, czy też efektu „kolosa na glinianych nogach” (mocna marka instytucji kultury *versus* słabe zaplecze organizacyjne).

Niewielką (2,2%) zidentyfikowaną tutaj grupę odpowiedzi, nazwaną „inne badania w skali mikro”, stanowią te badania, których ujęcie w obrębie wyznaczonych w niniejszej ankiecie kategorii (np. badań oferty, wewnątrzorganizacyjnych) nie było możliwe. Do tej grupy zakwalifikowano zarówno badania natury zewnętrznej (np. badania relacji z organizacjami współpracującymi z instytucją: dostawcami, sprzedawcami, dystrybutorami itp.), jak i wewnętrznej (np. kondycja finansowa instytucji kultury).

Warto też nadmienić, iż procentowy rozkład zakresu badań, które powinny być zrealizowane przez instytucje kultury, jest zbliżony do rozkładu kategorii badań, których realizacja jest zaplanowana w najbliższej przyszłości, co omówiono wcześniej.



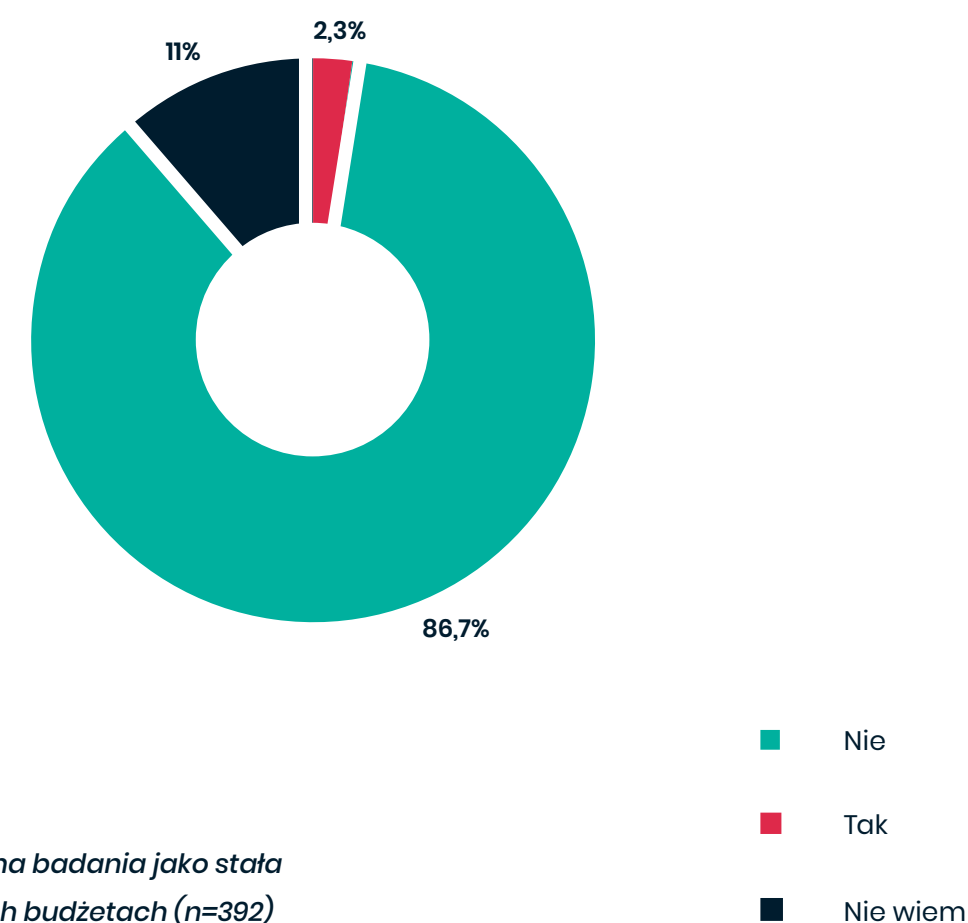
Wykres 21. Badania w skali mikro, które zdaniem instytucji kultury powinny być przez nie zrealizowane (n=264)

- B. wewnątrzorganizacyjne
- ▨ B. oferty
- ▨ B. działań marketingowych
- B. ewaluacyjne
- B. publiczności
- ▨ Inne badania w skali mikro

Ile instytucje kultury wydają na badania?

Dwa kolejne pytania dotyczyły finansowania badań. Pierwsze z nich brzmiało: „Czy kwoty na badania są stałą pozycją w rocznych budżetach w Państwa instytucji?”. Niewielki odsetek (2,3%) instytucji kultury biorących udział w niniejszym badaniu odpowiedział twierdząco na to pytanie. Można założyć, że taki stan rzeczy odnosi się do wszystkich działających w Polsce organizacji tego typu. Tylko nieliczne mogą sobie pozwolić na to, by rokrocznie we własnym budżecie zarezerwować odrębne, z góry przewidziane środki na badania. Wśród badanych organizacji 86,7% nie posiadało takiej pozycji budżetowej. Co prawda, 11% osób, które wypełniały ankietę, nie posiadało stosownych informacji, aby udzielić precyzyjnej odpowiedzi na to pytanie, trudno jednak zakładać, by w grupie tej znalazły się instytucje, który miały stałą budżetową pozycję dotyczącą badań. Wyniki można połączyć z faktem, że niewiele jest programów dotacyjnych związanych *stricte* z badaniami (ostatni nabór wniosków do programu grantowego MKIDN „Obserwatorium kultury”, który dedykowany był badaniom, odbył się w 2016 roku). Często rozumiane są one jako formalny dodatek o niewielkim zakresie (np. ewaluacja projektu z zewnętrznym finansowaniem). Stanowi to sygnał dla osób odpowiedzialnych za kształtowanie polityk publicznych i pokazuje, że takie tendencje, jak uczenie się przez

całe życie, dążenie do sensownej reorganizacji, a nawet odpowiadanie na wyzwania współczesności (np. zmiany klimatyczne) mogą dokonywać się poprzez refleksje na poziomie instytucji kultury. Nakierowaną na problematykę wewnętrzną (np. identyfikowanie zapotrzebowania na rozwój kadr), jak i zewnętrzną (np. rozwój publiczności, edukacja kulturalna).

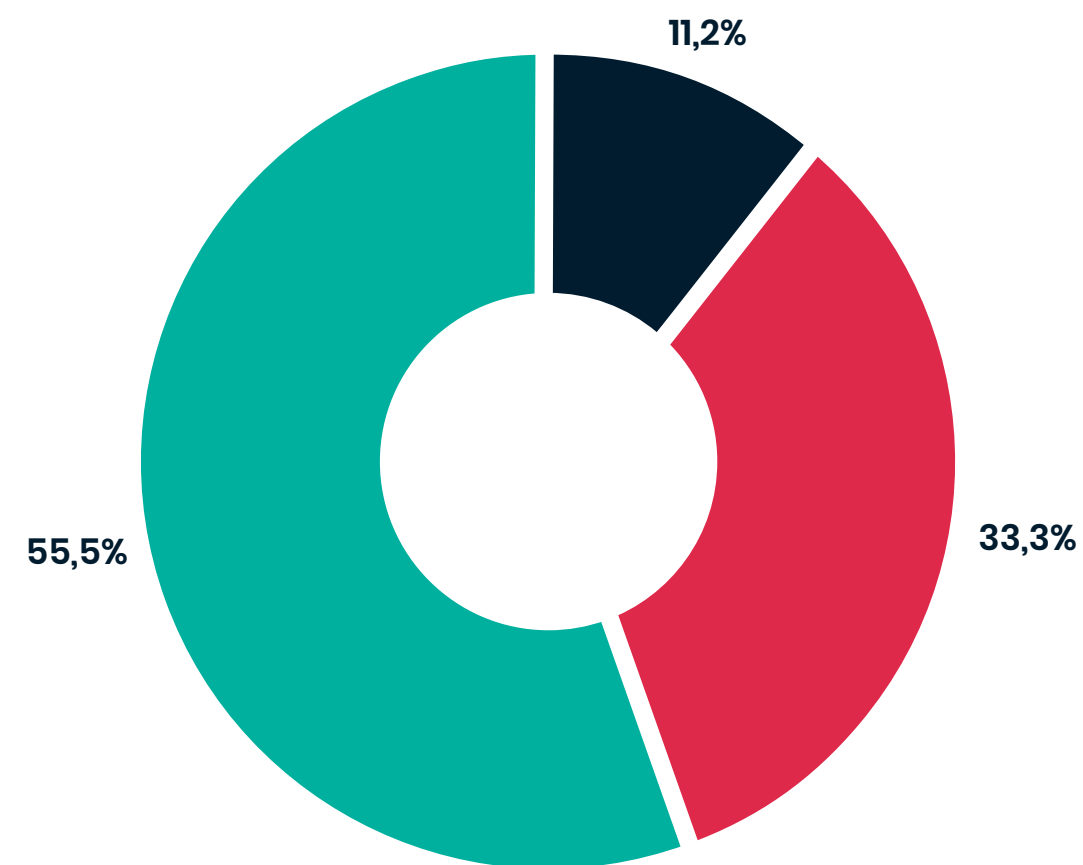


Wykres 22. Kwoty na badania jako stała pozycja w rocznych budżetach (n=392)

■ Ile instytucje kultury wydają na badania?

Warto także dodać, że wśród tych nielicznych instytucji kultury, które posiadają „badawczy” punkt w budżecie, zasadnicza większość (88,8%) ma swoją siedzibę w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców. Całkiem możliwe, że tego typu rzadko spotykane rozwiązania są dodatkowo domeną dużych jednostek kultury, działających na terenie dużych miast i metropolii.

W celu pogłębienia powyższego pytania zadano kolejne: „Jakiego rzędu są to kwoty na badania?”. Z niewielkiej grupy instytucji kultury, które mają zabezpieczone we własnym budżecie stałe środki na badania, ponad połowa (55,5%) zadeklarowała, że kwota, jaką mają do dyspozycji, mieści się w przedziale 11-50 tys. zł; mniejszą grupę (33,3%) stanowią organizacje posiadające niższe roczne kwoty na badania - maksymalnie 10 tys. zł, a najmniejszą (11,2%) współtworzą te instytucje, których suma rocznych środków na badania przekracza 50 tys. zł.



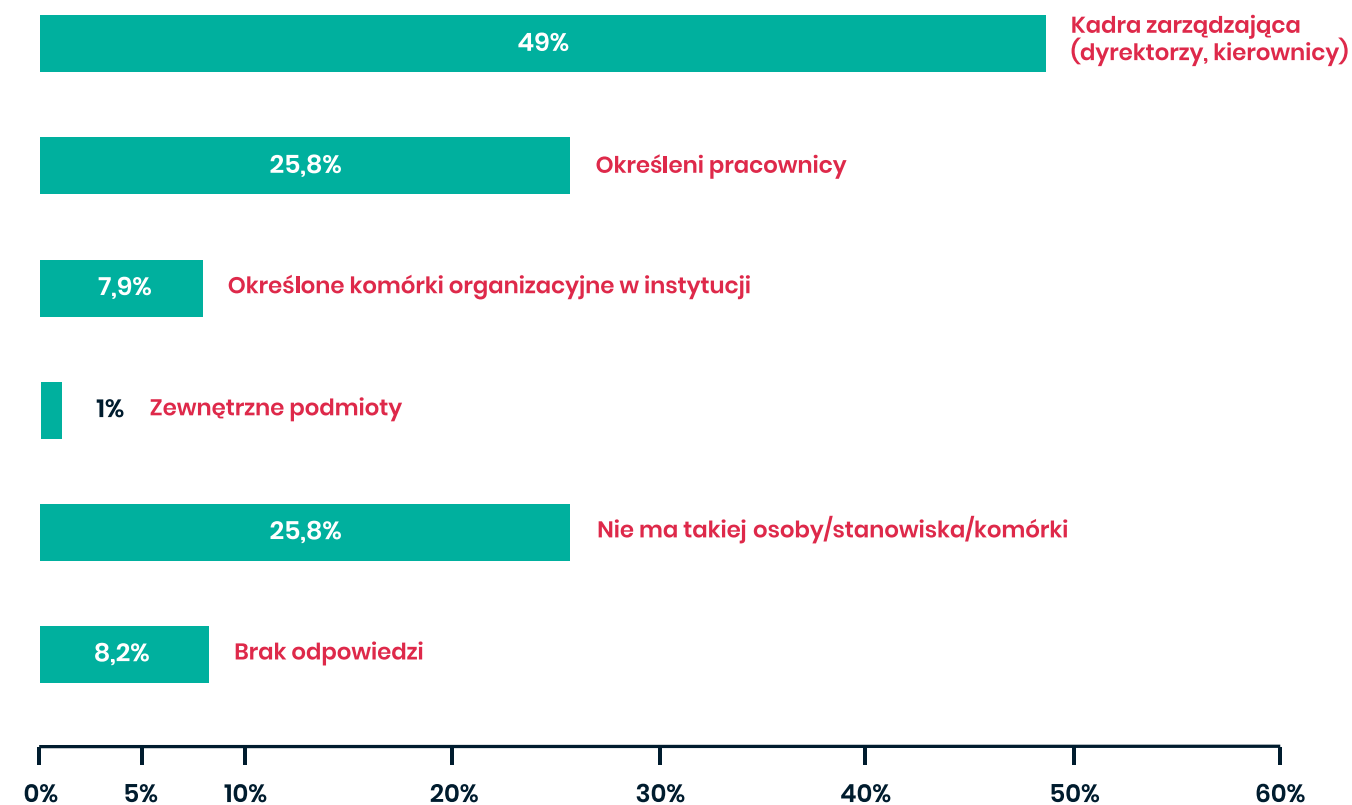
Wykres 23. Nakłady na badania (n=9)

- do 10 tys. zł
- 11-50 tys. zł
- pow. 50 tys. zł

Kto odpowiada za realizację badań?

Następne przedstawione respondentom pytanie brzmiało: „Kto w Państwa instytucji jest odpowiedzialny za przeprowadzenie badań dotyczących organizacji i jej otoczenia zewnętrznego. Proszę podać stanowisko/usytuowanie w strukturze organizacyjnej tej osoby (tych osób)”. Odpowiedź na to pytanie miała charakter otwarty, pojawiły się więc różnorodne odpowiedzi, a nierzadko instytucje kultury wskazywały na więcej niż jedną osobę odpowiedzialną za prowadzenie badań (np. na dyrektora i jednocześnie określonego pracownika). 8,2% badanych instytucji nie udzieliło żadnej odpowiedzi, a ponad ¼ (25,8%) wskazała, że nie posiada stanowiska, osoby lub komórki, które byłyby odpowiedzialne za prowadzenie badań. Natomiast pozostałe odpowiedzi udało się pogrupować. Prawie połowa instytucji kultury (49%) zaznaczyła, że osobą odpowiedzialną za realizację badań jest przedstawiciel kadry zarządzającej (dyrektor naczelny lub niższego szczebla albo określony kierownik), 25,8% instytucji udzieliło odpowiedzi, że jest to wyznaczony, konkretny pracownik, a 7,9% wskazało, że za badania odpowiada określona komórka organizacyjna w instytucji. Wyjątkowo rzadko (1% wskazań ze strony badanych instytucji kultury) odpowiedzialność za prowadzenie badań delegowana jest na podmiot zewnętrzny (w tym zakresie pojawiły się następu-

jące odpowiedzi: urząd gminy; Mazowieckie Obserwatorium Kultury; Medialab Katowice; wójt gminy).



Wykres 24. Osoby odpowiedzialne za prowadzenie badań (n=360)

■ Kto odpowiada za realizację badań?

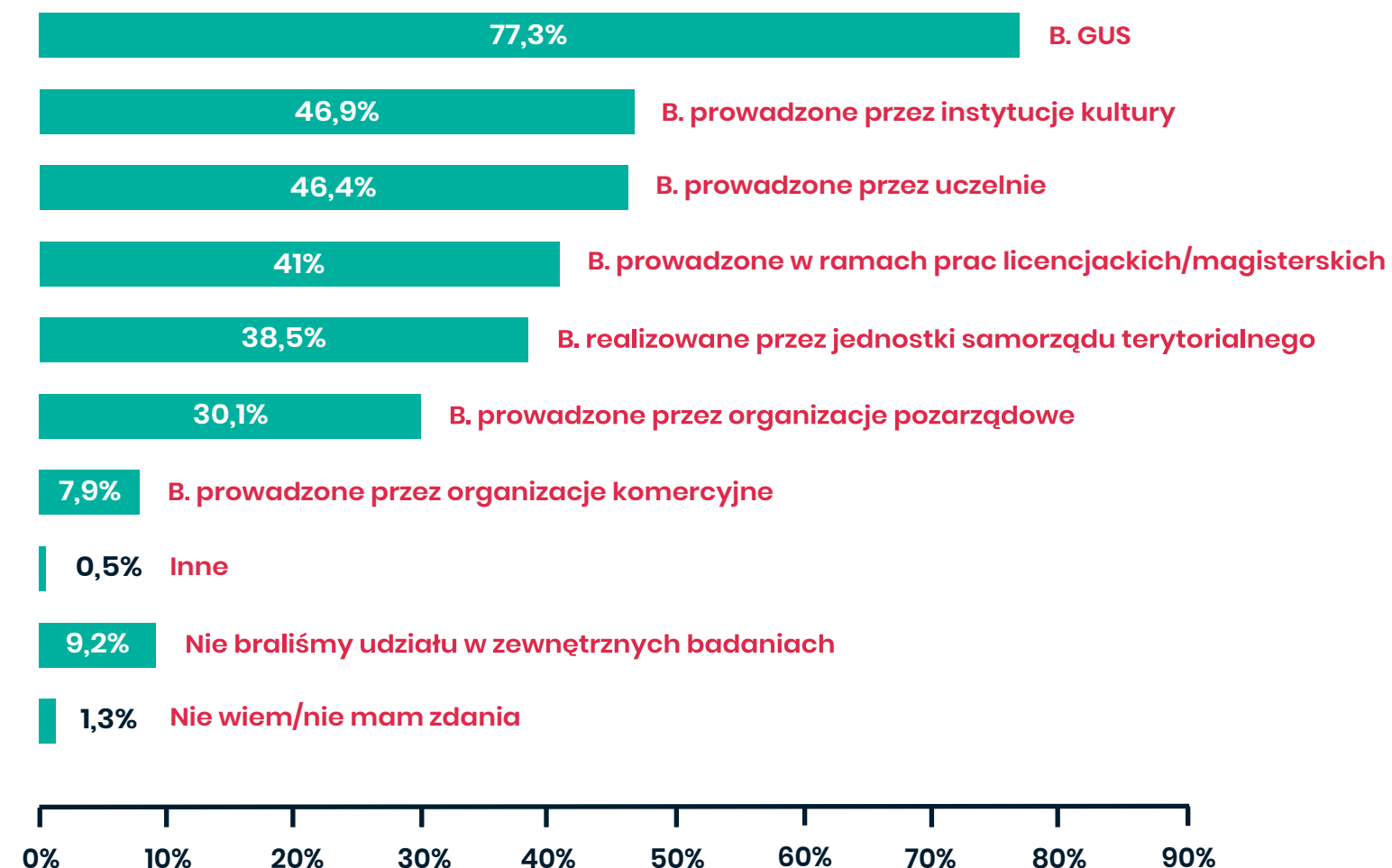
Jeśli chodzi o określonych pracowników, którzy są odpowiedzialni za realizację badań, to w większości przypisani są oni do działów związanych z promocją i marketingiem, edukacją, rozwojem publiczności, programem. Ponadto można zauważyć, że dominująca jest orientacja na badania otoczenia zewnętrznego organizacji, co tłumaczy tak dużą doniosłość marketingu. Badania skierowane na ocenę funkcjonowania organizacji od środka, w tym kontrolę pracowników, są prowadzone przez osoby związane z działem kadr albo kontrolą zarządczą. Na tej podstawie po raz kolejny można zobrazować dużą różnorodność strukturalną instytucji kultury, a także liczne modele nazewnictwa poszczególnych stanowisk. Zarazem w przypadku bibliotek odnosi się wrażenie niewielkiej wewnętrznej dywersyfikacji stanowisk. Pracownicy instytucji z tego obszaru, często z uwagi na ich niewielki rozmiar, wpisywali odpowiedzi typu „bibliotekarz”, co sugeruje, że w obrębie bibliotek osoby na tym stanowisku wykonują wiele zadań, w tym promocyjnych, badawczych, popularyzatorskich i związanych z bezpośrednią obsługą czytelników.

Wskazania konkretnych komórek organizacyjnych jako odpowiedzialnych za badania dają interesujący wgląd w kształ-

towanie i rozumienie struktur organizacyjnych w obszarze kultury. Wymieniono: Dział Promocji i Marketingu (we współpracy z koordynatorami/kierownikami), Dział Promocji, Dział Komunikacji, Dział Edukacji, Centrum Muzeologiczne (jednostka naukowa Muzeum Sztuki w Łodzi), Biuro Organizacji i Reklamy, Dział Kadr, Dział Naukowo-Oświatowy, Dział Analiz i Współpracy z Regionem, Dział Animacji i Promocji, Dział Edukacji, Dział Ekspozycji, Dział Instrukcyjno-Metodyczny, Dział Marketingu i Organizacji Widowni, Dział Marketingu, Dział Obsługi Turystycznej i Promocji, Dział PR i Marketingu, Dział Promocji i Marketingu, Dział Promocji i Upowszechniania, Dział Rozwoju Publiczności, Zespół Edukacji, Dział Upowszechniania i Promocji, Biuro Obsługi Widzów, Centrum Praktyk Edukacyjnych, specjalny zespół (Komisja do oceny wykonywania zapisów wewnętrznej polityki antymobbingowej). Na tej podstawie można stwierdzić, że realizacja badań w większości przypadków łączona jest z kwestiami promocyjnymi, edukacją oraz kształtowaniem relacji z odbiorcami.

■ W jakich badaniach zewnętrznych brały udział instytucje kultury?

Jedno z pytań ankiety było nieco innej natury, brzmiało mianowicie w taki sposób: „W jakich zewnętrznych badaniach brało Państwo udział w ostatnich 5 latach?”. Otóż chodziło o to, by instytucje kultury wskazały, czy uczestniczyły w badaniach realizowanych przez inne podmioty, w których same były wyłącznie przedmiotem badań.



Wykres 25. Udział instytucji kultury w badaniach prowadzonych przez podmioty zewnętrzne (n=392)

■ W jakich badaniach zewnętrznych brały udział instytucje kultury?

Zasadnicza większość (89,5%) biorących udział w niniejszej ankiecie instytucji kultury zadeklarowała, że brała udział w badaniach prowadzonych przez inne podmioty zewnętrzne, które realizowały je pod kątem własnych potrzeb. Mimo że wskaźnik można uznać za wysoki, jest on jednak zastanawiający. Wszystkie instytucje kultury (i zresztą nie tylko te organizacje) mają bowiem ustawowy obowiązek brać udział w badaniach GUS. Tymczasem „tylko” 77,3% badanych instytucji wskazało, iż brało udział w badaniach GUS. Może to oznaczać, że albo pytanie było źle skonstruowane i niezrozumiałe dla badanych instytucji kultury, albo organizacje te (lub osoby wypełniające ankietę) nie mają wiedzy w tym zakresie. Nie sposób jednak rozstrzygnąć tej kwestii. W każdym razie badania GUS były wskazywane jako te, które w kategorii badań zewnętrznych realizowane były najczęściej.

■ Prawie połowa badanych instytucji udzieliła odpowiedzi, że brała udział w badaniach realizowanych przez inne instytucje kultury (46,9%) i/lub uczelnie (46,4%). Wysoki wskaźnik odnotowano także w przypadku badań prowadzonych na potrzeby prac dyplomatycznych – licencjackich i magisterskich: 41% instytucji kultury zadeklarowało, że w ostatnich 5 latach brało udział w bada-

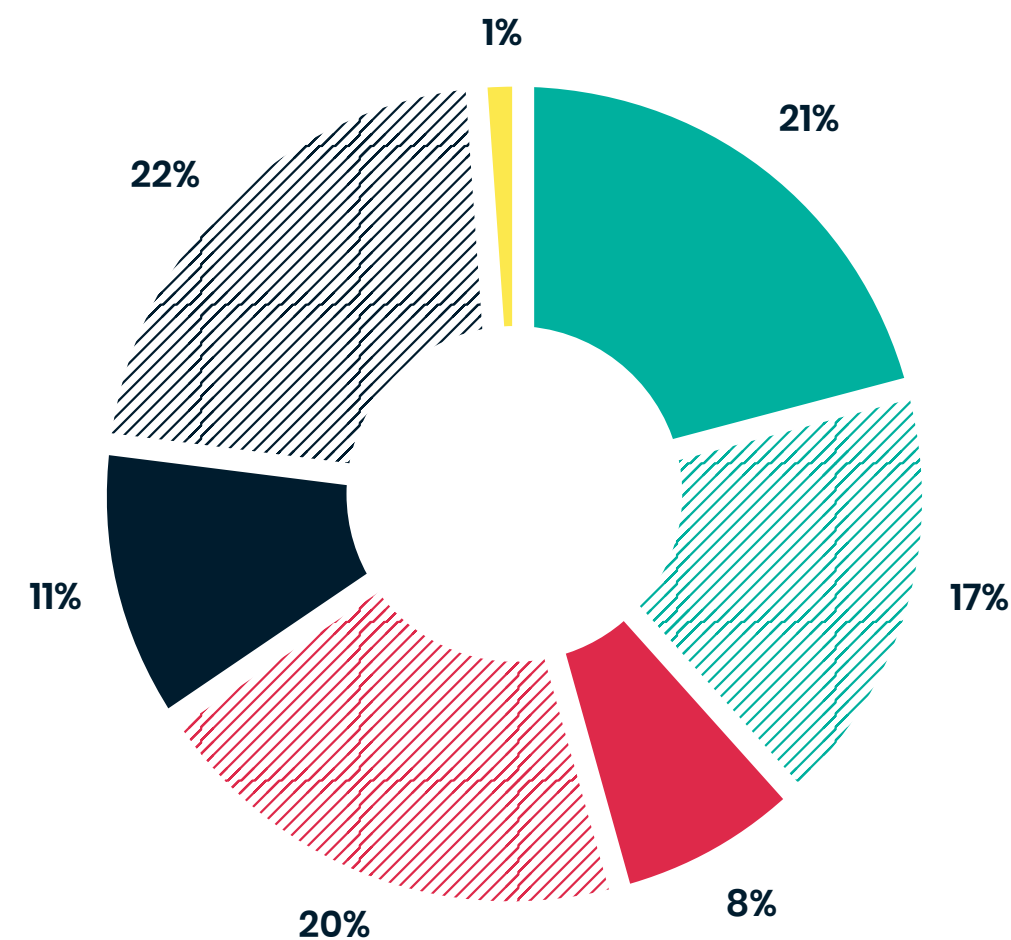
niach tego typu. Równie często w instytucjach kultury prowadzą badania jednostki samorządu terytorialnego – 38,5% badanych instytucji udzieliło takiej odpowiedzi. Prawie co trzecia (30,1%) wskazała, że brała udział w badaniach prowadzonych przez organizacje trzeciego sektora. Znacznie niższy wskaźnik (7,9%) odnosił się natomiast do badań realizowanych przez organizacje komercyjne. Wszystkie powyższe wyniki świadczą o tym, że instytucje kultury relatywnie często biorą udział w badaniach zewnętrznych podmiotów. Warto jednak podkreślić, że na podstawie zgromadzonych danych nie można odpowiedzieć na pytanie, dlaczego tak jest i czy jest to szczególna sytuacja w porównaniu z innymi organizacjami publicznymi.

W widocznym na wykresie 25 zestawieniu znajduje się jeszcze jedna kategoria: „inne”. Pojawiły się bowiem dwie odpowiedzi instytucji kultury, które brały udział w innych zewnętrznych badaniach, niż omówione powyżej. W jednej instytucji badania prowadziło Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w drugim przypadku chodziło o badania organizacji o międzynarodowym zasięgu, działającej w obszarze kultury.

■ Jaka była częstotliwość realizacji badań?

Pytania zawarte w ostatniej części niniejszego raportu były skierowane wyłącznie do tych osób, które wskazały w poprzednich pytaniach, że publiczne instytucje kultury, w których pracują, prowadziły badania dotyczące funkcjonowania i zarządzania tymi placówkami. Łącznie tę sekcję wypełniło 208 podmiotów, a więc nieco ponad połowa wszystkich ankietowanych (53%).

W toku prowadzonych badań starano się pozyskać informacje, jak często – w ostatnich 5 latach – badane instytucje kultury prowadziły badania w takich obszarach, jak badania: publiczności, oferty, wewnątrzorganizacyjne, ewaluacyjne czy działań marketingowych. Pytanie dotyczące częstotliwości badań było pytaniem zamkniętym, jednokrotnego wyboru. Dodatkowe odpowiedzi można było wprowadzić w polu „inne”, jednakże zdecydowało się na to zaledwie 3 respondentów, większość uzyskanych w ten sposób odpowiedzi dało się przypisać do wcześniej już wskazanych kategorii.



Wykres 26. Częstotliwość prowadzenia badań w ostatnich 5 latach (n=208)

- Prowadziliśmy raz
- ▨ Prowadziliśmy dwukrotnie
- Prowadziliśmy trzykrotnie
- ▨ Prowadziliśmy więcej niż trzy razy
- Prowadziliśmy regularnie
- ▨ To zależy które badania
- Inne

■ Jaka była częstotliwość realizacji badań?

Z niniejszych badań wynika, że 43 instytucje kultury prowadziły badania tylko raz. Biorąc pod uwagę odpowiedzi z tej części badań, która była skierowana do wszystkich respondentów, można zauważyć pewne korelacje. Instytucje kultury deklarujące prowadzenie jednorazowych badań wskazały, że badania te dotyczyły głównie takich obszarów, jak: badanie uczestnictwa oferty odbiorców, relacje z publicznością, badanie zadowolenia odbiorców z oferty, badanie barier architektonicznych, funkcjonalnych, psychologicznych, badanie popytu na ofertę, badanie dostępności oraz monitoring mediów internetowych.

Badania wśród publiczności (odbiorców, uczestników) wydają się najczęściej podejmowaną inicjatywą. Na uwagę zasługuje fakt, że 22 instytucje kultury prowadzą badania regularnie w podobnych obszarach tematycznych, tj. badanie: uczestnictwa odbiorców oferty, popytu na ofertę, zadowolenia odbiorców z oferty, dostępności.

W pytaniu o częstotliwość prowadzonych badań 46 osób wskazało, że jest to uzależnione do obszaru tematycznego, a 22 że badania były prowadzone regularnie, 3 osoby zaznaczyły odpowiedź „inne”. Poprosiliśmy więc te 71 podmiotów o dopre-

cyzowanie tych obszarów w pytaniu otwartym. Uzyskane w ten sposób odpowiedzi zostały zakodowane, przy czym do jednej odpowiedzi przyporządkowano zwykle więcej niż jedną kategorię. Analizując wypowiedzi ankietowanych, można wskazać następujące wnioski:

- **na bieżąco** instytucje kultury prowadzą badania docieralności, opinii użytkowników i frekwencji, monitoring działalności oraz mediów społecznościowych, a także badania wewnątrzorganizacyjne,
- **co miesiąc** prowadzona jest analiza stron internetowych i mediów społecznościowych, działań marketingowych oraz badania publiczności,
- **dwa razy w roku** prowadzone są badania dotyczące zadowolenia pracowników i usprawnienia organizacji pracy, a także satysfakcji klientów,
- **rokrocznie** prowadzone są badania z zakresu kontroli zarządczej, samooceny instytucji, prowadzone są też raporty z działalności, badania: publiczności, rozpoznawalności instytucji oraz frekwencji,
- **raz na kilka lat** prowadzone są badania w zakresie dostępności, badania wewnątrzorganizacyjne oraz

■ Jaka była częstotliwość realizacji badań?

- badanie satysfakcji użytkowników i frekwencji,
- **jednorazowo** prowadzone były ewaluacja projektu, badanie zapotrzebowania na ofertę, działania marketingowe, badania satysfakcji użytkowników i frekwencji oraz audyt wewnętrzny, frekwencja, **dwukrotnie** zaś – badania publiczności, zadowolenie z oferty, wewnątrzorganizacyjne,
- **w zależności od potrzeb** na zakończenie projektów prowadzona jest też ewaluacja.

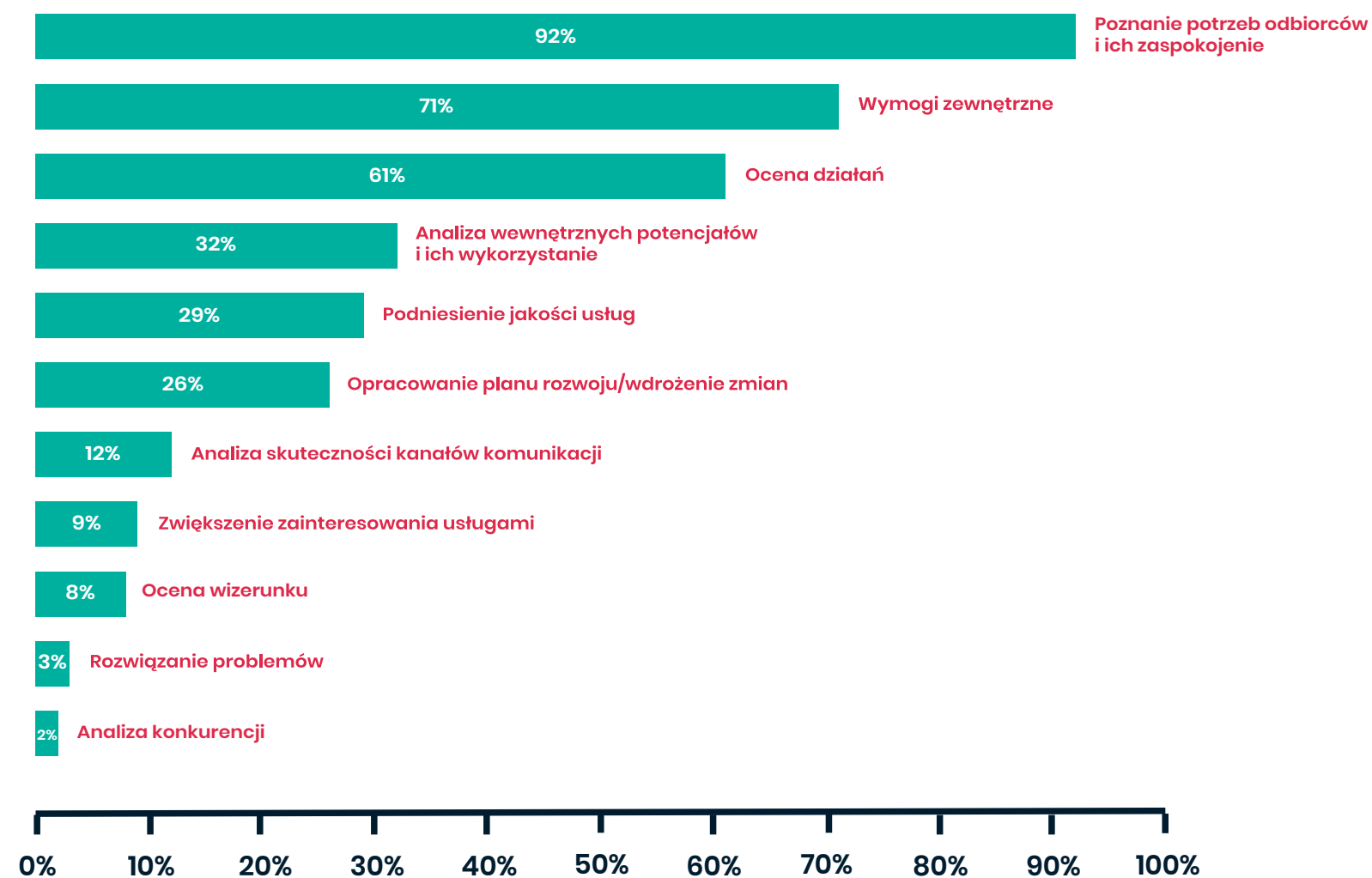
Jeden z respondentów zaznaczył również, że badania realizowane w instytucjach kultury zwykle prowadzone są na potrzeby bieżącej działalności i różnią się od badań naukowych.

A_242:

” *To co robimy, nie ma znamion badań naukowych. Prowadzimy monitoring działalności, spotkania robocze zespołów w celu dostosowywania naszej oferty do potrzeb środowiska lokalnego* ”

Co motywuje do realizacji badań?

Interesowało nas również, jakie były motywacje do prowadzenia badań. Jaki był ich cel i założenia? Na to pytanie odpowiedziało 207 pracowników instytucji kultury. Było to pytanie otwarte, a uzyskane odpowiedzi zostały zakodowane przy pomocy kategorii, które wyłoniły się w trakcie interpretacji wyników. Jedną odpowiedź zwykle klasyfikowano do więcej niż jednej kategorii.



Wykres 27. Motywacje do prowadzenia badań (n=207)

■ Przykładowe wypowiedzi

A_220:

” Dla rozwoju osób, projektów i programów. Dla usprawnienia pracy. Dla pozyskania wiedzy. Dla przeprowadzenia zmian. Dla wytworzenia i opublikowania wiedzy cennej dla danego środowiska – w tym dla rozwoju nauki

A_224:

” Badania były realizowane na początku w ramach grantów, później uznaliśmy, że warto porównywać wyniki. Poprawiać się i sprawdzać co się udało

■ Przykładowe wypowiedzi

A_381:

” Badamy preferencje publiczności – żeby lepiej docierać do odbiorców, skutecznie informować publiczność – jednym słowem pracujemy na rzecz rozwoju publiczności. Ewaluujemy nasze działania wewnątrz instytucji, aby coraz lepiej, skuteczniej pracować. Ponieważ nasza działalność ma charakter twórczy, projekty są innowacyjne, wdrażamy nowe procesy i zakładamy sobie nowe cele – badanie i ewaluacja są ważnym elementem naszej pracy. W końcu – badamy siebie jako zespół – szukamy skutecznego rozwiązywania konfliktów, szukamy ścieżek lepszej komunikacji między działami i między poszczególnymi pracownikami

”

■ Co motywuje do realizacji badań?

Z badań wynika, że kluczową wartością prowadzonych badań jest możliwość poznania potrzeb odbiorców instytucji kultury, a w dalszej kolejności ich zaspokojenie. Nie bez znaczenia jest również potrzeba podniesienia jakości usług (29 wskazań), choć nie był to najczęściej przytaczany argument.

A_301:

” *Prowadzenie badań ułatwia określenie potrzeb i preferencji publiczności oraz ułatwia planowanie działań (np. marketingowych) w przyszłości. Badania ewaluacyjne po zakończeniu realizacji projektów pozwalają na analizę podejmowanych działań i ocenę ich skuteczności w zakresie metod pracy z publicznością, zainteresowania publiczności organizowanymi wydarzeniami (frekwencja)* ”

■ Co motywuje do realizacji badań?

Za to pragmatycznym motywatorem do prowadzenia badań są wymogi zewnętrzne, wskazane przez 71 respondentów (takie jak kontrola zarządcza, ocena zlecona przez organizatora lub wymogi projektowe), jeden z badanych zaznaczał np.:

A_212:

” Projekt Dom Kultury +, który obecnie realizujemy, zakłada powstanie raportu o stanie kultury w naszej gminie. Celem przystąpienia do projektu było poznanie oczekiwań mieszkańców, ich preferencji oraz zastrzeżeń dotyczących działalności naszego ośrodka. Mamy nadzieję, na lepsze dopasowanie się do odbiorców naszych działań. Inne badania dotyczyły ewaluacji realizowanych przez nas projektów z puli Ministerstwa Kultury

”

■ Co motywuje do realizacji badań?

Ankietowani podkreślali również, że prowadzenie badań wynika z potrzeby oceny prowadzonych działań (61 odpowiedzi), a także analizy wewnętrznych potencjałów i możliwości ich wykorzystania (32 odpowiedzi). Jeden z respondentów wspominał:

A_319:

„ *Chcemy poznać swoje słabe i mocne strony oraz sprawdzić co możemy poprawić w swoich relacjach wewnątrz instytucji i zewnętrznych z odbiorcami oraz poznać oczekiwania odbiorców wobec nas i naszej oferty* „

■ Co motywuje do realizacji badań?

Wnioski z badań w 26 instytucjach wykorzystywane były jako element planowania strategicznego – posłużyły przy opracowaniu planu rozwoju i wprowadzaniu zmian. Prowadząc badania, zastanawiano się również, na ile skuteczne są wykorzystane do tej pory kanały komunikacji (12 odpowiedzi), w jaki sposób zwiększyć zainteresowanie usługami (9 odpowiedzi), jak oceniany jest wizerunek instytucji (8 odpowiedzi). W 3 przypadkach badania miały przysłużyć się rozwiązywaniu konfliktów (np. na linii pracownicy – dyrekcja).

■ Czy i z kim instytucje kultury współpracują w trakcie prowadzenia badań?

Interesujące wydaje się również to, czy instytucje kultury podejmujące się prowadzenia badań realizują je samodzielnie, czy też korzystają z pomocy podmiotów zewnętrznych. W pytaniu istniała możliwość wielokrotnego wyboru spośród wskazanych możliwości i odpowiedziało na nie łącznie 208 ankietowanych.



Wykres 28. Współpraca w trakcie prowadzonych badań (n=208)

Czy i z kim instytucje kultury współpracują w trakcie prowadzenia badań?

Badania dowiodły, że zdecydowanie najczęściej instytucje kultury podejmują działania badawcze samodzielnie. W tabeli wskazano, które instytucje prowadzą działania samodzielnie, a które we współpracy z organizacją/ekspertem lub zlecają prowadzenie badań podmiotom zewnętrznym.

	Samodzielnie	We współpracy z organizacją/ekspertem	Przez podmiot zewnętrzny
Archiwa	6	2	3
Biblioteki	80	7	3
Domy kultury	30	11	2
Wielofunkcyjne domy kultury	6	2	1
Opery/filharmonie	4	0	0
Teatry	12	5	2
Instytucje wystawiennicze	44	13	11
Inne instytucje	5	4	3

Tabela 2. Współpraca w trakcie prowadzonych badań zgodnie z formą organizacyjną instytucji kultury (n=208)

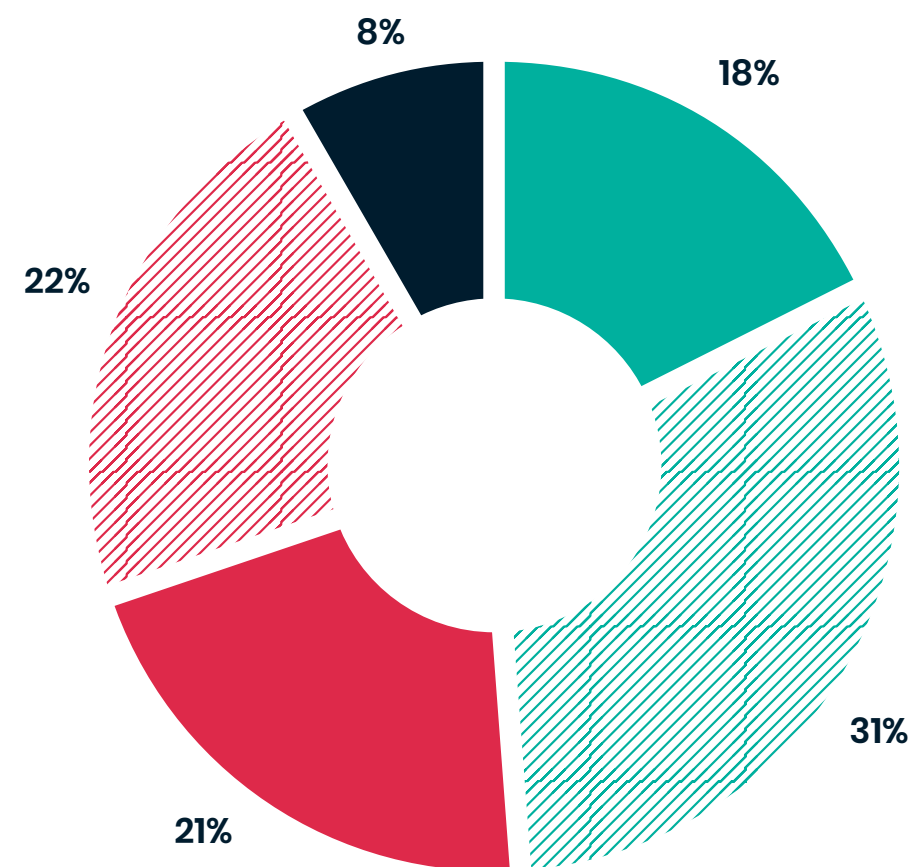
■ Czy i z kim instytucje kultury współpracują w trakcie prowadzenia badań?

Z takiego zestawienia wynika, że samodzielnie badania prowadzą głównie biblioteki, instytucje wystawiennicze i domy kultury. Działania badawcze we współpracy z organizacją lub ekspertem podejmują instytucje wystawiennicze i domy kultury. Muzea i galerie chętnie także zlecają przeprowadzenie badań podmiotom zewnętrznym.

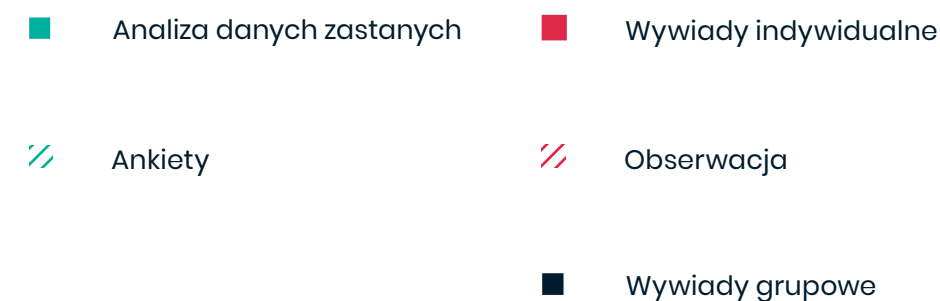
Starano się pozyskać również informacje, z jakimi organizacjami, ekspertami czy podmiotami zewnętrznymi instytucje kultury miały okazję do tej pory współpracować. Choć często odpowiedzi były mało precyzyjne, widoczne są pewne tendencje – odpowiedzi w tym obszarze zostały zakodowane. Najczęściej wskazywana była współpraca z przedstawicielami uczelni wyższych (w odpowiedziach podawano zarówno konkretne nazwiska, jak i reprezentowane instytucje), organizacji pozarządowych (w tym lokalnych grup działania i organizacji, których głównym celem statutowym jest realizacja badań) i innych instytucji kultury, w tym także instytucji państwowych, takich jak np. Narodowe Centrum Kultury, regionalne obserwatoria kultury czy Biblioteka Narodowa. Nieco rzadziej wskazywano prywatne agencje badawcze i urzędy, w tym organizatorów instytucji kulturalnych.

Z jakich technik badawczych korzystano w trakcie badań?

W kolejnym pytaniu zapytano respondentów, z jakich technik badawczych korzystają. Było to pytanie zamknięte wielokrotnego wyboru. Najczęściej wykorzystywanymi technikami badawczymi są ankiety (31%), obserwacje (22%), wywiady indywidualne (21%) i analiza materiałów zastanych (18%). Najrzadziej prowadzone są wywiady grupowe (8%). Najwięcej badanych podmiotów wskazało, że główną stosowaną przez nich techniką badawczą były wyłącznie ankiety (35 odpowiedzi). Jednakże warto zaznaczyć, że bardzo często udzielane odpowiedzi dotyczyły wykorzystania technik mieszanych: połączenia ankiety, wywiadów indywidualnych i obserwacji (21 odpowiedzi), ankiety i obserwacji (17 odpowiedzi) czy stosowania wszystkich wskazanych technik badawczych (17 odpowiedzi). Tylko jedna osoba odpowiedziała na to pytanie „nie wiem”, można zatem domniemywać, że respondenci byli bezpośrednio odpowiedzialni za wykonanie badań lub przed udzieleniem odpowiedzi zasięgnęli opinii osób, które je realizowały.

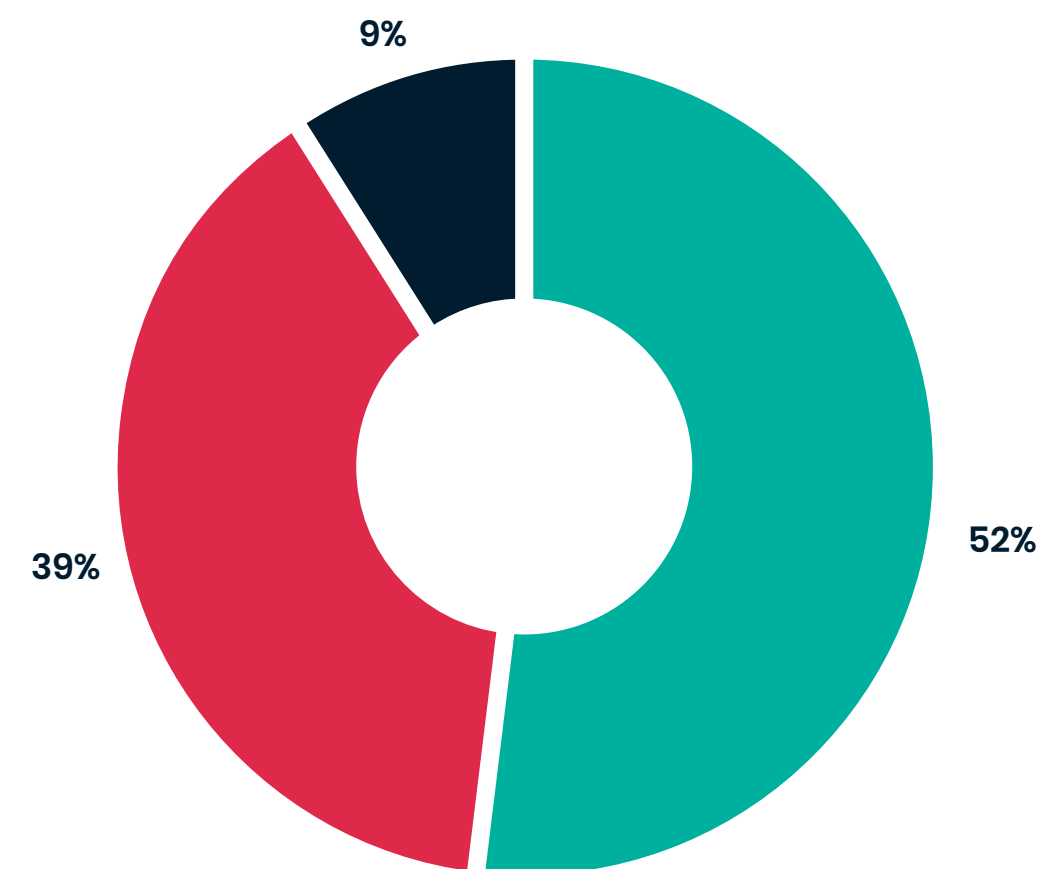


Wykres 29. Techniki badawcze wykorzystywane w badaniach (n=208)



■ Czy sporządzano i udostępniano raporty z badań?

Ponad połowa badanych odpowiedziała, że wyniki prowadzonych przez instytucje badań publikowane były w formie raportu (108 wskazań). Jednocześnie aż 81 osób zadeklarowało, że raporty nie zostały sporządzone.



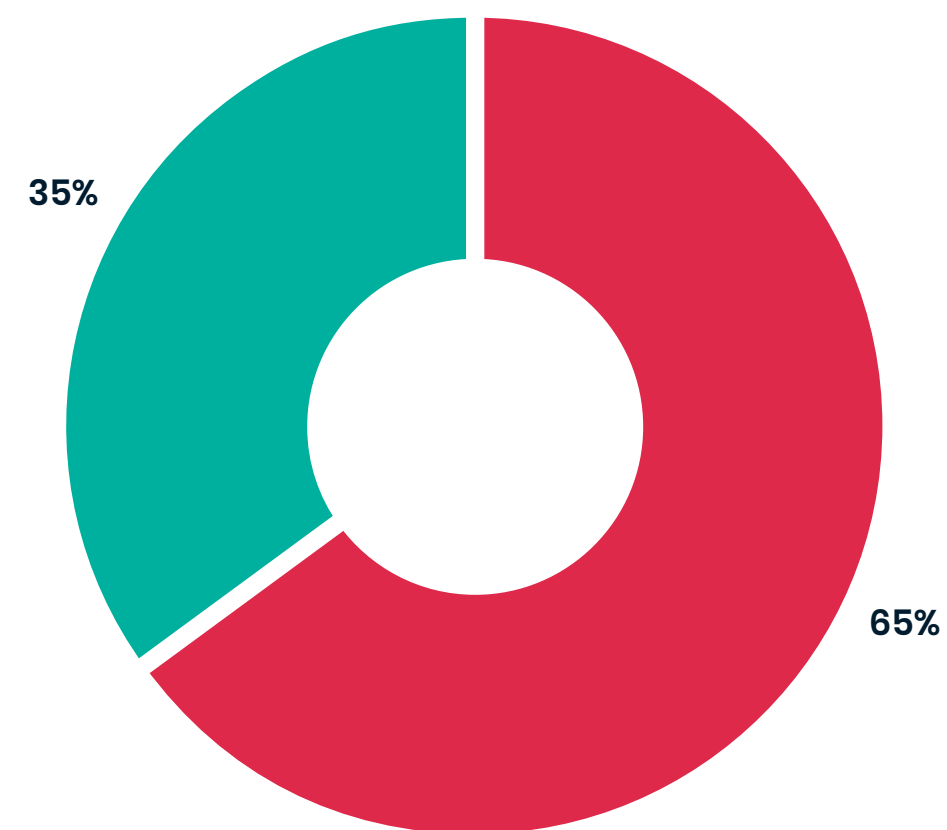
Wykres 30. Opracowywanie raportów z badań (n=208)

- Tak
- Nie
- Inne

■ Czy sporządzano i udostępniano raporty z badań?

Ankietowani wskazywali również, że decyzja o opracowywaniu raportu była uzależniona od obszaru badań. Wyniki z badań były niekiedy omawiane na spotkaniach wewnętrznych lub przygotowywane w formie wewnętrznych formularzy sprawozdawczych.

Institucje kultury, które zadeklarowały opracowywanie raportów, w 35% udostępniały wyniki badań szerszej publiczności, zdecydowana większość zadeklarowała, że wnioski z badań nie były szerzej publikowane.

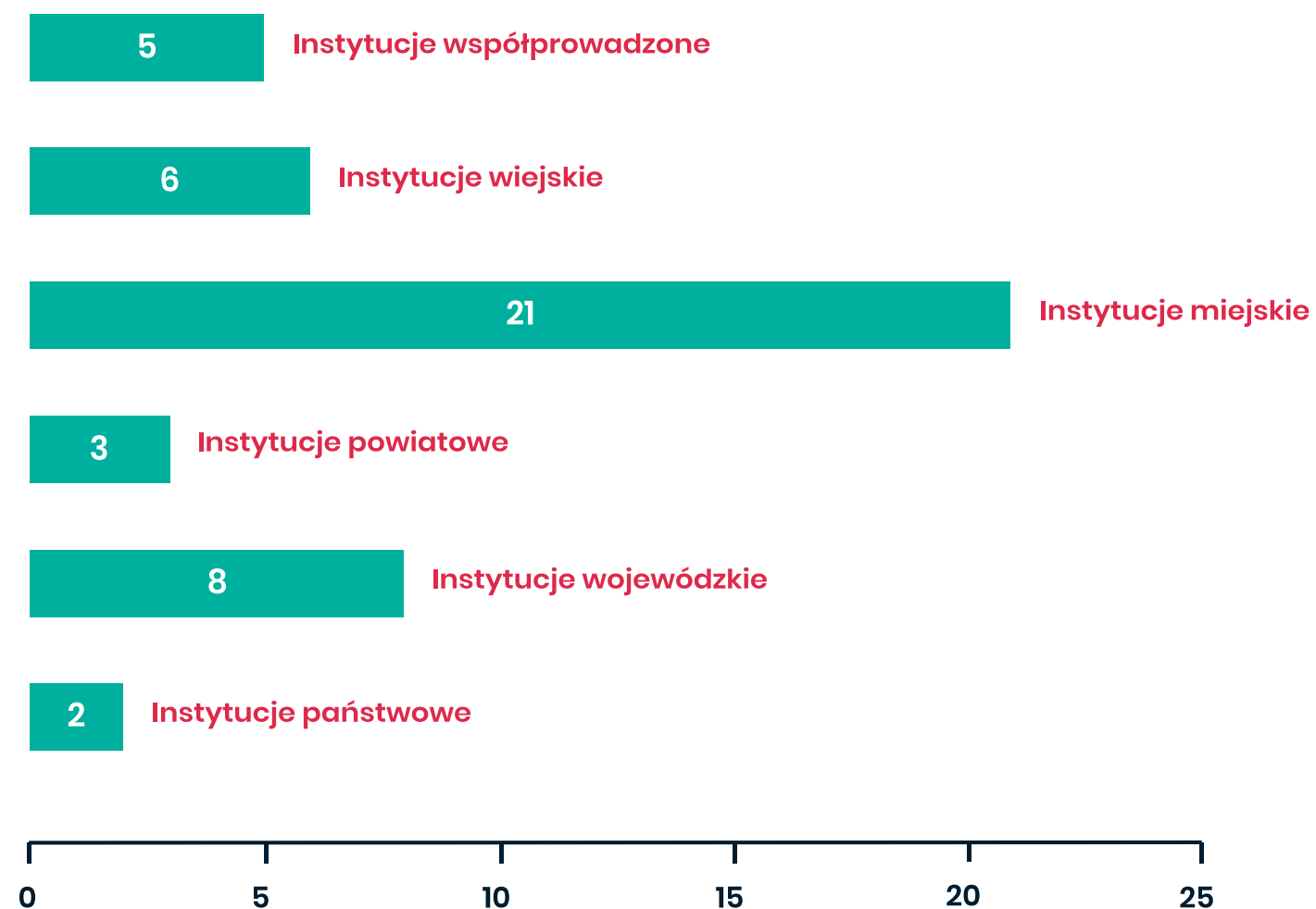


Wykres 31. Udostępnianie raportów z badań szerszej publiczności (n=127)

■ Tak
■ Nie

■ Czy sporządzano i udostępniano raporty z badań?

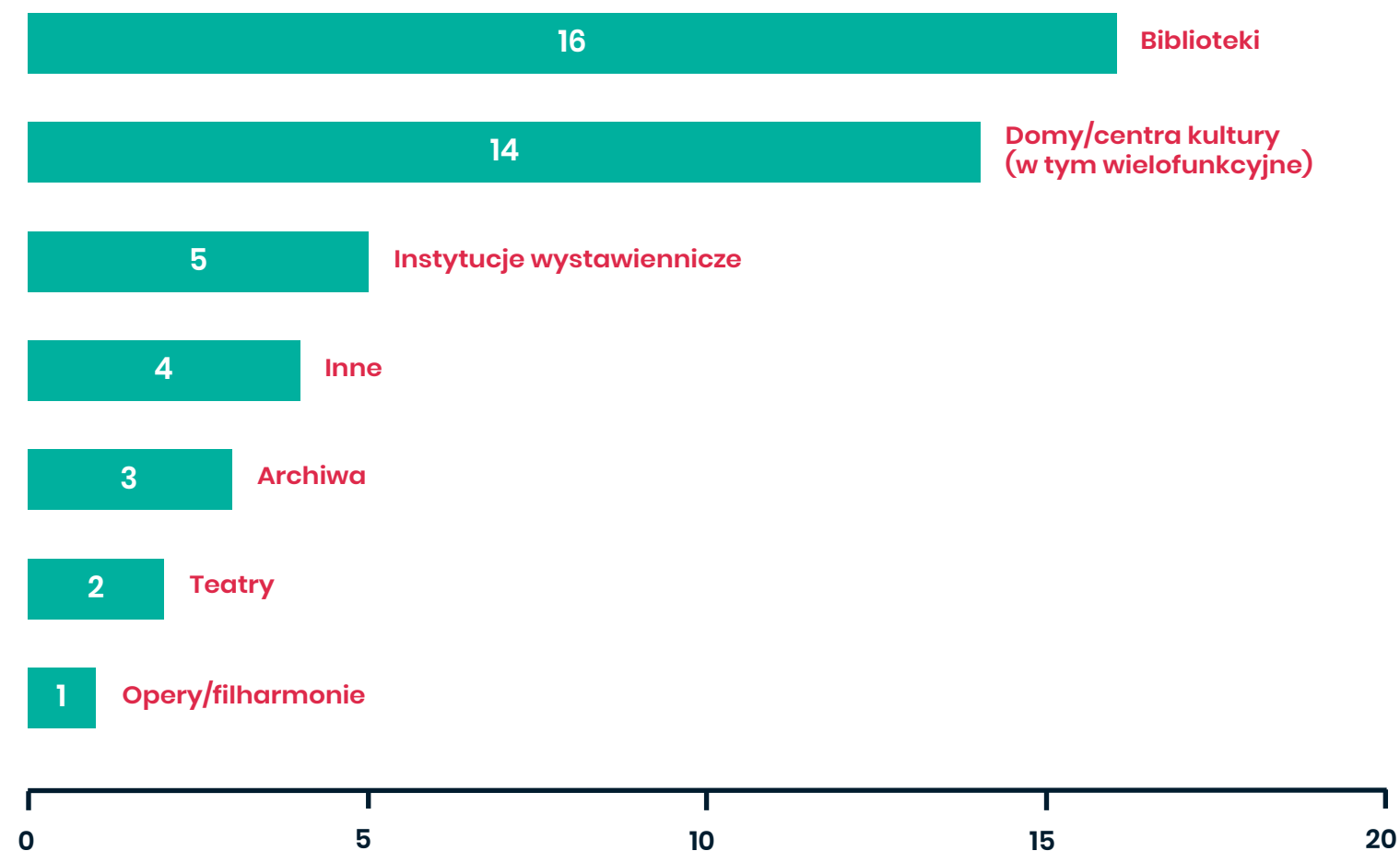
Warto zauważyć, że spośród 45 instytucji udostępniających raporty z badań zdecydowanie najbardziej chętne do dzielenia się wynikami są miejskie instytucje kultury.



Wykres 32. Udostępnianie szerszej publiczności raportów z badań przez instytucje samorządowe i państwowe (n=45)

■ Czy sporządzano i udostępniano raporty z badań?

Co więcej, wyróżniającymi się na tle innych instytucji kultury są biblioteki i domy/centra kultury (w tym wielofunkcyjne domy kultury), które chętnie udostępniają wyniki swoich badań szerszej publiczności.



Wykres 33. Udostępnianie szerszej publiczności raportów z badań z uwzględnieniem formy organizacyjnej instytucji (n=45)

■ Czy sporządzano i udostępniano raporty z badań?

W trakcie badań starano się również pozyskać informacje, w jaki sposób wyniki zostały udostępnione. Na zadane pytanie otwarte odpowiedziało 46 instytucji. Odpowiedzi często były ogólne bądź niejednoznaczne, postarano się więc zakwalifikować je do szerszych kategorii. Z badań wynika, że instytucje kultury najczęściej rozpowszechniały przygotowany raport w formie online (27 instytucji), czy to na własnej stronie internetowej, czy w mediach społecznościowych. Niektóre instytucje opracowywały raport w formie drukowanej (7 instytucji kultury). Pojedyncze zdecydowały się także na publikowanie artykułów prasowych i naukowych oraz na prezentowanie wyników badań w trakcie konferencji. Co ciekawe, respondenci różnie rozumieli sformułowanie „szersza publiczność”. Z badań bowiem wynika, że raport był udostępniany w szczególności: organizatorowi, pracownikom, przełożonemu, organizacjom pozarządowym czy innym instytucjom kulturalnym lub publicznym. Zaledwie jedna osoba wskazała, że raport został udostępniony mieszkańcom.

Czy wyniki badań były wykorzystywane w praktyce?

W trakcie badań skierowano również pytanie do ankietowanych, jakie implikacje wynikały z przeprowadzonych przez nich badań. Czy była to tylko „sztuka dla sztuki”, czy też miały one wymiar praktyczny? Spośród wszystkich (208) instytucji kultury prowadzących badania 46% odpowiedziało, że zakończyły się one rekomendacjami, zaleceń nie sformułowano w 112 przypadkach (54%). Wynika z tego, że ponad połowa badań prowadzonych przez ankietowanych nie była związana z praktyczną refleksją nad analizowanymi zagadnieniami. Budujący jest jednak inny obraz – w wypadku badań, w których sformułowano rekomendacje, aż w 86,5% (83 odpowiedzi) zostały one wdrożone, inaczej było w 13 przypadkach. Istnieje zatem bezpośrednia korelacja pomiędzy sformułowaniem rekomendacji a ich wdrożeniem.

Starano się także pozyskać informacje, w jaki sposób rekomendacje zostały wdrożone. Pytanie to miało charakter otwarty, co oznacza, że ankietowani mieli swobodę wypowiedzi. W tym przypadku jednoznaczna kategoryzacja odpowiedzi okazała się bardzo trudna, ponieważ większość respondentów odnosiła się do specyficznej sytuacji, która miała miejsce w instytucji będącej ich miejscem pracy. Można zatem sformułować jedynie pewne tendencje. Najczęściej wskazywano na to, że reko-

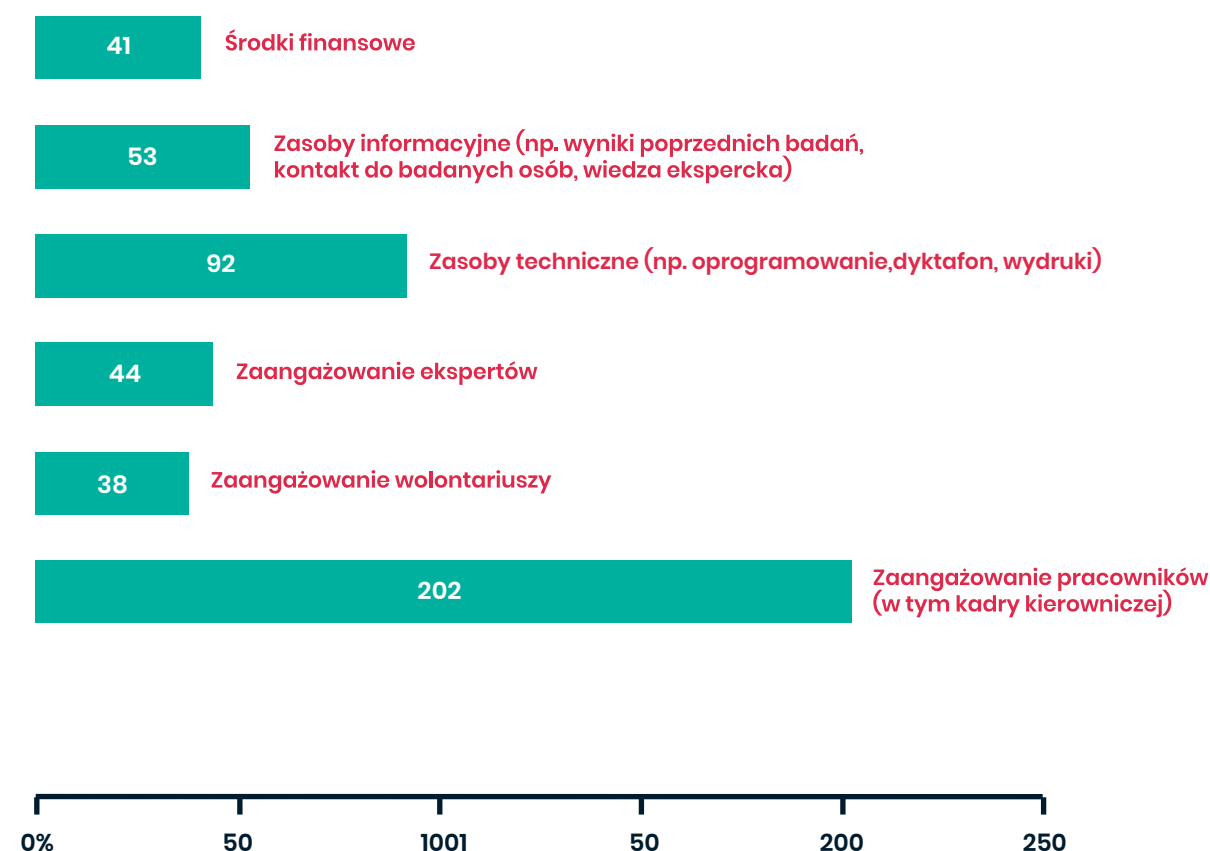
mendacje zostały wdrożone podczas spotkań z pracownikami i organizowanych dla nich szkoleń, niektóre zostały zaimplementowane tylko częściowo ze względu na bariery finansowe, organizacyjne, ludzkie czy obecną pandemię COVID-19. Zaznaczono również, że rekomendacje przyczyniły się do zmian w regulaminie organizacyjnym lub powstania strategii rozwoju. W dwóch przypadkach respondenci wskazali, że wdrożenie zostało narzucone odgórnie.

Osoby, które wskazały, że choć rekomendacje zostały sformułowane, to ich nie wdrożono, poproszono w kolejnym pytaniu otwartym o wyjaśnienie, dlaczego tak się stało. Jako argumenty podawano przede wszystkim to, że proces został rozpoczęty, ale nie zakończony (8 z 13 odpowiedzi). W przypadku innych odpowiedzi wskazywano na braki finansowe, kadrowe, bariery systemu miejskiego czy inną „politykę zarządzającego”. W związku z powyższym jeszcze bardziej widoczna jest zależność pomiędzy sformułowaniem rekomendacji a ich wdrożeniem.

■ Co jest potrzebne do przeprowadzenia badań?

Interesujące, w kontekście niniejszego projektu badawczego, było także pozyskanie informacji na temat zasobów i nakładów niezbędnych do przeprowadzenia badań w instytucjach kultury. Było to pytanie zamknięte wielokrotnego wyboru. Jako najważniejsze zasoby niezbędne do prowadzenia badań wskazano na zaangażowanie pracowników, w tym kadry kierowniczej – odpowiedzi takiej udzieliło 202 badanych, czyli prawie wszystkie instytucje, które zadeklarowały prowadzenie badań (97%). Odpowiedź taka wyraźnie skorelowana jest z faktem, że instytucje w większości prowadzą badania samodzielnie, muszą więc angażować swoich pracowników do ich realizacji. W dalszej kolejności wskazano na konieczność posiadania zasobów technicznych (takich jak oprogramowanie, dyktafon czy wydruki) – 92 odpowiedzi, czy zasobów informacyjnych (np. wyników poprzednich badań, kontaktów do badanych osób czy wiedzy eksperckiej) – 53 wskazań. Nieco mniej wskazań uzyskały odpowiedzi dotyczące środków finansowych (41), zaangażowania wolontariuszy (38) czy ekspertów (44). Odwracając zatem pytanie – brak środków finansowych w opinii ankietowanych nie jest przeszkodą w realizacji badań, znacznie większą barierą stanowią niedobory kadrowe (czyli zarówno brak czasu, jak i niewystarczające kompetencje pracowników

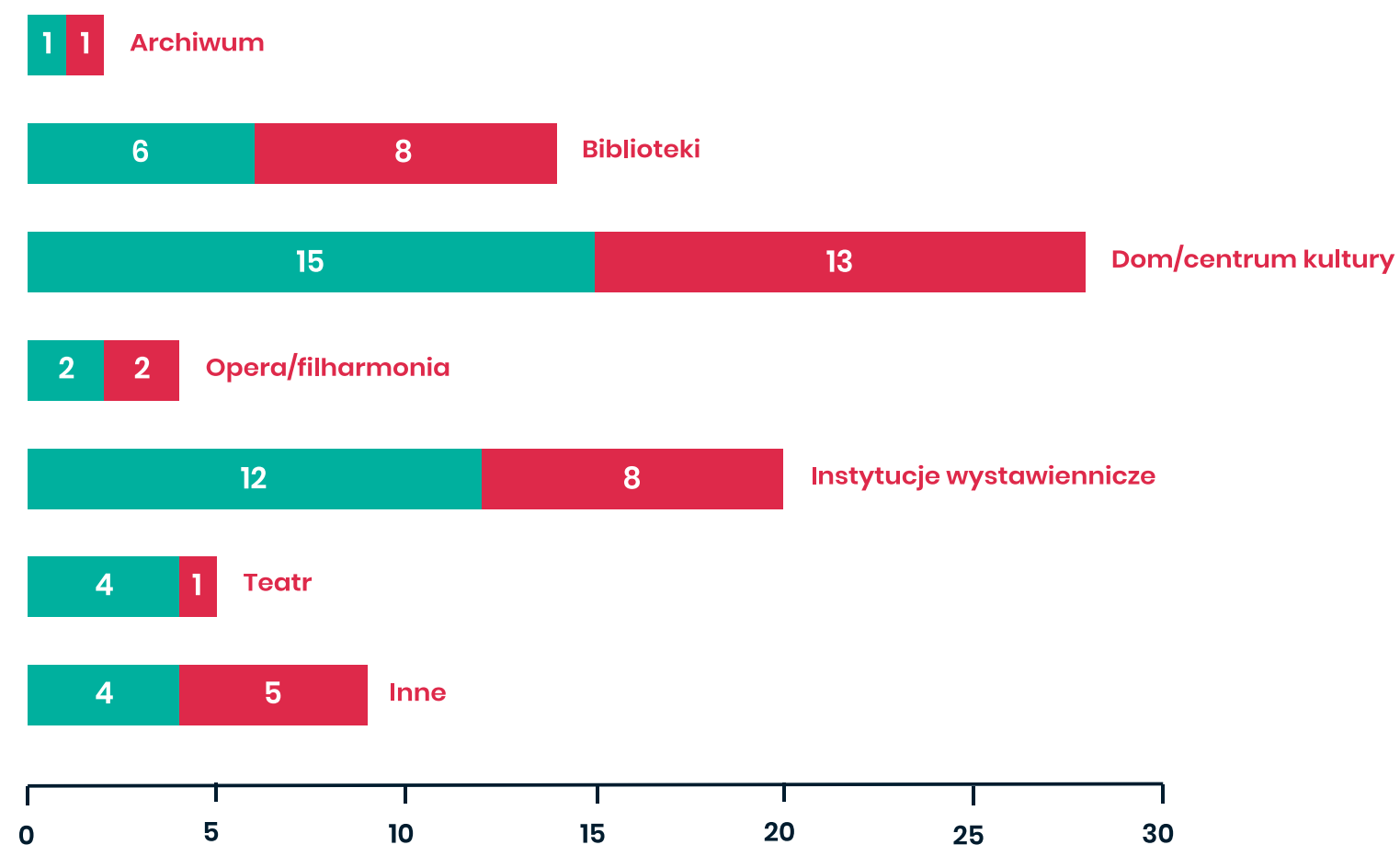
w tym zakresie). Wniosek ten można powiązać z wcześniejszymi ustaleniami dotyczącymi licznych odpowiedzi „nie wiem”, „nie ma potrzeby” w kontekście prowadzenia badań albo chęci ich przeprowadzenia w przyszłości.



Wykres 34. Zasoby/nakłady niezbędne do przeprowadzenia badań (n=208)

■ Co jest potrzebne do przeprowadzenia badań?

W większości wypadków brak badań łączy się z „pierwiastkiem ludzkim” w organizacjach, sugerując konieczność szkolenia i edukowania kadr w tym zakresie. W analizowanym pytaniu można było zaznaczyć kilka odpowiedzi. Najczęściej badani wybierali odpowiedź dotyczącą tylko zaangażowania pracowników (75 odpowiedzi) lub połączenia zaangażowania pracowników i zasobów technicznych (38). Inne odpowiedzi były wskazywane znacznie rzadziej. Z pomocy zarówno ekspertów, jak i wolontariuszy najczęściej korzystały domy kultury, instytucje wystawiennicze i biblioteki, a także instytucje kultury sklasyfikowane jako „inne”.

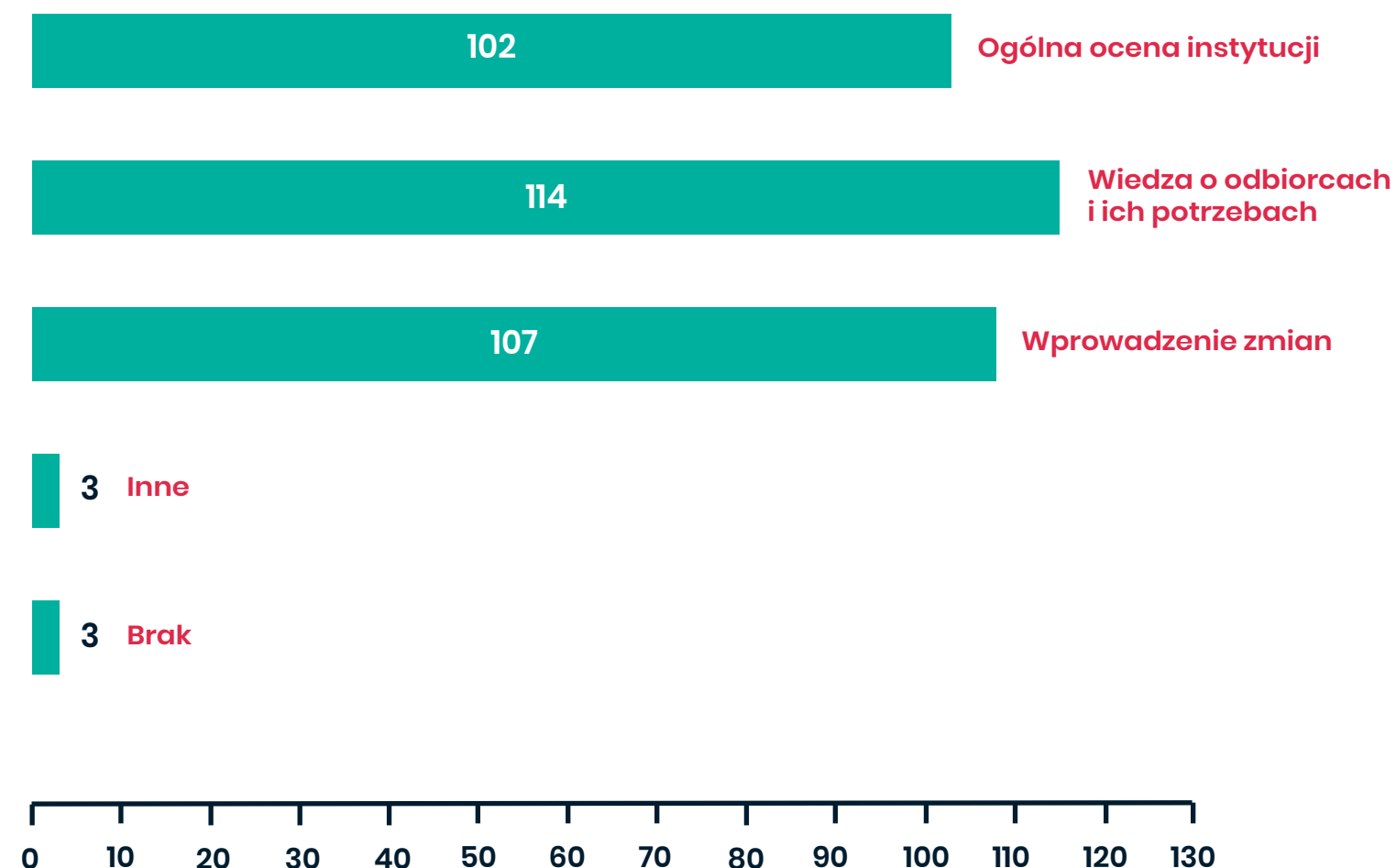


Wykres 35. Korzystanie z pomocy ekspertów/wolontariuszy w realizacji badań względem formy organizacyjnej (n=82)

■ Eksperti
■ Wolontariusze

■ Jakie są korzyści z przeprowadzonych badań?

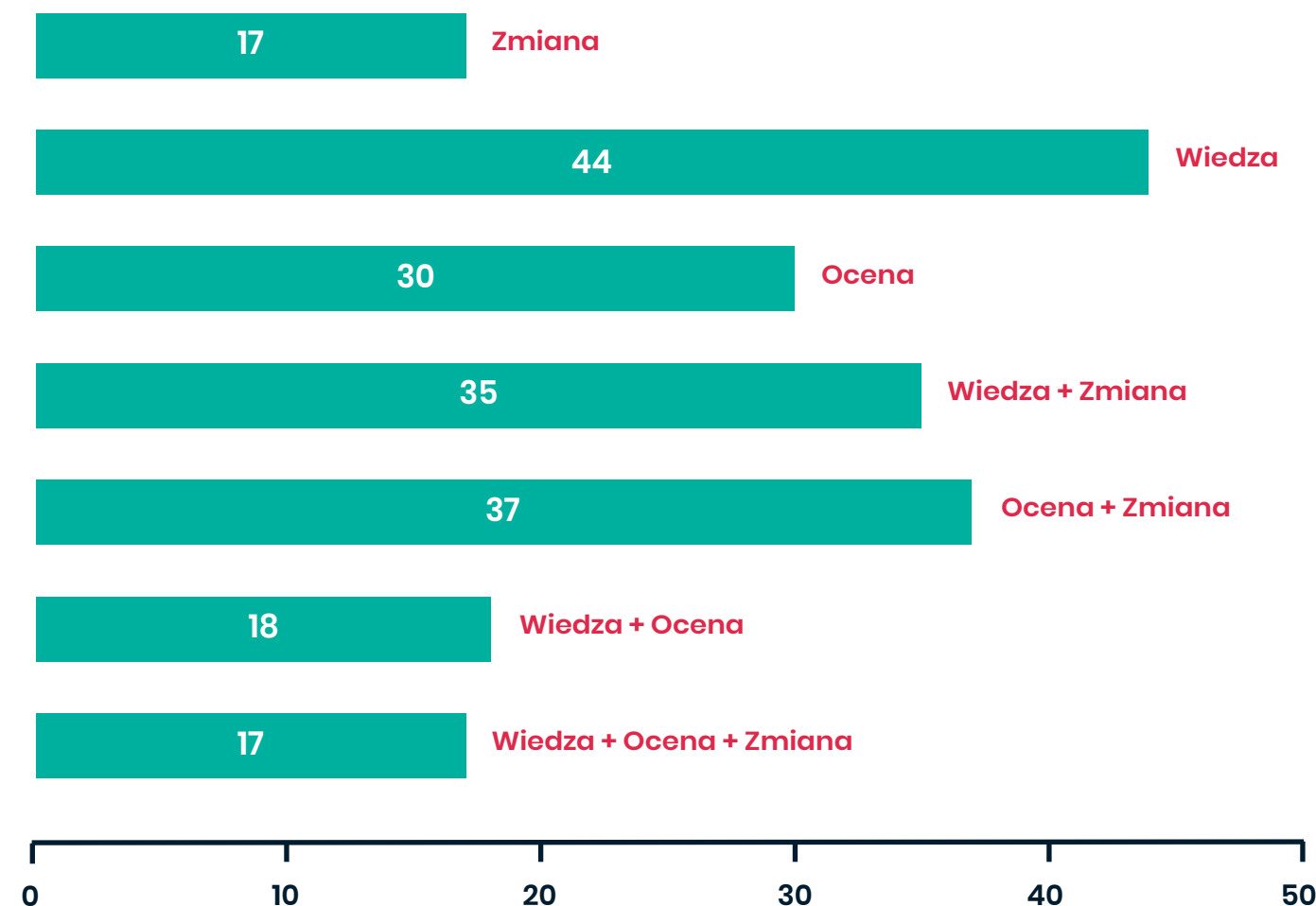
Korzyści z przeprowadzonych badań zauważyło 204 respondentów. Pytanie to miało charakter otwarty, co oznacza, że uczestnicy badania mieli możliwość sformułowania swobodnej wypowiedzi. Choć ich odpowiedzi były zróżnicowane, to można je pogrupować w trzy kategorie. Ankietowani wskazywali, że prowadzenie badań umożliwia przede wszystkim pozyskanie wiedzy o odbiorcach i ich potrzebach (114 odpowiedzi) oraz poznanie słabych i mocnych stron instytucji kultury lub – jak to określił jeden z respondentów – badania to „konfrontacja założeń z rzeczywistością” (102 odpowiedzi). Co ważne, pracownicy instytucji kulturalnych dostrzegają także, że prowadzenie badań jest przyczynkiem do wprowadzenia zmian w organizacji (107 odpowiedzi).



Wykres 36. Korzyści z przeprowadzonych badań (n=204)

■ Jakie są korzyści z przeprowadzonych badań?

Warto dodać, że choć instytucje kultury zauważają korzyści z prowadzenia badań w postaci zdobytej wiedzy (44 odpowiedzi) lub ogólnej oceny działalności (30 odpowiedzi), to na pozyskaniu informacji poprzestają, nie wskazując, że mogłyby one być zachętą do zmian.



Wykres 37. Korzyści z przeprowadzonych badań według kategorii: pozyskana wiedza o odbiorcach i ich potrzebach, ogólna ocena instytucji oraz wprowadzenie zmian (n=198)

■ Przykładowe wypowiedzi

A_73:

” Wychodzimy z założenia, że wszelkie informacje pozyskane z analiz/ badań/opracowań mogą wpłynąć na doskonalenie działalności instytucji w wielu obszarach oraz – co jest niekiedy niezmiernie trudne – wpłynąć na mentalność, sposób myślenia i podejście do pracy oraz koniecznych zmian u długoletnich pracowników

”

A_108:

” *Możliwość pozyskania realnej, w miarę wiarygodnej oceny w danym zakresie. Jeśli chodzi o badanie odbiorców, to pozwala ono uzyskać opinie, które niekoniecznie muszą zgadzać się z tym, co myślimy o danym projekcie sami, jako jego autorzy. Badania prowadzone wewnątrz organizacji, w sposób anonimowy, pozwalają natomiast na uzyskanie opinii, których z różnych powodów pracownicy nie chcą wygłaszać głośno, imiennie*

”

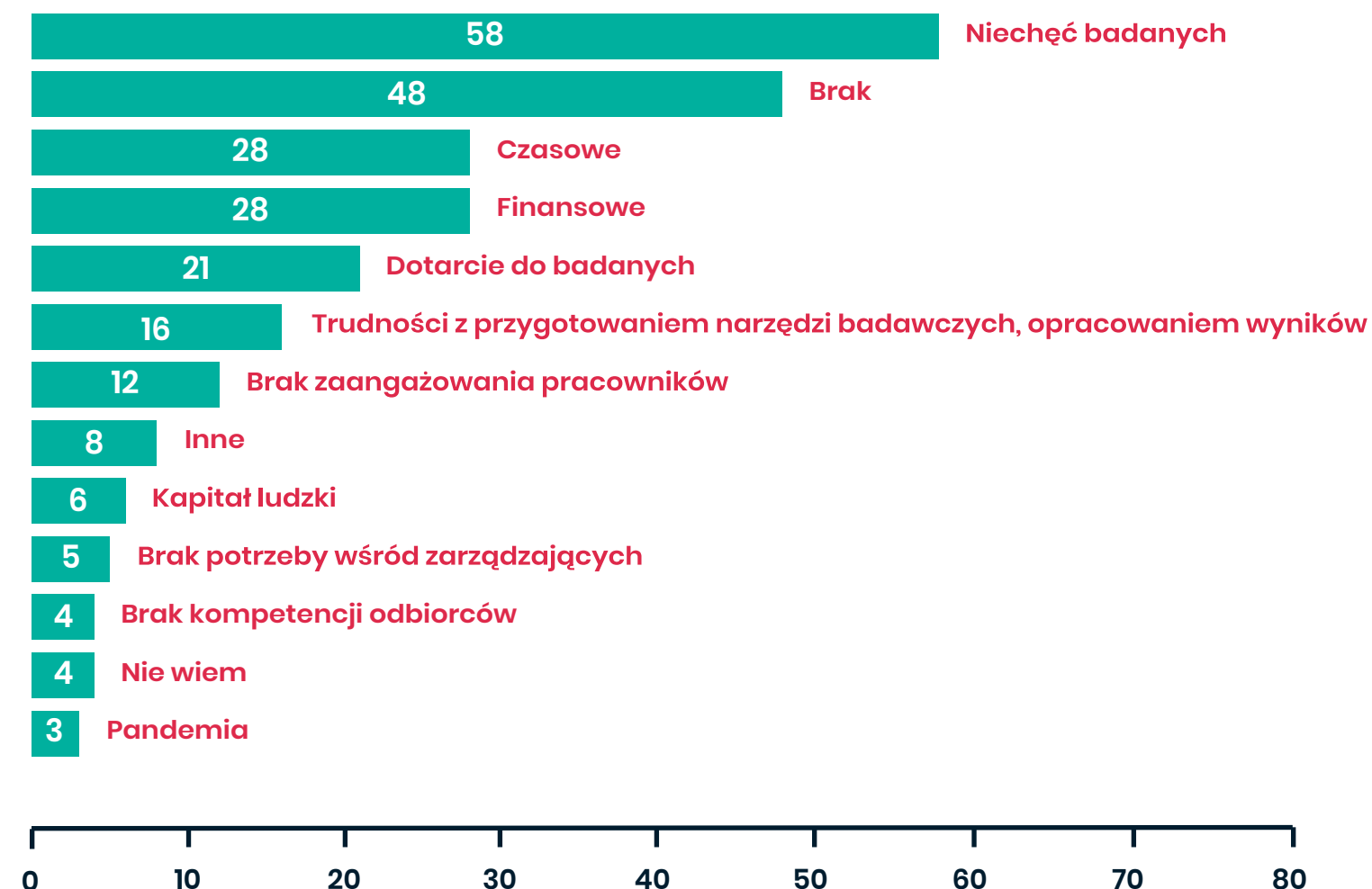
■ Przykładowe wypowiedzi

A_383:

„ *Badania satysfakcji użytkowników są istotnym elementem usprawniającym zarządzanie każdą instytucją. Są również ważnym narzędziem umożliwiającym rozpoznanie sytuacji, pozwalają na zdobycie informacji zwrotnej o działaniu poszczególnych elementów i usługach świadczonych przez instytucję, o jej działaniach i realności jej planów. Badania ułatwiają przeprowadzenie analizy mocnych i słabych stron instytucji, co jest istotne np. przy formułowaniu strategii organizacji. Informacje o poziomie satysfakcji, opiniach i oczekiwaniach czytelników są przydatnym źródłem wspierającym decyzje zarządcze. Wyniki badań satysfakcji użytkowników mogą być wykorzystywane także w celach rzecznictwa oraz wspomagania działań marketingowych* „

■ Jakie są bariery w prowadzeniu badań?

Respondenci zostali również zapytani o to, jakie, ich zdaniem, były największe bariery w przeprowadzeniu badań. To także było pytanie otwarte, umożliwiające swobodną wypowiedź. I choć 48 ankietowanych na 202 odpowiadających nie zauważyło żadnych trudności, to najczęstszą przeszkodą w prowadzeniu badań była niechęć samych badanych, w szczególności do wypełniania wielostronicowych ankiet. Wskazywano, że potencjalni respondenci wymawiali się brakiem czasu, mieli też obawy dotyczące anonimowości badań.



Wykres 38. Bariery w przeprowadzeniu badań (n=202)

■ Jakie są bariery w prowadzeniu badań?

Inne, często występujące bariery w przeprowadzeniu badań miały charakter organizacyjny. Ankietowani wskazywali, że największymi przeszkodami były: brak czasu, ograniczenia finansowe i kadrowe, trudności w dotarciu do badanych, brak ostatecznej wiedzy, w tym nieumiejętności przygotowania narzędzi badawczych i opracowania wyników, a także brak zaangażowania i negatywne nastawienie pracowników do prowadzenia badań.

Tylko pojedyncze osoby dzieliły się informacjami, czy wskazane bariery udało się przezwyciężyć i w jaki sposób. Chcąc zniwelować niechęć do uczestnictwa w badaniach:

- angażowano pracowników, którzy osobiście zachęcali do wzięcia udziału w badaniach,
- wręczano drobne upominki za udział w badaniu,
- włączano do współpracy różne grupy społeczne pomagające w dotarciu do respondentów.

Bariery finansowe niwelowano poprzez angażowanie wolontariuszy, a niechęć pracowników do prowadzenia badań zmniejszano poprzez bezpośrednie rozmowy. W tym kontekście

wypowiedź jednego ankietowanego wydaje się szczególnie interesująca, stwierdził on, że „bariery zniknęły, kiedy zespół zobaczył, że są one wykorzystane do zadań a nie przeciwko niemu” [A_249].

■ Przykładowe wypowiedzi

A_126:

” Ankiety są uciążliwe, ponieważ w każdej dziedzinie życia są stosowane, na szkoleniach, na spotkaniach itd. bardzo często użytkownik nie ma ochoty jej wypełnić (z różnych powodów) więc częściej stosujemy wywiady, rozmowy, zgłaszanie zakupów online to daje nam pogląd na preferencje naszych czytelników

”

A_189:

” W badaniach zupełnie nie sprawdzają się ankiety, zarówno w formie papierowej jak i ankiety internetowej; trudno jest zachęcić mieszkańców do ich wypełniania. Respondenci chętnie dzielą się swoimi poglądami, ocenami, kiedy są o to bezpośrednio pytani np. podczas imprez (za pomocą krótkich pytań sondażowych) i otrzymują za swój udział w badaniu drobny, symboliczny gadżet

”

■ Przykładowe wypowiedzi

A_342:

” *Brak środków na zrobienie »profesjonalnych« badań przez podmioty zewnętrzne, ale z drugiej strony brak wiedzy/praktyki podmiotów zewnętrznych w prowadzeniu badań w instytucjach kultury – nieprzystające mierniki/praktyki/ niezrozumienie sposobów funkcjonowania instytucji kultury. Brak czasu w instytucji na prowadzenie dogłębnych badań* ”

PODSUMOWANIE



■ Podsumowanie

Podsumowując wyniki niniejszej analizy, należy wskazać, że instytucje kultury wykazują relatywnie dużą potrzebę prowadzenia badań, jednak stosunkowo małe zainteresowanie odnotowano w przypadku domów kultury i bibliotek. Z dostępnych wyników badań korzysta około $\frac{2}{3}$ ankietowanych. Najważniejszymi obszarami badań, które instytucje kultury realizowały w ostatnich pięciu latach, są te, które dotyczą publiczności i oferty. Zauważono również, że zwiększa się zainteresowanie tymi obszarami badań, co znajduje odzwierciedlenie w planach badawczych instytucji kultury. Zmniejsza się natomiast potrzeba realizacji badań wewnątrzorganizacyjnych. $\frac{2}{5}$ respondentów nie widzi potrzeby realizacji badań – był to najczęstszy powód, dla którego badania nie były prowadzone w ostatnich latach, na kolejnych miejscach znalazł się brak odpowiednich funduszy i czasu potrzebnego na ich prowadzenie. Niewielki odsetek instytucji kultury realizował badania w II kwartale 2020 roku, warto jednak zaznaczyć, że sytuacja zewnętrzna była wtedy specyficzna – wiele instytucji kultury pozostawało zamkniętych ze względu na obostrzenia związane z zapobieganiem pandemii COVID-19. Prowadzone badania w zdecydowanej większości odnosiły się do skali mikro, związanej bezpośrednio z działalnością danej instytucji. Około $\frac{2}{3}$ ankietowanych w najbliższym czasie nie

planowało realizacji badań, wśród przyczyn wskazując głównie na przeszkody „miękkie”, czyli takie, które można usunąć, by realizować badania. Niepokojący jest natomiast fakt, że 30% wskazań dotyczyło barier „twardych”, związanych z mentalnością, zdecydowanie trudniejszych do usunięcia (np. brak potrzeby realizacji badań czy przeświadczenie o tym, że badania nie przynoszą oczekiwanych rezultatów). Zaledwie kilka procent ankietowanych instytucji posiada w swoich corocznych budżetach pozycje pozwalające na realizację regularnych badań, w większości przypadków są to na ogół działania podejmowane *ad hoc*. Zatem regularność prowadzenia badań i stałe budżetowanie badań należy uznać raczej za coś wyjątkowego niż stałego.

Oprócz badań własnych instytucje kultury brały także udział w badaniach realizowanych przez podmioty zewnętrzne – najczęściej przez GUS. Mniej więcej połowa ankietowanych zaznaczyła, że uczestniczyła w badaniach realizowanych przez inne instytucje kultury oraz uczelnie. Wysoki wskaźnik odpowiedzi o braku potrzeby prowadzenia badań (zarówno w przeszłości, jak i przyszłości) w połączeniu z odpowiedziami, że dyrektorzy i kadra zarządzająca są odpowiedzialni za prowadzenie badań,

■ Podsumowanie

wskazuje, iż to menedżerowie powinni zostać objęci działaniami mającymi na celu podnoszenie świadomości znaczenia i potrzeby realizacji badań, a także możliwych sposobów ich wykorzystania w zarządzaniu instytucjami kultury.

Odrębna część ankiety skierowana była do instytucji, które zadeklarowały, że w ostatnim czasie realizowały badania. Zaledwie kilkanaście procent prowadzi badania regularnie, zaś $\frac{1}{5}$ badanych stwierdziła, że prowadziła je tylko raz w ciągu ostatnich 5 lat. Najczęstszą motywacją do prowadzenia badań było poznanie potrzeb odbiorców i ich zaspokojenie, chociaż ważną rolę odgrywały także nałożone na instytucje wymogi zewnętrzne, które obligowały je do prowadzenia ewaluacji. Badania najczęściej realizowane były samodzielnie, rzadziej we współpracy z organizacją czy ekspertem lub zlecane na zewnątrz. Badane instytucje najczęściej realizowały ankiety lub korzystały z metod mieszanych (np. połączenie ankiet, wywiadów i obserwacji). Jak wskazali sami respondenci, często spotykali się z tym, że odbiorcy kultury nie chcieli brać udziału w badaniach ankietowych – może nadszedł czas na szersze stosowanie nowatorskich metod badawczych, w większym stopniu angażujących odbiorcę lub będących badaniami

w działaniu (ang. *action research*), w końcu to kultura jest tą dziedziną, która wykracza poza rutynę i przetłumacza dotychczasowe schematy.

Półowa ankietowanych zadeklarowała, że w efekcie prowadzonych przez nich badań powstał raport, jednakże tylko w $\frac{1}{3}$ przypadków został on udostępniony szerszej publiczności (najczęściej w formie online). Półowa ankietowanych (50%) wskazała, że prowadzone przez nich badania zakończyły się rekomendacjami, w większości przypadków sformułowanie zaleceń wpłynęło również na ich wdrożenie. Co interesujące, o ile brak środków finansowych był wskazywany jako bariera do prowadzenia badań, o tyle finanse nie znalazły się na pierwszym miejscu wśród zasobów niezbędnych do realizacji badań (odpowiedzi uzyskane od respondentów, którzy realizowali już badania) – znacznie ważniejsze okazało się zaangażowanie pracowników (w szczególności poświęcony przez nich czas) i środki techniczne. Brak funduszy może stanowić zatem mentalną, a nie realną barierę w prowadzeniu badań. Badania w opinii ankietowanych przyczyniają się do pozyskania wiedzy (o samej instytucji lub o odbiorcach i ich potrzebach), ale nie zawsze ta wiedza jest motorem zmian, około $\frac{1}{3}$ wszystkich

■ Podsumowanie

wskazań dotyczących korzyści z prowadzenia badań odnosiła się bezpośrednio do wprowadzenia ulepszeń.

W odniesieniu do powyższych wniosków pojawiają się kolejne pytania, które mogą stać się punktem wyjścia do przeprowadzenia dodatkowych badań. Najważniejsze wydają się trzy obszary problemowe:

- Dlaczego niektóre instytucje kultury (a zwłaszcza domy kultury i biblioteki) wykazują się niechęcią do prowadzenia badań oraz skąd się bierze przekonanie o braku potrzeby ich realizacji i pogląd, że badania nie przynoszą określonych rezultatów?
- Dlaczego następuje wzrost zainteresowania badaniami zewnętrznymi obszarów funkcjonowania instytucji kultury (i z czego to wynika), maleje natomiast znaczenie badań wewnątrzorganizacyjnych?
- Skąd bierze się wskazywana przez instytucje kultury niechęć ich odbiorców do udziału w badaniach? Czy niechęć ta wynika z postaw samych odbiorców, czy może

jej źródło leży po stronie instytucji kultury, a może obie te kwestie mają tutaj znaczenie?

By odpowiedzieć na powyższe pytania, zaprojektowanie badań ankietowych może być niewystarczające. Niezbędne mogą się okazać badania jakościowe, w tym wywiady grupowe, indywidualne wywiady pogłębione oraz obserwacje, realizowane w miejscu działalności instytucji kultury.

REKOMENDACJE



■ Rekomendacje

- Szkolenia dotyczące projektowania i przeprowadzania badań dla pracowników, skoro to oni w większości odpowiedzialni są za prowadzenie badań.
- Szkolenia menedżerów i kadry zarządzającej w zakresie budowania świadomości potrzeby i znaczenia badań oraz ich wykorzystania w zarządzaniu instytucjami kultury.
- Raporty (nawet te wewnętrzne) muszą być zakończone rekomendacjami – to wpływa na wdrożenie proponowanych rozwiązań i możliwość monitorowania zmian.
- Czas wdrażać w instytucjach kultury nowe, bardziej atrakcyjne i aktywizujące metody badawcze – skoro dużo odpowiedzi wskazało, że odbiorcy po prostu nie chcą brać udziału w badaniach, szczególnie ankietowych.
- Znalezienie równowagi między badaniem środowiska wewnętrznego i zewnętrznego instytucji kultury (skala mikro i makro), tak aby ich sens odnosił się nie tylko do budowania relacji z otoczeniem poprzez rozwijanie publiczności i tworzenie odpowiedniej oferty, ale także wprowadzania dobrej atmosfery pracy i gwarantowania możliwości rozwoju pracownikom oraz podnoszenia poziomu zarządzania instytucjami kultury.
- Jasne definiowanie obowiązków służbowych związanych z prowadzeniem badań i upowszechnieniem ich wyników, aby nie stanowiły one wyłącznie dodatku, ale ważny element wspólnego dbania o dobro instytucji.
- Dostrzeganie potencjału poznawczego wśród różnych grup tworzących instytucje kultury, zarówno pracowników różnych działów, jak i odbiorców reprezentujących różne mniejszości (wiekowe, językowe, światopoglądowe, etniczne).
- Uwzględnienie w budżecie instytucji potrzeby prowadzenia badań.

KWESTIONARIUSZ ANKIETY



■ Badania o badaniach

Szanowni Państwo,

niniejsze badanie ankietowe prowadzone jest przez pracowników Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Instytutu Badań Organizacji Kultury – IBOK. Celem badania jest uzyskanie odpowiedzi na pytania: czy, dlaczego i w jakim zakresie polskie publiczne instytucje kultury prowadzą własne badania dotyczące ich funkcjonowania i zarządzania nimi.

Pozyskane dzięki ankiecie informacje będą miały wartość naukową i praktyczną:

- staną się punktem wyjścia do napisania raportu i stosownych opracowań naukowych,
- wskażą, jakie są realne potrzeby i problemy instytucji kultury w zakresie ich bieżącej działalności.

Chcielibyśmy podkreślić, że wypełnienie ankiety jest dobrowolne i w pełni anonimowe dla osób biorących udział w badaniu, jednak ze względu na koncepcję badania (kierowanego do różnych instytucji kultury) prosimy o podanie nazwy instytucji. Odpowiedź na poniższe pytania nie zajmie Państwu więcej niż 20–30 minut. Serdecznie zapraszamy do udziału w badaniu.

dr Anna Pluszyńska
(koordynatorka badań)

SEKCJA PIERWSZA

■ Sekcja 1

1. Czy widzą Państwo potrzebę realizacji badań w instytucji kultury?

- Tak
- Nie
- Nie wiem

2. Czy w swojej pracy korzystają Państwo z dostępnych wyników badań (raportów) dotyczących działalności kulturalnej?

- Tak
- Nie
- Nie mam zdania

3. W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania PUBLICZNOŚCI (odbiorców, uczestników)?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Relacje z publicznością (lojalność, nastawienie/ stosunek do instytucji kultury)
- Badanie uczestnictwa odbiorców oferty (frekwencja, częstotliwość)
- Badanie uczestnictwa odbiorców oferty online
- Badania zadowolenia odbiorców z oferty
- Badania barier architektonicznych, funkcjonalnych, psychologicznych
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne, jakie?.....

■ Sekcja 1

4. W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania OFERTY?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Badanie popytu na ofertę
- Badania oferty internetowej
- Badania jakości obsługi
- Badania dostępności (godziny otwarcia, lokalizacja, informacja o ofercie)
- Badania poziomu cen oferty kulturalnej
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne, jakie?.....

5. W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania WEWNĄTRZORGANIZACYJNE?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Budowanie zespołu
- Atmosfera i zadowolenie z pracy
- Motywacja do pracy
- Relacje międzypracownicze
- Analiza zasobów organizacji i ich potencjału
- Organizacja pracy
- Kompetencje pracowników
- Samoocena organizacji pracy prowadzona w ramach kontroli zarządczej
- Zarządzanie różnorodnością (niepełnosprawność, płeć, wiek, LGBTI)
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne, jakie?.....

■ Sekcja 1

6. W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania

DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Wizerunek instytucji kultury
- Rozpoznawalność (kojarzenie) instytucji kultury
- Kanały i sposoby komunikacji z odbiorcami
- Monitoring mediów internetowych (strony www, facebook, e-mail itp.)
- Skuteczność reklamy
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne, jakie?.....

7. W jakich obszarach instytucja kultury, w której Państwo pracują, prowadziła w ostatnich 5 latach badania

EWALUACYJNE?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Ewaluacja oferty
- Ewaluacja projektów
- Ewaluacja cen
- Nie są w ogóle prowadzone badania w powyższych i podobnych obszarach
- Inne, jakie?.....

■ Sekcja 1

8. Jeśli nie były prowadzone **ŻADNE** badania w wyżej wymienionych obszarach (badania: publiczności, oferty, wewnątrzorganizacyjne, ewaluacyjne czy działań marketingowych), prosimy wskazać dlaczego.

Jeśli badania były prowadzone, prosimy pytanie pominąć i przejść DALEJ.

- Ponieważ nie mieliśmy na to środków finansowych
- Ponieważ nie mieliśmy czasu na ich przeprowadzenie
- Ponieważ nie widzieliśmy takiej potrzeby
- Ponieważ nie wiedzieliśmy, jak to zrobić
- Inne

Przejdźcie do pytania nr 25 (SEKCJA 3)

SEKCJA DRUGA

■ Sekcja 2

9. Jak często – w ostatnich 5 latach – prowadzone były badania w wymienionych wcześniej obszarach (badania: publiczności, oferty, wewnątrzorganizacyjne, ewaluacyjne czy działań marketingowych)?

- Prowadziliśmy raz – **przejdźcie do pytania 11**
- Prowadziliśmy dwukrotnie – **przejdźcie do pytania 11**
- Prowadziliśmy trzykrotnie – **przejdźcie do pytania 11**
- Prowadziliśmy więcej niż 3 razy – **przejdźcie do pytania 11**
- Prowadziliśmy regularnie – **przejdźcie do pytania 10**
- To zależy które badania – **przejdźcie do pytania 10**
- Inne – **przejdźcie do pytania 10**

10. Jak często były prowadzone badania?

.....

11. Dlaczego badania te były prowadzone, czyli co było motywacją ich prowadzenia, jaki był cel, założenia?

.....

12. Czy badania te były realizowane:

*** możliwość wielokrotnego wyboru**

- Samodzielnie
- We współpracy z organizacją/ekspertem
- Przez podmiot zewnętrzny

13. Jeśli badania były prowadzone we współpracy lub przez podmiot zewnętrzny, prosimy podać nazwę organizacji/ podmiotu/ekspertów

.....

■ Sekcja 2

14. Jakie techniki badawcze zostały zastosowane w trakcie realizowanych badań?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Analiza danych zastanych (materiałów tekstowych, wizualnych, dźwiękowych)
- Ankiety
- Wywiady indywidualne
- Obserwacja
- Wywiady grupowe (fokusy)
- Nie wiem
- Inne, jakie?.....

15. Czy wyniki przeprowadzonych badań zostały opracowane w formie raportu?

- Tak – przejście do pytania 16
- Nie – przejście do pytania nr 18
- Inne – przejście do pytania nr 16

16. Czy wyniki przeprowadzonych badań zostały udostępnione szerszej publiczności?

- Tak – przejście do pytania 17
- Nie – przejście do pytania 18

17. W jaki sposób zostały udostępnione?

.....

18. Czy badania zakończyły się rekomendacjami?

- Tak – przejście do pytania 19
- Nie – przejście do pytania 22

19. Czy rekomendacje zostały wdrożone?

- Tak – przejście do pytania 20
- Nie – przejście do pytania 21

■ Sekcja 2

20. W jaki sposób rekomendacje zostały wdrożone?

Przejdźcie do pytania 22

21. Dlaczego rekomendacje nie zostały wdrożone?

Przejdźcie do pytania 22

22. Jakie zasoby/nakłady były niezbędne do przeprowadzenia badań?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Zaangażowanie pracowników (w tym kadry kierowniczej)
- Zaangażowanie wolontariuszy
- Zaangażowanie ekspertów
- Zasoby techniczne (np. oprogramowanie, dyktafon, wydruki)
- Zasoby informacyjne (np. wyniki poprzednich badań, kontakt do badanych osób, wiedza ekspercka)
- Środki finansowe
- Inne, jakie?

23. Jakie Państwa zdaniem są największe korzyści z przeprowadzonych badań?

24. Jakie Państwa zdaniem były największe bariery w przeprowadzeniu badań i czy udało się je przezwyciężyć? Jeśli tak, w jaki sposób?

SEKCJA TRZECIA

■ Sekcja 3

25. Czy w obecnym czasie prowadzą Państwo badania?

- Tak – [przejdźcie do pytania 26](#)
- Nie – [przejdźcie do pytania 27](#)

26. Jakie prowadzą Państwo obecnie badania?

.....

27. Czy w najbliższym czasie planują Państwo przeprowadzić badania dotyczące funkcjonowania instytucji i jej otoczenia zewnętrznego?

- Tak – [przejdźcie do pytania 28](#)
- Nie – [przejdźcie do pytania 29](#)

28. Jakie badania planują Państwo przeprowadzić w najbliższym czasie?

[Przejdźcie do pytania 30](#)

.....

29. Dlaczego nie planują Państwo w najbliższym czasie prowadzić badań?

[Przejdźcie do pytania 30](#)

.....

30. Czy kwoty na badania są stałą pozycją w rocznych budżetach w Państwa instytucji?

- Tak – [przejdźcie do pytania 31](#)
- Nie – [przejdźcie do pytania 32](#)
- Nie wiem – [przejdźcie do pytania 32](#)

31. Jakiego rzędu są to kwoty na badania?

[Przejdźcie do pytania 32](#)

- Do 10 tys. zł
- 11–50 tys. zł
- Powyżej 50 tys. zł

■ Sekcja 3

32. W jakim szczególnie zakresie – Państwa zdaniem – powinny być prowadzone badania w Państwa instytucji i dlaczego?

.....

33. Kto w Państwa instytucji jest odpowiedzialny za przeprowadzenie badań dotyczących organizacji i jej otoczenia zewnętrznego. Proszę podać stanowisko/ usytuowanie w strukturze organizacyjnej tej osoby (tych osób).

.....

34. W jakich zewnętrznych badaniach brali Państwo udział w ostatnich 5 latach?

* możliwość wielokrotnego wyboru

- Badania GUS
- Badania prowadzone przez organizacje pozarządowe
- Badania realizowane przez jednostki samorządu terytorialnego
- Badania prowadzone przez instytucje kultury
- Badania prowadzone przez organizacje komercyjne
- Badania prowadzone przez uczelnie (przez doktorantów i pracowników naukowych)
- Badania prowadzone w ramach prac licencjackich/ magisterskich
- Nie braliśmy udziału w zewnętrznych badaniach
- Inne

METRYCZKA

■ Metryczka

35. Nazwa instytucji:

.....

36. Miejsce prowadzenia działalności kulturalnej:

.....

37. Wielkość jednostki administracyjnej, w której prowadzona jest działalność kulturalna:

- Do 10 tys. mieszkańców
- 10-100 tys. mieszkańców
- 100-500 tys. mieszkańców
- Powyżej 500 tys. mieszkańców

38. Województwo:

- dolnośląskie
- kujawsko-pomorskie
- lubelskie
- lubuskie
- łódzkie
- małopolskie
- mazowieckie
- opolskie
- podkarpackie
- podlaskie
- pomorskie
- śląskie
- świętokrzyskie
- warmińsko-mazurskie
- wielkopolskie
- zachodniopomorskie

■ Metryczka

39. Organizator:

- Gmina miejska
- Gmina wiejska
- Powiat
- Województwo
- Minister/kierownik urzędu centralnego
- Instytucja współprowadzona przez jednostki publiczne
- Instytucja współprowadzona w ramach partnerstwa publiczno-privatnego

40. Forma prowadzonej działalności kulturalnej:

- Teatr
- Opera/operetka
- Filharmonia
- Muzeum
- Biblioteka
- Dom kultury
- Galeria sztuki
- Archiwum
- Inne, jakie?

41. Liczba zatrudnionych pracowników:

- Do 10 pracowników
- 11-50 pracowników
- 51-250 pracowników
- Powyżej 250 pracowników

42. Liczba oddziałów (filii), które wchodzi w skład instytucji kultury poza siedzibą główną:

- Brak oddziałów
- 1-2 oddziały
- 3-4 oddziały
- 5-6 oddziałów
- Powyżej 6 oddziałów

Spis tabel i wykresów

Wykresy:

- 10 Wykres 1. *Udział instytucji kultury z poszczególnych województw w badaniach*
- 11 Wykres 2. *Wielkość jednostki administracyjnej, w której prowadzona jest działalność kulturalna*
- 12 Wykres 3. *Organizator*
- 13 Wykres 4. *Liczba zatrudnionych*
- 14 Wykres 5. *Liczba oddziałów*
- 18 Wykres 6. *Potrzeba realizacji badań przez instytucje kultury według ich typów*
- 20 Wykres 7. *Wykorzystanie wyników badań przez przedstawicieli poszczególnych typów instytucji kultury*
- 22 Wykres 8. *Odsetek instytucji kultury, które w ostatnich 5 latach realizowały badania we wskazanych obszarach*
- 24 Wykres 9. *Obszary badań PUBLICZNOŚCI*
- 25 Wykres 10. *Obszary badań OFERTY*
- 27 Wykres 11. *Obszary badań WEWNĄTRZORGANIZACYJNYCH*
- 29 Wykres 12. *Obszary badań MARKETINGOWYCH*
- 30 Wykres 13. *Obszary badań EWALUACYJNYCH*
- 33 Wykres 14. *Typy badań prowadzonych przez instytucje kultury*
- 34 Wykres 15. *Powody, dla których instytucje kultury nie prowadziły badań*
- 36 Wykres 16. *Badania prowadzone w drugim kwartale 2020 roku*
- 38 Wykres 17. *Rodzaj prowadzonych obecnie badań*
- 41 Wykres 18. *Plany dotyczące realizacji badań w przyszłości*
- 43 Wykres 19. *Rodzaj planowanych badań*
- 47 Wykres 20. *Przyczyny braku planów realizacji badań*
- 52 Wykres 21. *Badania w skali mikro, które zdaniem instytucji kultury powinny być przez nie zrealizowane*
- 53 Wykres 22. *Kwoty na badania jako stała pozycja w rocznych budżetach*
- 54 Wykres 23. *Nakłady na badania*
- 55 Wykres 24. *Osoby odpowiedzialne za prowadzenie badań*
- 57 Wykres 25. *Udział instytucji kultury w badaniach prowadzonych przez podmioty zewnętrzne*
- 59 Wykres 26. *Częstotliwość prowadzenia badań w ostatnich 5 latach*
- 62 Wykres 27. *Motywacje do prowadzenia badań*
- 69 Wykres 28. *Współpraca w trakcie prowadzonych badań*
- 72 Wykres 29. *Techniki badawcze wykorzystywane w badaniach*
- 73 Wykres 30. *Opracowywanie raportów z badań*
- 74 Wykres 31. *Udostępnianie raportów z badań szerszej publiczności*
- 75 Wykres 32. *Udostępnianie szerszej publiczności raportów z badań przez instytucje samorządowe i państwowe*
- 76 Wykres 33. *Udostępnianie szerszej publiczności raportów z badań z uwzględnieniem formy organizacyjnej*
- 79 Wykres 34. *Zasoby/nakłady niezbędne do przeprowadzenia badań*
- 80 Wykres 35. *Korzystanie z pomocy ekspertów/wolontariuszy w realizacji badań względem formy organizacyjnej*
- 81 Wykres 36. *Korzyści z przeprowadzonych badań*
- 82 Wykres 37. *Korzyści z przeprowadzonych badań według kategorii: pozyskana wiedza o odbiorcach i ich potrzebach, ogólna ocena instytucji oraz wprowadzenie zmian*
- 85 Wykres 38. *Bariery w przeprowadzeniu badań*

Tabele:

- 49 Tabela 1. *Przyczyny braku planów realizacji badań*
- 70 Tabela 2. *Współpraca w trakcie prowadzonych badań zgodnie z formą organizacyjną instytucji kultury*

Badania o badaniach

Czy i jak instytucje kultury pozyskują wiedzę o sobie i swoim otoczeniu

Raport dostępny na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa–Użycie niekomercyjne–Na tych samych warunkach 4.0.

Tekst licencji można znaleźć pod adresem:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autorów
i Instytutu Badań Organizacji Kultury – IBOK

Publikacja jest dostępna w sieci pod adresem:

<http://www.ibok.org.pl/projekty/badania-o-badaniach/>



Autorzy raportu:

Małgorzata Ćwikła  0000-0003-3724-7296

Agnieszka Konior  0000-0003-2338-6594

Marcin Laberschek  0000-0002-1081-5073

Michał Murzyn  0000-0003-0005-0350

Anna Pluszyńska  0000-0003-0271-5176

Agnieszka Szostak  0000-0003-2062-7698

Tworzenie bazy instytucji: Natalia Adamczewska, Agnieszka Konior,

Olga Kosińska, Krzysztof Kula,

Marcin Laberschek, Michał Murzyn,

Anna Pluszyńska, Agnieszka Szostak

Recenzja: dr Rafał Musiałik (Uniwersytet Jagielloński)

Korekta: Marta Kołpanowicz

Projekt graficzny, skład, łamanie: Weronika Trębacz

Instytut Badań Organizacji Kultury – IBOK

ul. Prof. S. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

stowarzyszenie@ibok.org.pl

www.ibok.org.pl

www.facebook.com/IBOKorg

ISBN 978-83-959488-0-0

Kraków 2020

