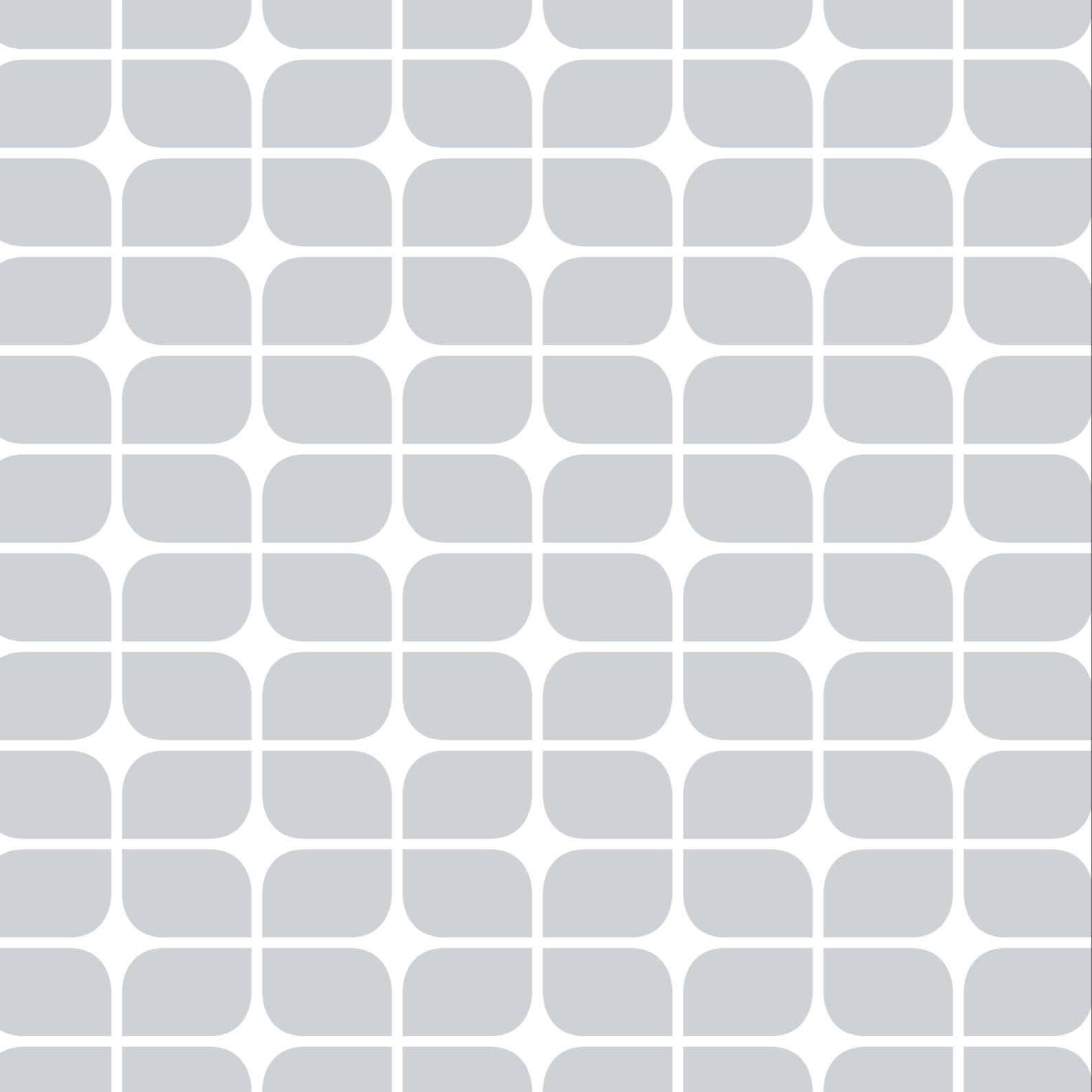


# ZRÓB TO SAM

JAK ZOSTAĆ BADACZEM  
SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ?  
PORADNIK DLA DOMÓW KULTURY



**ZOOM**  
NA DOMY  
KULTURY



**ZRÓB TO SAM**



towarzystwo  
inicjatyw  
twórczych



## **ZRÓB TO SAM**

JAK ZOSTAĆ BADACZEM  
SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ?  
PORADNIK DLA DOMÓW KULTURY



## *Spis treści:*

WSTĘP **7**

1. OD CZEGO ZACZAĆ? **8**

2. JAK ZARZĄDZAĆ REALIZACJĄ ZADANIA? **12**

3. METODY BADAWCZO-ANIMACYJNE **13**

3.1. PLASTYCZNY KOLAŻ **14**

3.2. WISZĄCE PYTANIE **18**

3.3. ANKIETA RYSUNKOWA **21**

3.4. WYWIAD SZEPTANY **24**

3.5. DRAMA **27**

3.6. SPACER ASYSTOWANY **30**

3.7. GRA TERENOWA/MIEJSKA **33**

3.8. FOTOREPORTAŻ/FOTOESEJ **37**

3.9. SPACEROWNIK **42**

3.10. WARSZTAT FILMOWY **46**

4. JAK ANALIZOWAĆ WYNIKI? **49**

5. JAK PRZEDSTAWIĆ WYNIKI? **50**

## ZRÓB TO SAM

### JAK ZOSTAĆ BADACZEM SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ?

#### PORADNIK DLA DOMÓW KULTURY

##### KONCEPCJA PODRĘCZNIKA:

Marta Białek-Graczyk, Agata Nowotny, Łukasz Ostrowski

##### REDAKCJA:

Agata Nowotny

##### AUTORZY TEKSTÓW:

Michał Danielewicz, Aleksandra Godys, Agata Nowotny, Łukasz Ostrowski

##### KONSULTACJA:

Ewa Andrearczyk (drama), Paulina Capała (warsztat filmowy), Krzysztof Pacholak (fotoreportaż), Karolina Pluta (gra terenowa)

Bardzo dziękujemy wszystkim osobom zaangażowanym w projekt: uczestnikom i prowadzącym zajęcia z domów kultury, które z nami współpracowały w projekcie.

##### W SZCZEGÓLNOŚCI DZIĘKUJEMY:

Pani dyrektor Danucie Wojciechowskiej i Pani Agnieszce Rogalskiej-Jung z Miejskiego Ośrodka Kultury w Józefowie, Panu dyrektorowi Jackowi Białkowi, Pani Paulinie Gosk i Panu Piotrowi Woźniakowi z Domu Kultury „Świt” na warszawskim Bródnie oraz Pani dyrektor Alinie Witkowskiej i Pani Agnieszce Wojcierowskiej z Centrum Kultury i Inicjatyw Obywatelskich w Podkowie Leśnej.



Publikacja powstała w ramach projektu „ZOOM na domy kultury. Jak zostać badaczem społeczności lokalnej?” realizowanego przez Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”.



Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury.

##### PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD:

Olga Łebkowska totoodesign

##### KOREKTA:

Anna Twardziak

##### NAKŁAD:

1000 egz.

##### DRUK:

Chromapress

ISBN: 978-83-929833-2-3

© Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”, Warszawa 2010

# Wstęp

Mamy nadzieję, że publikacja, jaką oddajemy w Państwa ręce, pomoże Państwu lepiej poznać społeczności, w których działają Wasze domy kultury. Uważamy, że dobrym sposobem na to jest prowadzenie badań społecznych i diagnoz lokalnych. W poradniku spróbujemy pokazać, jak możecie Państwo samodzielnie wykonać proste badanie, nawet jeśli nigdy wcześniej tego nie robiliście.

Jak to? Domy kultury mają robić badania? Czy badaniami nie powinny zajmować się raczej wyspecjalizowane ośrodki badawcze? Czy domy kultury nie mają już dość na głowie?

Wyjaśnijmy więc najpierw, jakiego rodzaju badania mamy na myśli. Nie przekonujemy tutaj do badań socjologicznych. Pisanie raportów, na przykład na temat przemian form uczestnictwa w kulturze na przełomie wieków, z pewnością leży poza obowiązkami i kompetencjami, a co ważniejsze potrzebami, domu kultury. Mamy na myśli coś znacznie prostszego, a przede wszystkim bardziej użytecznego – badania, które przyniosą wiedzę praktyczną, przydatną w codziennej pracy domu kultury, czyli odpowiedzą choćby na pytanie: czym zajmuje się młodzież w mojej miejscowości?

Z naszego doświadczenia wynika, że prowadzenie takich badań może przynieść wiele korzyści. Po pierwsze, badania **inspirują** – dobra znajomość społeczności rodzi pomysły na działanie. Po drugie, **dają pewność** – dzięki nim wiemy, że nasze pomysły nie trafiają w próżnię. I wreszcie podsuwają **uzasadnienie podejmowanych decyzji** – łatwiej jest nam udzielić odpowiedzi na pytanie, dlaczego nasz dom kultury oferuje taki, a nie inny program.

Zdajemy sobie sprawę, że pracownicy domów kultury są bardzo zajęci. Trudno jest im znaleźć czas na dodatkowe obowiązki. Dlatego metody badań tu przedstawione wymyślone zostały tak, by nie wymagały wiele czasu, odbywały się w ramach codziennej pracy instytucji i można je było łączyć z innymi obowiązkami. Część można użyć w trakcie zajęć, niektórych przy okazji imprez, jeszcze inne same w sobie mogą stać się atrakcyjnym punktem programu. Wszystkie dobrze wpasowują się w profil działalności domu kultury, mają charakter animacyjny, przypominają normalne zajęcia, imprezy, projekty.

Przygotowaliśmy proste metody, które nie wymagają profesjonalnej wiedzy i – co najważniejsze – opracowaliśmy je nie tylko dla,

ale i we współpracy z domami kultury. Pisanie podręcznika zostało poprzedzone eksperymentami w realnych domach kultury, dlatego to, co mówimy, jest oparte nie tylko na wiedzy socjologicznej, ale i na doświadczeniach współpracy z animatorami, instruktorami, uczestnikami zajęć i mieszkańcami. Bez naszych współpracowników z domów kultury, ich ciężkiej pracy, zaangażowania i odwagi do ryzykowania z nowymi działaniami, ta publikacja by nie powstała. Bardzo Wam dziękujemy!

## CZY DOMY KULTURY NAPRAWDĘ POTRZEBUJĄ BADAŃ?

Z pewnością domy kultury dużo wiedzą o swoich społecznościach. Ich pracownicy mają częsty kontakt z ludźmi, co więcej często sami są mieszkańcami miejscowości, mają tu rodziny, znajomych, sąsiadów, z którymi się spotykają i rozmawiają. Dobrze jest jednak zdawać sobie sprawę, że mimo to nie wiemy wszystkiego, zawsze istnieją jakieś białe plamy. I są to obszary, które warto poznać.

Bez wątpienia zastanawiają się Państwo od czasu do czasu, dlaczego pewne grupy nie zaglądają do domu kultury? Zdarza się pewnie też Państwu myśleć nad tym, jak dom kultury widzą osoby z zewnątrz, jak jest odbierany przez mieszkańców. Zwykle wydaje nam się, że najwięcej wiemy o osobach odwiedzających naszą instytucję, ale czy rzeczywiście mamy czas, by rozmawiać z nimi o ich potrzebach, pomysłach i oczekiwaniach? Wrażenie, że społeczność, w której pracujemy, nie ma dla nas tajemnicy, zwykle jest złudne. Czujemy, że nie brakuje nam wiedzy, ponieważ trudno wyobrazić sobie to, czego nie wiemy. Badania zawsze przynoszą zaskoczenia i świeże, inspirujące spostrzeżenia. Dlatego zachęcamy do tego, by każdy z Państwa został badaczem swojej społeczności.

Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”

##### BADANIA TO:

- POZNANIE ODPOWIEDZI NA NURTUJĄCE NAS PYTANIA,
- UŚWIADOMIENIE, CZEGO NIE WIEMY,
- INTEGRACJA ZESPOŁU DOMU KULTURY ORAZ UCZESTNIKÓW ZAJĘĆ,
- INSPIRACJA I DOBRA ZABAWA,
- PROMOCJA DZIAŁAŃ W LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI.

# Od czego zacząć?

Badanie społeczne służy albo poznaniu odpowiedzi na konkretne pytania, albo poszerzeniu wiedzy w jakimś obszarze. Zanim do niego przystąpimy, musimy wiedzieć, co chcemy uzyskać, jakiego rodzaju wiedzy szukamy. Czy odpowiedzi na pytania, czy lepszego rozeznania w okolicy. Pierwszym, ważnym etapem procesu badawczego jest właśnie **określenie celu badania**. Warto poświęcić czas i energię na trafne postawienie pytań oraz na dokładne wskazanie obszaru wiedzy, który chcemy zgłębiać.

Gdy chcemy poznać odpowiedzi na konkretne pytania lub znaleźć rozwiązanie określonego problemu, musimy zastanowić się, jak one brzmią dokładnie. Nie zawsze jednak potrafimy od razu precyzyjnie określić, co nas interesuje. Zdarza się, że chcemy po prostu lepiej poznać jakąś sferę życia okolicy. Być może dopiero kiedy przyjrzymy się zagadnieniu z bliska, przyjdą nam do głowy trafne pytania.

## PRZYKŁAD KONKRETNIEGO PYTANIA:

- CO ROBIĄ RODZICE W CZASIE, GDY DZIECI SĄ NA ZAJĘCIACH?
- CZY MAJĄ WTEDY CZAS WOLNY I MOŻNA IM ZAPROPONOWAĆ RÓWNOLEGŁE ZAJĘCIA?

## PRZYKŁAD OBSZARU, KTÓRYM CHCEMY SIĘ ZAJAĆ:

CHCEMY SKUPIĆ SIĘ NA RODZICACH DZIECI PRZYCHODZĄCYCH DO DOMU KULTURY I ZAANGAŻOWAĆ ICH W NASZĄ DZIAŁALNOŚĆ, ALE NIE WIEMY, JAK SIĘ DO TEGO ZABRAĆ.

Zarówno w trafnym postawieniu pytań, jak i określeniu pola zainteresowania może pomóc nam dyskusja w grupie podczas **warsztatu rozpoznawczego** (służy wytonieniu problemów do rozwiązania czy kwestii wymagających poznania).

Zaprośmy na niego około 10-15 osób, w tym przedstawicieli innych instytucji (lokalnych organizacji pozarządowych, przedstawicieli władz samorządowych, pracowników biblioteki, członków klubu seniora, młodych, osoby związane z domem kultury oraz takie,

które nigdy w nim nie były). Każda z tych osób ma inną perspektywę i może wnieść do dyskusji cenne obserwacje. Warto zebrać je wszystkie. Każda z nich, nawet jeśli wydaje nam się błędna, jest ważną informacją o tym, jak postrzegają daną sprawę inni. Zdarza się, że na warsztat przychodzi rodzic i mówi, że brakuje mu zajęć tanecznych dla dzieci. My wiemy, że zajęcia takie się odbywają. Nie warto wytykać mu pomyłki, lepiej zastanowić się, dlaczego nie wie o interesujących go zajęciach. Z jakiegoś powodu (ale przecież nie ze złej woli) ta informacja do niego nie dotarła. Może gabłota z ogłoszeniami wisi w ustronnym miejscu, jest mało czytelna i stąd całe nieporozumienie. Dobrze jest notować takie rzeczy i wyciągać wnioski.

Celem warsztatu jest zaznajomienie się i poznanie zdania innych osób.

W trakcie spotkania powstanie, dzięki wspólnej pracy, mapa miejscowości, na którą będziemy mogli nanieść różne informacje dotyczące:

- potencjałów (np. mamy szkołę muzyczną, dużego przedsiębiorcę, dzikie lasy, jesteśmy w centrum dużego miasta, mamy wiele zdolnych senierek z Koła Gospodyń Wiejskich);
- zagrożeń i niebezpieczeństw (np. zamknięcie dużych zakładów – bezrobocie, osiedle bloków komunalnych, sklep monopolowy, przed którym stoją podejrzane typy, nieoznakowane przejście dla pieszych w pobliżu szkoły);
- występowania różnych grup społecznych (np. gdzie częściej spotykają się starsi ludzie, a gdzie młodzi rodzice, gdzie dzieci, gdzie urzędnicy, gdzie kupcy).

Mapa miejscowości z naniesionymi informacjami stanowi podstawę **wspólnej wiedzy**, która jest najważniejszym elementem działania w grupie.

Poza tym formuła warsztatu służy burzy mózgów – metodzie nieskrępowanego wymyślania, która bardzo sprzyja innowacyjnemu myśleniu.

Wszystko to razem pomoże sprecyzować pytania, na które odpowiedzi ma dostarczyć badanie lub pomoże nam wskazać obszar, którym należy się zająć.

## WSPÓLNA WIEDZA

Wspólna wiedza jest podstawą każdego wspólnego działania, nawet jeśli ma to być jedynie dyskusja. Musimy pamiętać, że każdy z nas jest inny, żyjemy odmiennym rytmem, mamy różne potrzeby i inaczej widzimy ten sam świat. Dlatego często możemy nie rozumieć nawet bliskich sąsiadów. Ich opinie wydają nam się absurdalne. Podobnie jednak rzecz wygląda z ich strony – zapewne i oni mają potrzeby, które sprawiają, że to właśnie nasze poglądy w ich oczach uchodzą za dziwaczne. Ważne jest wzajemne poznanie swoich potrzeb i dokładanie wszelkich starań do zrozumienia cudzej perspektywy. Czasem więcej można zbudować na tak wypracowanym wspólnym gruncie, niż przekonując na siłę kogoś do naszego rozwiązania.

## JAK KROK PO KROKU ZORGANIZOWAĆ I PRZEPROWADZIĆ TAKI WARSZTAT:

### KROK 1 / ZAPROSZENIE UCZESTNIKÓW

Na warsztat warto zaprosić kilkanaście osób.

Wśród nich powinni znaleźć się:

**Pracownicy domu kultury** – w codziennej bieganiu jest zdecydowanie za mało czasu na spotkania i omawianie bieżących spraw oraz planów na przyszłość, a przecież wszyscy razem tworzą jedną instytucję. Dobrze, żeby od czasu do czasu mieli możliwość spotkania się i twórczego podyskutowania. Może się okazać, że są dla siebie inspiracją, źródłem wiedzy itd.

**Uczestnicy zajęć w domu kultury** – to przecież dla nich działamy! Warto poznać ich zdanie na różne tematy. Uczestnicy poproszeni o przyście poczuć się dodatkowo dowartościowani, uświadomić sobie, że ich zdanie się liczy i że mogą mieć wpływ na kształt instytucji. Wiadomo, że ludzie chętniej się angażują w te projekty, do których powstania się przystosowali, a nie w te, które są im oferowane z góry. Nie bójmy się zapraszać różne osoby – i młodych, i starszych, i muzyków, i artystów – każdy może mieć coś ciekawego do powiedzenia.

**Rodzice uczęszczających na zajęcia** – są przecież niezłymi ekspertami od dzieci! Nie zapominajmy też, że mogą widzieć drugą stronę

medalu, czyli wiedzieć, jak dom kultury odbierają same dzieci i młodzież, co o zajęciach mówią w domu itd. Poza tym warto zainteresować rodziców działaniami naszej instytucji – może sami do nas dołączyć!

**Mieszkańcy, którzy nie przychodzą do domu kultury** – jeśli ich zaprosimy, po pierwsze: zainteresujemy ich naszą działalnością (jeśli spotkanie się spodoba, zajrzą tu ponownie), po drugie: poznamy perspektywę osób, z którymi na co dzień w pracy się nie stykamy. Może nas to zaskoczyć. Może okazać się, że zwrócą uwagę na coś, na co sami byśmy nie wpadli!

**Lokalni liderzy** – formalni i nieformalni. Może to być zarówno prezes stowarzyszenia, jak i aktywny sąsiad, który zbiera podpisy w różnych sprawach. Ważne, by były to osoby aktywne, mogące pociągnąć za sobą innych, mające swoje zdanie.

**Lokalni pasjonaci** – mogą być w różnym wieku i zajmować się różnymi rzeczami (np. nastolatek, który założył zespół rockowy, może mieć coś ciekawego do powiedzenia o lokalnej scenie muzycznej i o swoich rówieśnikach).

**Przedstawiciele lokalnych instytucji i firm**, które mogą być partnerami przy różnych projektach (np. dyrektorka biblioteki, urzędnik z wydziału kultury, radni, nauczyciele z pobliskich szkół, właściciel niedalekiej drukarni lub piekarni).

Praca w tak zróżnicowanym gronie może być bardzo ciekawa. Mimo że będą to ludzie w różnym wieku i na różnych stanowiskach, warto zachęcić ich do wspólnej, otwartej rozmowy. Do każdego z nich dobrze jest zwrócić się osobiście – zadzwonić, wytłumaczyć w kilku słowach cel spotkania. Można też poprosić, by przyprowadzili znajomego – dzięki temu będą czuli się bezpieczniej, a my zyskamy dodatkowego uczestnika.

Pamiętajmy, żeby zapraszając, podać konkretną **datę, godzinę i miejsce**, a także, na wszelki wypadek, swój telefon lub **kontakt** do kogoś z domu kultury.

### KROK 2 / PRZYGOTOWANIE WARSZTATU

Przed przyjściem gości na warsztat, zadbajmy o przygotowanie sali – zrezygnujmy ze stołów, najlepiej będzie się rozmawiało, siedząc na krzesłach ustawionych w kręgu.

Zadbajmy, żeby jedna osoba z domu kultury (niekoniecznie dyrektor) poprowadziła spotkanie: przedstawiła się, pilnowała porządku dyskusji i podziękowała za przyście.

Pamiętajmy, że warsztat będzie trwał około 2-3 godziny. Trzeba

zapewnić uczestnikom napoje i ewentualnie coś do przegryzienia (w jednym z naszych domów kultury uczestnik przyniósł ciasto swojego wypieku).

### KROK 3 / POWITANIE UCZESTNIKÓW I PRZEDSTAWIENIE CELU SPOTKANIA (10-20 MIN)

Nawet jeśli znamy większość uczestników, zacznijmy od przedstawienia siebie i celu spotkania. Może to brzmieć na przykład tak:

*Dzień dobry, jak część z Was wie, nazywam się ..... i poprowadzę dzisiaj nasze spotkanie. Zdecydowaliśmy się na nie, bo jako dom kultury planujemy przeprowadzenie małej diagnozy społecznej, czyli prostego badania społecznego, które pozwoli nam odpowiedzieć na nurtujące nas pytania. Bez Was – mieszkańców okolicy – nasz obraz jest niepełny, dlatego bardzo dziękujemy, że przyszliście i zgodziliście się nam pomóc. Naszym celem dzisiaj będzie zrobienie kilku zadań grupowych, które przypominają raczej dobrą zabawę, a nie ciężką pracę, ale które pomogą nam w przygotowaniu badania.*

Następnie poproś o przedstawienie się innych:

*Ja już powiedziałam(em) kilka słów o sobie, a teraz chciałam(em) poprosić Was o przedstawienie się, żebyśmy wszyscy się lepiej poznali.*

Przy powitaniu można użyć prostych metod jako **rozgrzewki** – dzięki nim wszyscy się obudzą, rozluźnią i lepiej poznają. Prostim ćwiczeniem temu służącym jest poproszenie uczestników, by dobrali się w pary (najlepiej tak, żeby nie znali swojego partnera) i porozmawiali ze sobą przez 5 minut o tym, co robią, kim są, czym się interesują. Potem zadaniem każdego jest opowiedzenie o swoim partnerze, a nie o sobie samym.

### KROK 4 / ZADANIA WARSZTATOWE ZADANIE 1: MAPA OKOLICY (30 MIN)

Uczestników warsztatu należy podzielić na dwa zespoły (można to zrobić za pomocą odliczania do dwóch – tak, że pierwszy tworzą jedynki, a drugi dwójki). Obie grupy dostają wcześniej przygotowane szkicowe mapy okolicy narysowane na kalce technicznej (moż-

na ją kupić w sklepie z artykułami papierniczymi lub w sklepie dla architektów). Kalka powinna być duża (ok. 70x100 cm). Rysunek szkicowy najlepiej wykonać czarnym markerem.

**Grupa 1:** Zadaniem pierwszej grupy jest zrobienie mapy miejsc – na mapę miejscowości/okolicy nanosimy ważne punkty, istotne pod względem formalnym i nieformalnym (np. urząd, szkoła, plac zabaw, sklep, ale i „przed sklepem, gdzie pali się papierosy”, „ławeczka spotkań seniorów”).

**CEL:** Celem tej części zadania jest diagnoza i mapowanie zasobów okolicy.

**Grupa 2:** Druga grupa w tym samym czasie na innej kalce rysuje mapę społeczną. Najpierw należy zastanowić się, kto na interesującym nas terenie żyje, jakie grupy społeczne występują w naszej okolicy i jakie ważne osoby tu mieszkają lub działają. Warto spisać spostrzeżenia na kartce papieru – zrobić listę zarówno grup społecznych, jak i indywidualnych osób ważnych dla społeczności. Można przypisać im oznaczenia (np. kreseczkami zaznaczamy terytory, gdzie przebywają dzieci, kropeczkami – seniorzy itd.). Na koniec nanosimy ustalenia na mapę.

**CEL:** Celem tej części zadania jest mapowanie grup społecznych.

Następnie obie grupy prezentują wyniki swojej pracy. Na koniec można nałożyć jedną kalkę na drugą i zobaczyć, jak miejsca pokrywają się z grupami społecznymi.

**CEL:** Celem tej części jest zebranie wspólnej wiedzy wszystkich uczestników (patrz WSPÓLNA WIEDZA, s. 9).

### ZADANIE 2: „AMBASADORZY GRUP SPOŁECZNYCH” (30 MIN)

Każda z wyłonionych w poprzednim ćwiczeniu grup społecznych (np. seniorzy, młodzież gimnazjalna, łobuzy z bloków, matki z dziećmi itd.) dostaje swojego „ambasadora”, który ma odpowiedzieć na pytania: Kim jesteśmy? Czego nam brakuje? Co wiemy o domu kultury i co o nim myślimy?

Na przemyślenie odpowiedzi grupy dostają około 15 minut. Potem prezentują swoje refleksje, odgrywając rolę ambasadorów. Jest to rodzaj improwizacji.

**CEL:** Celem tego zadania jest wcielenie się w daną postać (obcą nam na co dzień) i przedstawienie tego, co może ona czuć i myśleć. Dzięki temu odgrywający rolę ambasadorów mogą poczuć na własnej skórze, jak to jest być kimś innym (np. nastolatek może zobaczyć, jak to jest być urzędnikiem, a młody instruktor – star-

szą panią). Ponadto uczestnicy odgrywają stereotypowe postacie, dzięki czemu natychmiast dostajemy wiele informacji o uprzedzeniach dotyczących domu kultury oraz funkcjonujących szablonach w myśleniu o naszej instytucji. Do takich informacji często trudno byłoby dojść w rozmowie (np. starsza osoba, zapytana o zdanie na temat domu kultury, może powiedzieć, że ocenia go wysoko, ale dopiero dzięki dramie i odegraniu roli starszka może wyjść na jaw, że nie zagląda ona do domu kultury, bo jest na wzgórzu, dokąd trudno jej się dostać).

Dwa wyżej opisane zadania: mapa i improwizacja są bardzo ważne i składają się na wersję minimum warsztatu. Jeśli mamy więcej czasu, możemy przeprowadzić jedno z zaproponowanych niżej zadań. Można je też potraktować jako inspiracje do warsztatów w mniejszym gronie, np. pracowników domu kultury.

### ZADANIE „PUZZLE Z TABLICY OGŁOSZEŃ” (20 MIN)

Ćwiczenie wymaga wcześniejszego przygotowania przez pracownika domu kultury karteczek z opisem wszystkich zajęć oferowanych przez naszą instytucję (po jednym na każdej kartce). Zadaniem grupy jest przyporządkowanie zajęć do wyłonionych podczas mapowania grup społecznych.

**CEL:** Dzięki temu zadaniu zidentyfikujemy luki w ofercie domu kultury – czarno na białym zobaczymy, dla kogo przygotowaliśmy zajęcia, a dla kogo nie. Dowiemy się na kim, na jakiej grupie społecznej możemy się oprzeć, ponieważ stanowi grono stałych bywalców naszej instytucji, a do kogo powinniśmy starać się dotrzeć, kogo zapraszać.

### ZADANIE „PLUSY I MINUSY DOMU KULTURY” (20 MIN)

Zadanie jest bardzo proste. Potrzebujemy dwóch dużych kartek typu flipchart. Na jednej na górze zaznaczamy duży znak **+**, a na drugiej **-**. Zadaniem grupy jest burza mózgów – każdy mówi bez ograniczeń, co mu przyjdzie do głowy na temat tego, co by umieścić po stronie plusów, a co po stronie minusów.

**CEL:** Dzięki temu zadaniu dostaniemy listę pozytywnych i negatywnych rzeczy. Zobaczymy, jakie są nasze mocne strony, a jakie słabe. Dowiemy się, jak nas postrzegają inni ludzie.

**UWAGA:** Może to być dla nas zaskakujące. Na przykład: bywa, że jesteśmy szczególnie dumni z zajęć plastycznych dla dzieci, a tu nagle okazuje się, że większość chce tańczyć, bo z naszej miejscowości pochodzi finalista „Tańca z gwiazdami” i taniec stał się modny. Na

liście minusów znajdzie się wtedy brak zajęć tanecznych, a dobrych zajęć plastycznym może nikt nie zauważyć.

**PAMIĘTAJMY:** Z ocenami nie można dyskutować. Jeśli chcemy zebrać naprawdę szczerze wypowiedzi i dostać pełen obraz domu kultury, musimy pozwolić ludziom mówić otwarcie i zamiast ich hamować stwierdzeniami typu: „Ależ takie zajęcia już są”, raczej zachęcać uwagami w rodzaju: „Nie bójcie się, mówcie szczerze, to jest burza mózgow, zapisujemy bez oceniania wszystko, jak leci”.

### ZADANIE SWOT (30 MIN)

Analiza SWOT dla domu kultury to bardziej wymagające zadanie. To metoda bardziej złożona niż lista plusów i minusów, bo wprowadzamy dodatkowe kryteria. Na dużej kartce (70 x 100 cm) rysujemy dwie linie krzyżujące się pośrodku, w efekcie otrzymamy cztery równej wielkości pola. Te pola to kolejno: mocne strony (*Strengths*), słabe strony (*Weaknesses*), szanse (*Opportunities*) i zagrożenia (*Threats*). Cała grupa proszona jest o wpisywanie w odpowiednie miejsca informacji o domu kultury. **PAMIĘTAJ:** Ludzie często myślą szanse z mocnymi stronami, a słabe strony z zagrożeniami. Najlepiej odróżnia je to, że na szanse i zagrożenia nie mamy wpływu, zależą od warunków zewnętrznych (np. decyzja urzędu o zwiększeniu dotacji jest szansą, a nie mocną stroną, ale już dobra komunikacja z urzędnikami i możliwość negocjacji dotacji jest właśnie mocną stroną domu kultury).

**CEL:** Analiza SWOT jest podstawą myślenia strategicznego. Z tej metody korzystają instytucje, planując swoje działania. Dużo materiałów i wskazówek dotyczących analizy SWOT można odnaleźć w internecie. Warto z nich skorzystać.

### KROK 5 / ZAKOŃCZENIE (30 MIN)

Na koniec warsztatu trzeba sformułować problem badawczy. Jest to trudne zadanie, a dodatkowo uczestnicy mogą być już zmęczeni. Poprzedza ją dyskusja w grupie. Dobrze, żeby zawiadywał nią moderator prowadzący warsztat. Warto wprowadzić zasadę mówienia pojedynczo, nieprzerywania sobie, nieoceniać siebie (np. niedozwolone jest mówienie: „głupio myślisz”, ale można powiedzieć: „mam inne zdanie na ten temat...”).

**CEL:** Celem dyskusji jest sformułowanie problemu, którym zajmemy się w diagnozie. Dobrze zacząć od przypomnienia w skrócie, co udało się nam ustalić na warsztacie, wybrania długiej, wstępnej listy zagadnień. Następnie wspólnie zastanawiamy się, które z nich są najważniejsze (pozostałe możemy dla ułatwienia wykreślać

flamastrem). Gdy zostaną nam trzy problemy, uznane za ważne i możliwe do rozwiązania, zastanówmy się, jakie są najbardziej realne (np. na co mamy fundusze). Po dokonaniu ostatecznego wyboru należy jeszcze dobrze postawić **PYTANIA BADAWCZE**.

Na przykład:  
**Problem badawczy:** Nieobecność rodziców w domu kultury.

**Pytania badawcze:** Dlaczego dorośli nie przychodzą do domu kultury? Co dom kultury mógłby zrobić, żeby ich zainteresować?

Po warsztacie i po przetrawieniu jego wyników, należy się zastanowić nad **wyborem metody**. W tym celu najlepiej przeczytać opisy metod zawarte w naszym podręczniku. Przy każdym znajdują się rekomendacje co do użycia konkretnej metody.

Powodzenia!

## Jak zarządzać realizacją badania?

Opisane tu metody są proste i łatwo je zrealizować, pracując w domu kultury. Jednak, jak każdy proces, i takie proste badanie nie zrobi się samo i musi mieć swojego koordynatora.

### KOORDYNATOR

Warto go wybrać już na samym początku. Koordynator nie jest kierownikiem, ale osobą odpowiedzialną za przebieg i organizację pracy. Do jego zadań należy m.in.:

- dopilnowanie wykonywania prac w ustalonych wcześniej terminach,
- kontaktowanie się ze wszystkimi osobami zaangażowanymi w badanie (np. z badaczami, z instruktorami, z uczestnikami, jeśli to konieczne),
- czuwanie nad tym, by organizacja spotkań przebiegała sprawnie (przewidywanie co na nich będzie potrzebne i przygotowanie tego, np. napoje, artykuły papieżnicze itd.).

### ZESPÓŁ

Następnym krokiem jest wybór zespołu. W zależności od metody będzie potrzebnych więcej lub mniej osób. Jak je wybrać? Mogą to być osoby związane luźno z domem kultury (obecne np. na warsztacie rozpoznawczym) i pracownicy. Pracownicy mogą mieć różny

stosunek do projektu. Części może zależeć na nim, bo będzie dotyczył grupy, z którą pracują, ale dla reszty może być obojętny. Jeszcze inaczej do badania będzie podchodził dyrektor, dla niego może ono mieć znaczenie strategiczne. Zawsze o przedsięwzięciu należy powiedzieć wszystkim i przy tej okazji omówić zaangażowanie poszczególnych osób. Zespół uformuje się naturalnie, bo zgłoszą się osoby zainteresowane.

Należy z nimi przedyskutować ich udział, uprzedzić o tym, ile czasu będzie na to potrzebne, czego od nich oczekujemy, wysłuchać – może będą mieli sami swoje sugestie i propozycje! Warto je uwzględnić.

Podstawą udanej pracy zespołowej jest jednakowe traktowanie wszystkich, umiejętność rozmowy, przestrzeganie reguły, że każdy ma prawo się wypowiedzieć.

### HARMONOGRAM

W planowaniu pracy niewątpliwie jest ustalenie harmonogramu. Ma on to do siebie, że nie zawsze się sprawdza, ale tak czy inaczej trzeba go mieć! Dobrze jest ułożyć go wspólnie, biorąc pod uwagę możliwości czasowe wszystkich zaangażowanych. Następnie warto go spisać na dużej kartce lub nanieść na ścienny kalendarz i powiesić w widocznym, dostępnym dla każdego miejscu. Dzięki temu będziemy mieli zawsze przed oczami, ile czasu zostało na nasze działania.

# Metody badawczo-animacyjne

Jeśli **wiemy już, co chcemy badać**, mamy postawione **pytania badawcze**, na które będziemy szukać odpowiedzi, najwyższy czas na wybranie właściwej metody. Metody opracowane są we współpracy z animatorami i instruktorami z domów kultury tak, żeby jak najlepiej pasowały do ich trybu pracy. Są to metody ułatwiające diagnozowanie lokalnej społeczności. Dodatkowo są tak pomyślane, żeby nie obciążały za bardzo instruktorów i innych pracowników domu kultury.

Każda metoda opisana jest w podobny sposób:

### Warsztat filmowy

**TRUDNOŚĆ** ██████████

**CO TO JEST?**  
Warsztat filmowy możemy wykorzystać jako pretekst do nakręcenia filmu-reportaży na zadany temat.

**KIEDY UŻYĆ?**  
Warsztat filmowy możemy wykorzystać pod warunkiem, że mamy zaplecze i instruktora, który się zna na montowaniu filmów. Jest to dobra metoda do badania stref słabo rozpoznanych. Pozwala eksplorować nieznaną obszar i często dopiero ona dostarcza wiedzy, dzięki której można postawić konkretne pytanie badawcze.

**JAK TO SIĘ ROBI?**  
Warsztat filmowy jest dość wymagającą metodą – potrzebne są zarówno spotkania grupowe, jak i czas na samodzielną pracę.

**KROK 1 / POCZĄTEK**  
Zacząć należy od stworzenia zespołu, który zrealizuje film. Pamiętajmy, żeby w grupie był koordynator – organizujący pracę oraz reżyser – osoba odpowiedzialna za wizję filmu. Wspólnie należy ustalić temat i to, na czym się będziemy skupiać. Realizując potem materiał, trzeba pamiętać o tych założeniach – może się okazać, że interesują nas tylko niektóre rzeczy, ale czy mieszczą się one w naszej koncepcji?

**PRZED ROZPOCZĘCIEM** powinien powstać scenariusz. Zanim zabierzemy się do pracy, warto zrobić warsztat praktyczny i krótkie ćwiczenie pozwalające oswoić się ze sprzętem, zasadami działania kamery. Może to być pięciominutowe nagranie – przedstawianie się członków zespołu. Każdy z uczestników raz pełni rolę operatora-realizatora, a raz rolę bohatera. Dobrze, żeby zespół poczuł, jak to jest stać z jednej i drugiej strony kamery i wspólnie ominił doświadczenia.

**KROK 2 / REALIZACJA**  
Robienie filmu polega na pracy grupowej i współpracy z ludźmi – zarówno osobami z zespołu, jak i filmowanymi.

**KROK 3 / ANALIZA WYNIKÓW, CZYLI OBRÓBKĄ MATERIAŁU**  
Trzeba na to poświęcić drugie tyle czasu, co na nakręcenie materiału. Na tym etapie ważne jest wspólne oglądanie nagranych scen, omawianie tego, co się udało uchwycić, a czego brakuje. Analiza wykonana w zespole pomoże wyłonić wizję tego, jak należy zmontować film. Montaż wykonuje jedna osoba, ale reszta może jej pomagać (trzeba tylko uważać, żeby pomagać nie zamiast siebie w przeszkadzaniu). Gdy pojawiają się wątpliwości, decydujący głos ma reżyser.

**KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW**  
Ostatnim etapem pracy jest oczywiście pokaz filmu. Możemy go zorganizować albo w bardziej kameralnym gronie, albo na większą skalę, np. w sali kinowej domu kultury. Tak czy inaczej dobrze jest znaleźć czas na próbę techniczną – sprawdzić czy działa dźwięk, czy mamy dobrą wizję (obraz).

Jeśli ograniczamy się do kameralnego pokazu – warto poprosić widzów o zostanie chwilę dłużej na dyskusję o filmie. Zastanówmy się wspólnie, czego chcieliśmy się dowiedzieć, co nas zaskoczyło, jak te informacje mogą być pomocne w pracy domu kultury?

**CO CZAS:**  
• MINIMUM 2-3 TYGODNIE

**LICZBA OSÓB:**  
• BADACZY: KILKUSOBOWY ZESPÓŁ, W TYM REŻYSER I KOORDYNATOR PRACY  
• BADANYCH: DOWOLNA LICZBA

**WIEK BADANYCH:**  
• OD 15 LAT WZWYŻ

**DODATKOWE KOMPETENCJE:**  
• PODSTAWOWE UMIEJĘTNOŚCI OBSŁUGI KAMERY I PROGRAMU KOMPUTEROWEGO DO MONTOWANIA FILMU

**MINIUM:**  
• ZROBIENIE FILMU, NIMET KRÓTKIEGO, WYMAGA ZAANGAŻOWANIA BADACZY I PEWNEJ DISCYPLINY (WARTO POMYSLEĆ O REŻYSERZE, KTÓRY BĘDZIE ODPOWIEDZIALNY ZA CAŁOŚĆ)  
• KAMERA MOŻE NIEKTÓRYCH ONESAMELAC – ZARÓWNO STAJĄCYCH ZA NIA, JAK I PRZED NIA, WARTO POŚWIĘCIĆ CZAS, BY SIĘ Z NIA OSWOIĆ

**CO BĘDZIE POTRZEBNE:**  
• KAMERA  
• STYTYW  
• KOMPUTER  
• PROGRAM DO MONTOWANIA FILMÓW (FINAL CUT, AVID, PINALCE)  
• KASETY MINIDVD  
• MIKROFON  
• KABEL XRL (DZWIĘKOWY)  
• SŁUCHAWKI  
• DISKI ZWIĘTRZNE  
• KABEL FIRE WIRE

**PLUSY:**  
• TWORZENIE FILMU TO ATRAKCYJNA FORMA PRACY DLA MŁODYCH (ZAPRASZAJĄC MŁODZIEŻ, MOŻNA UŻYĆ RÓŻNYCH ARGUMENTÓW: OBIECAĆ, ŻE BĘDĄ WYMENOWANI JAKI AUTORZY FILMU, ŻE PODSKOPIA SIĘ W ICH MONTOWANIU, MOŻNA TEŻ POWIEDZIEĆ, ŻE BĘDĄ MOGLI WYPISAĆ DO CV UZIAŁA W TAKIM WARSZTACIE)  
• METODA ZAPENIA ATRAKCYJNY SPOŚÓB PRZEDSTAWIANIA WYNIKÓW – FILM BARDZO LATWO SIĘ OGLĄDA, PRZYSWOIENIE TREŚCI NIE WYMAGA DUŻEGO POŚWIĘCENIA, A JEDNOCZESNIE SĄ ONE LEPZEJ ZAPAMIĘTYWANE  
• WARSZTAT FILMOWY TO MOŻLIWOŚĆ PRZEKAZANIA NIE TYLKO WYPOWIEDZI LUDZI, ALE I ZAPRZEŻYTOŚCI OBSERWACJI – POKAZANIE, JAK WYGLĄDAŁA PEWNE MIEJSCE CZY SYTUACJE  
• BADANY NIE MA WRAŻENIA, ŻE BIERZE UDZIAŁ W NUDNYM BADANIU

14

15



# Plastyczny kolaż

TRUDNOŚĆ



## CZAS:

- 2-3 GODZ. (JEDNE ZAJĘCIA PLUS CZAS NA PRZEMYŚLENIE WYNIKÓW)

## DODATKOWE KOMPETENCJE:

- DOBRY KONTAKT Z LUDŹMI (SZCZEGÓLNIEM DZIEĆMI)



## MINUSY:

- ŹRÓDŁEM WIEDZY SĄ SAMI UCZESTNICY, KONIECZNE BYWA SZUKANIE INFORMACJI W ZEWNĘTRZNYCH ŹRÓDŁACH, METODA WYMAGA DODATKOWEJ INSTRUKCJI
- NIE NADAJE SIĘ DO KAŻDEGO TEMATU, TRZEBA ZAWSZE ZASTANOWIĆ SIĘ, CZY ŁĄCZENIE PERSPEKTYW UCZESTNIKÓW DA NAM NOWĄ WARTOŚĆ/WIEDZĘ



## CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- MATERIAŁY PLASTYCZNE I PAPIERNICZE W ZALEŻNOŚCI OD WARIANTU



## LICZBA OSÓB:

- BADACZY: 1 OSOBA
- BADANYCH: GRUPA DO 20 OSÓB



## PLUSY:

- METODA WYKORZYSTUJE WYOBRAŹNIĘ, OPIERA SIĘ NA PRACY ARTYSTYCZNEJ
- ETAP ŁĄCZENIA FRAGMENTÓW KOLAŻU POZWALA UZYSKAĆ WIELE NOWYCH INFORMACJI, GENERUJE DUŻY ZASÓB WIEDZY
- METODA MA ZALETY WARSZTATU WYDOBYWCZEGO – ODKRYWA PODEJŚCIE, UCZUCIA, STEREOTYPY W MYŚLENIU OSÓB BADANYCH, PUNKTY WIDZENIA SPRAWY ZWYKLE TRUDNO UCHWYTNE
- EFEKT KOŃCOWY JEST ZASKAKUJĄCY I POD WZGLĘDEM ARTYSTYCZNYM, I BADAWCZYM
- METODA NIE MUSI BYĆ CZASOCHŁONNA
- MOŻE ZBLIŻAĆ DO SIEBIE GRUPY, KTÓRE DOTĄD NIE WSPÓŁPRACOWAŁY

## WIEK BADANYCH:

- DOWOLNY

## CO TO JEST?

Metoda realizowana w grupie, oparta na dowolnej technice plastycznej.

Najważniejszą jej cechą jest połączenie pracy indywidualnej i zbiorowej w taki sposób, że z oddzielnych prac i obserwacji w wyniku wspólnej pracy i uzgodnień powstaje jedna instalacja.

## KIEDY UŻYĆ?

Dzięki kolażowi można:

- odtworzyć wizerunek miejsc, grup społecznych, jak również przedstawienie do nich (tematem może być też sam dom kultury),
- wydobyć skojarzenia, doświadczenia uczestników badania,
- zobaczyć relacje między różnymi aspektami danej kwestii.

## JAK TO SIĘ ROBI?

Prace nad kolażem może realizować grupa zajęciowa z domu kultury, ale ciekawe efekty daje zaproszenie do niej mieszkańców zwykle nieuczestniczących w zajęciach albo przedstawicieli grupy, którą interesuje dom kultury (np. osoby niepełnosprawne).

Jeśli grupa jest duża albo wewnętrznie różnorodna, można tworzyć dwa, trzy kolaże równocześnie, a potem je zestawić i zastanowić się nad przyczynami różnic (np. dzieci malują swoje ulubione miejsca w miasteczku, ich rodzice swoje, a dziadkowie swoje, dzięki podziałowi możemy łatwo zobaczyć, jak odmienne jest postrzeganie tej samej okolicy w zależności od wieku).

Jeśli pracujemy nie na zajęciach w domu kultury z grupą, która zwykle w domu kultury się nie pojawia, trzeba najpierw poświęcić trochę czasu na przedstawienie się (każdy powinien powiedzieć kilka słów o sobie) oraz wyjaśnienie celu spotkania (ludzie mają większą motywację do pracy, gdy wiedzą, czemu ona służy).

## KROK 1 / PRACA INDYWIDUALNA

Na pierwszym etapie uczestnicy pracują samodzielnie nad przedstawieniem jakiegoś elementu badanej kwestii. Każdy dostaje kartkę papieru, kredki, farby, flamastry, wycinki gazet, plastelinę, nożyczki i inne przybory niezbędne do pracy.

## KROK 2 / ŁĄCZENIE PRAC

Kolejnym etapem jest wspólne ustalenie zasad łączenia efektów indywidualnej pracy w jedną całość. Warto zastanowić się, jak będziemy pokazywać elementy, które uznamy za najważniejsze czy występujące najczęściej (możemy je umieścić w środku, na górze, obrysować innym kolorem albo zwielokrotnić) oraz gdzie umieścić takie, co do których nie ma zgody albo są mniej ważne (z boku, na samym dole). Trzeba przy tym brać pod uwagę relacje, w jakiej pozostają poszczególne elementy. Należy pokazać/połączyć te rzeczy, które się w rzeczywistości łączą i takie, które się nie spotykają, są od siebie odległe, nie wpływają na siebie.

## KROK 3 / TWORZENIE INSTALACJI

Kluczowym elementem tej metody jest ostatni etap pracy, czyli zestawienie subiektywnych prac indywidualnych w jedną instalację, która ma jak najwierniej odzwierciedlić badane zagadnienie. Wymaga to od grupy uzgodnienia swoich wizji, negocjowania ostatecznego kształtu obrazu i skupienia na relacjach pomiędzy elementami (pamiętajmy, że ludzie często przywiązują się do wytworów własnej pracy i niechętnie się ich wyrzekają, dlatego ważne jest, żeby od początku wiedzieli, co się z nimi stanie). Etap łączenia powinien być moderowany przez doświadczonego instruktora, może on odwzorować wnioski we wspólny obraz, na którym będzie je widać (np. naprowadzi, jak pokazać, że najważniejszym miejscem dla małych dzieci jest fragment parku). Ważne, żeby na tym etapie obecni byli autorzy wszystkich części. Efektem końcowym badania jest kolaż, który może obrazowo pokazać wspólną wizję badanej kwestii.

## KROK 4 / ANALIZA WYNIKÓW

Analiza kolażu jest raczej intuicyjna. Na przykład najważniejsze rzeczy znajdują się w centrum, po bokach umieszczane są te mniej

istotne lub takie, co do których nie wszyscy są jednomyślni. Prace analizujemy zgodnie z zasadami, które wypracowaliśmy.

## KROK 5 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Warto zadbać o to, by kolaż wisiał w widocznym miejscu, można wyeksponować go podczas lokalnego wydarzenia - święta lub festynu (patrz też JAK PRZEDSTAWIAĆ WYNIKI?, s. 50).

### OGRANICZENIA – NA CO UWAGAĆ?

- Trzeba starannie wybrać temat! Nieciekawy nie zaintryguje uczestników, będzie złą motywacją do działania.
- Dodatkowo trzeba dobrze postawić pytanie – nie pytamy o fakty (ile jest sklepów w okolicy albo w jakich miejscach byłeś na wakacjach), ale o postrzeganie pewnych kwestii, wrażenia i opinie. Jeśli zapytamy o fakty, to najprawdopodobniej nic nam nie da budowanie całości z poszczególnych elementów. Łączenie jest sensowne tylko, jeśli istnieją różnice i są one wyrazem subiektywnego postrzegania.
- Trzeba od początku informować uczestników, że ich praca kończy się dopiero po etapie połączenia rysunków i że mają pracować nad aspektem tematu, a nie tworzyć skończone wizje.
- Artyści-amatorzy są indywidualistami – zachęćmy ich do wspólnej pracy.

### EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Ponieważ metoda wymaga negocjowania ostatecznego kształtu kolażu i dyskusji uczestników, naturalnie prowadzi do uzgodnienia wiedzy (patrz WSPÓLNA WIEDZA, s. 9).

Pozwala uczestnikom poznać perspektywę innych osób, ale daje też możliwość nauczenia się czegoś od siebie nawzajem (szczegół-

nie, gdy pracują dwie różne grupy nad tym samym tematem).

Za jej pomocą możemy badać miejsca i to, jak są widziane, oceniane, użytkowane zarówno przez poszczególnych uczestników, jak i grupy społeczne. Metoda bardziej wydobywa wiedzę, którą pracująca grupa już ma, niż zmusza do szukania wiedzy w innych źródłach, choć można też zadać każdemu uczestnikowi wcześniejsze przygotowanie się (np. ustalenie, co dziadkowie badanych najlepiej pamiętają z lat 60.).

### WARIANTY

W metodzie można zastosować różne techniki plastyczne.

Bardzo pasującą i nie wymagającą szczególnych plastycznych zdolności jest klasyczny kolaż, czyli wydzieranie, wycinanie fragmentów z gazet i z nich komponowanie obrazów.

Możliwym wariantem metody jest wersja kilkutygodniowa. Dzięki temu można poświęcić jedno zajęcia na pracę indywidualną, a kolejne na ich sensowne połączenie (tu najważniejsze jest ułożenie poszczególnych elementów, namysł, co ma być w środku, co na peryferiach kolażu, co musi się powtarzać, a co znaleźć w centrum jako wspólny trzon). Możemy też pracę indywidualną zadać kilku grupom, a potem na jednych, wspólnych zajęciach, w większym gronie je łączyć. Ze względów logistycznych wieńczący warsztat musi się wtedy bardziej skupić na koncepcji łączenia wspólnego obrazu/obrazów niż na samym łączeniu (dużo osób nie może jednocześnie pracować nad jednym dziełem).

## PRZYKŁAD Z MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W JÓZEFOWIE

W domu kultury w Józefowie uznano, że ciekawe będzie ustalenie, jak postrzegane jest miasto przez osoby, które nie mieszkają w nim długo. W toku przygotowań do pracy pomyśleliśmy, że taką grupą są przecież dzieci – nie znają historii Józefowa, nie zwracają uwagi na oczywiste elementy, tylko korzystają z miasta na swój własny sposób. Na warsztacie pracowały dwie grupy, jedna składała się z dzieci, druga z ich rodziców. Na początku każdy uczestnik miał namalować na swojej części pianki to, z czego – jego zdaniem – składa się Józefów. Pianki miały kształty puzzli, które potem łatwo było połączyć w jedną całość. Instalacja dzieci i instalacja rodziców były zupełnie różne i składały się z kompletnie innych elementów, co było ciekawym materiałem do interpretacji.



# Wiszące pytanie

TRUDNOŚĆ 

## DODATKOWE KOMPETENCJE:

- DO WYKONANIA TEJ METODY NIE POTRZEBA ŻADNYCH SZCZEGÓLNYCH KOMPETENCJI

## CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- SZPULKA SZNURKA (CO NAJMNIEJ 20 M, DOBRZE SIĘ SPRAWDZA ZWYKŁY, SZARY, SZNUREK JUTOWY, JEST TANI, MOCNY I DOBRZE WYGLĄDA)
- KLAMERKI DO BIELIZNY (CO NAJMNIEJ 30 SZT.)
- BRYSTOL LUB TWARDY KARTON
- NOŻYCZKI
- OŁÓWKI
- KOLOROWE FLAMASTRY
- CUKIERKI LUB BALONIKI (JEŚLI JEST TAKA MOŻLIWOŚĆ – NAPEŁNIONE HELEM)
- IMPREZA, ZAJĘCIA LUB INNE WYDARZENIE, KTÓRE GROMADZI WIELE OSÓB

## LICZBA OSÓB:

- BADACZY: WYSTARCZA 2 OSOBY
- BADANYCH: DOWOLNA LICZBA

## WIEK BADANYCH:

- OD 7 LAT

## CZAS:

- 4 GODZ.

## PLUSY:

- KRÓTKI CZAS REALIZACJI
- MOŻEMY SZYBKO ZAPYTAĆ O ZDANIE WIELE OSÓB.
- ATRAKCYJNA FORMA – LUDZIE MAJĄ FRAJDĘ Z PRZYPINANIA KARTONIKÓW DO SZNURKÓW, MOGĄ TO TEŻ ROBIĆ ZA NICH DZIECI
- ANALIZA WYNIKÓW JEST BARDZO ŁATWA

## MINUSY:

- OTRZYMUJEMY BARDZO PROSTE ODPOWIEDZI. W TRAKCIE ZABAWY MOŻE BYĆ TRUDNO DOPYTAĆ O SZCZEGÓŁY, DŁUŻEJ POROZMAWIAĆ
- FORMA ZABAWY NIE ZMUSZA DO TWÓRCZEGO MYŚLENIA, ODPOWIEDZI MOGĄ WIĘC BYĆ NIECO POWIERZCHOWNE
- PRZED IMPREZĄ TRZEBA SIĘ TROCHĘ NAMĘCZYĆ, WYCINAJĄC KARTONIKI ODPOWIEDNICH KSZTAŁTÓW

## CO TO JEST?

Przy okazji dużego wydarzenia w domu kultury zadajemy uczestnikom proste pytanie. Badani piszą odpowiedzi na kartonikach wyciętych w fantazyjne kształty i wieszają je na sznurkach do bielizny. Powstaje niecodzienna galeria, którą mogą wszyscy obejrzeć.

## KIEDY UŻYĆ?

Gdy chcemy uzyskać informacje o preferencjach większej liczby osób, zadając jedno proste pytanie, np: Jaki zespół chcielibyście usłyszeć na festynie? Kiedy zrobić imprezę? Z czym kojarzy Ci się dom kultury? Co lubisz robić w wolnym czasie? Co chciałbyś robić w domu kultury?

## JAK TO SIĘ ROBI?

### KROK 1

Zaczynamy od znalezienia wydarzenia w domu kultury, które gromadzi wiele osób (np. impreza plenerowa, festyn, koncert, spotkanie z ciekawą osobą, otwarte warsztaty, pokaz filmu). Powinna to być okazja, która zgromadzi osoby nas interesujące. Innymi słowy, jeśli chcemy zadać pytanie młodym rodzicom, może to być spotkanie klubiku dziecięcego. Najlepiej by było to takie wydarzenie, które przyciągnie osoby rzadko odwiedzające dom kultury. Możemy zaprosić do „wiszącego pytania” ludzi wychodzących z koncertu, ale lepszy efekt osiągniemy, jeśli zabawa będzie towarzyszyć jakiemuś wydarzeniu przez cały czas jego trwania – pozwoli nam to zaprosić do niej więcej osób.

### KROK 2 / PRZYGOTOWANIE

Przed zabawą potrzebujemy ok. 2 godz. na przygotowania. Szukamy miejsca, w którym możemy rozwiesić sznurek (np. przedsiónek,

korytarz, latem może to być parkan przed domem kultury). Wybieramy takie, obok którego będą często przechodzić ludzie. Sznurki można rozpiąć pomiędzy dwoma sztalugami, wieszakami lub filarami. Dobrze jest sprawdzić, czy konstrukcja jest stabilna, nie chcemy, żeby się wywróciła w trakcie zabawy. Na koniec przypinamy klamerki do bielizny.

Wycinamy kartoniki, w kształcie, który nawiązuje do zadanego przez nas pytania. Jeśli ciekawi nas, jaki zespół byłby dobrze widziany na festynie, kartoniki mogą być w kształcie gitary albo nutki. Jeśli interesuje nas, co ludzie chcieliby robić w domu kultury – mogą być w kształcie żarówki. Warto przygotować szablon z kształtem i odrysować go na brystolu od razu w kilkudziesięciu kopiach. UWAGA! Wycinanie kartoników jest czasochłonne. Trzeba zabrać się za to odpowiednio wcześniej. Na kartonikach odwiedzający dom kultury będą mogli zapisać swoją odpowiedź.

Na sznurku wieszamy duży szablon z dużym pytaniem napisanym drukowanymi literami. Obok przypinamy kilka przykładowych odpowiedzi na zachętę i dla inspiracji oraz kilka pustych kartoników czekających na wypełnienie. Resztę kartoników kładziemy w widocznym miejscu razem z flamastrami. Obok stawiamy cukierki lub baloniki – są dobrą metodą namówienia do udziału w naszym badaniu i świetnym sposobem nagrodzenia twórczej pracy. Jesteśmy gotowi do zabawy.

### KROK 3 / REALIZACJA

O powodzeniu decyduje sposób prowadzenia zabawy. Animator musi być bardzo aktywny – rozdaje kartoniki, zachęca do wzięcia udziału, tłumaczy zasady, pomaga w wypełnianiu kartoników, zadaje pomocnicze pytania i odpowiada na wątpliwości. Samo zadanie pytania, przygotowanie sznurka i kartoników nie wystarczy!

### KROK 4 / ANALIZA WYNIKÓW

Po zakończeniu badania i zebraniu kartoników warto napisać krótkie podsumowanie. Dzięki temu osoby, których nie było w trakcie zabawy, będą mogły szybko zorientować się, czego się dowiedzieliśmy. W podsumowaniu spisujemy treść wszystkich kartoników, porządkujemy je w kategorie, liczymy, ile było odpowiedzi w sumie i ile było odpowiedzi każdego rodzaju.

Piszemy też, co naszym zdaniem wynika z tego dla domu kultury.

## KROK 5 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

W tej metodzie wystarczy zostawić na kilka dni wystawę stworzoną z wiszących na sznurkach pytań i odpowiedzi.

### OGRANICZENIA – NA CO UWAŻAĆ?

- Pytanie powinno być bardzo proste. Skomplikowane lub źle sformułowane zniechęca do zabawy, utrudnia zaproszenie i wyjaśnienie zasad. Niektóre pytania są zbyt trudne, złożone, by można je było zadać w ramach tej metody.
- W trakcie wydarzenia możemy zadać tylko jedno pytanie. Jeśli zadamy dwa, połowa uczestników odpowie na jedno, a druga połowa na drugie i trudno nam będzie wysnuć wnioski. Więcej pytań sprawia, że trudniej jest wyjaśnić zasady zabawy.

### EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Otrzymamy dużo prostych odpowiedzi na nasze proste pytanie. Dowiemy się, jakie odpowiedzi padają często, a jakie rzadko. Z pewnością znajdzie się wśród nich kilka, które będą dla nas inspirujące.

### WARIANTY

Odmianą tej metody może być zabawa z użyciem dużych puzzli wyciętych z białego kartonu. Każdy dostaje swój kawałek i może go dowolnie wypełnić (jeśli pracujemy z dziećmi, mogą to być też rysunki, dorosłych prosimy o napisanie odpowiedzi). Gdy puzzle są już gotowe, składamy je w całość i wspólnie oglądamy, co nam wyszło).

Istnieje też bardziej skomplikowana odmiana tej metody, która pozwala na zrozumienie złożonej kwestii, a nie tylko na zdobycie

prostych odpowiedzi. Jeśli ciekawia nas przyczyny pewnego stanu rzeczy (np. dlaczego rodzice nie przychodzą na zajęcia do domu kultury), możemy zaproponować dzieciom i rodzicom wspólną zabawę. Na zajęciach plastycznych każde dziecko otrzymuje zestaw trzech kartoników. Dostaje też szablon: chmurkę, kluczyk i kłódkę, przygotowane wcześniej przez animatora. Odrysowuje na czystych kartonach kształt szablonu i wycina według wzoru. Potem może kartony dowolnie pokolorować i ozdobić. Zadaniem dziecka jest zrobić miniankię z rodzicem w taki sposób, żeby w chmurce napisał, co by chciał robić w domu kultury, na jakie zajęcia, imprezy chętnie by przychodził; w kłódce wyjaśnia, co mu w tym przeszkadza, a w kluczyku – co mogłoby mu pomóc rozwiązać ten problem.

Odpowiedzi bywają zaskakujące. Z tak wypełnionych kartoników można zrobić miniwystawę w domu kultury – dobrze, żeby każdy pracownik mógł się zapoznać z odpowiedziami. Pozwoli to całemu zespołowi na lepsze zrozumienie sytuacji rodziców.

Analogicznie metodę można zastosować w wypadku innych grup, np. starszych osób. Dzieci mogą pytać o zdanie wtedy swoich dziadków.

### PRZYKŁAD Z DOMU

#### KULTURY „ŚWIT”

W Domu Kultury „Świt” zamierzaliśmy dowiedzieć się, w jaki sposób rodzice małych dzieci chcieliby spędzać z nimi czas w tej instytucji. Dorosli przychodzą tu z dziećmi oglądać filmy w Kinie Małego Widza. Po projekcji wielu z nich zostaje na krótkich warsztatach plastycznych, na których mali widzowie przygotowują prace związane z tematem filmu. Tego dnia dzieci robiły kukiełki czarodziejek. Obok stołów, przy których pracowały, rozstawiliśmy wcześniej dwie sztalugi i rozpięliśmy między nimi sznurek z klamerkami. Na sznurku zawisła duża żarówka z kartonu z pytaniem: „Co chciał(a)byś robić w »Świecie«?”. Gdy dzieci zajęte były kukiełkami, podchodziliśmy do rodziców i prosiliśmy, żeby odpowiedzieli na nasze pytanie. Każdy otrzymywał wyciętą z kartonu żarówkę i miał na niej wpisać swój pomysł dla „Świtu”. Rozpięty między sztalugami sznurek z klamerkami był dość intrygujący – wiele osób podchodziło, żeby dowiedzieć się, o co chodzi. Prawie wszyscy rodzice podzielili się z nami swoimi pomysłami.

# Ankieta rysunkowa

TRUDNOŚĆ 

- ⌚ CZAS:**
- REALIZACJA – DO 2 GODZ.,
  - ANALIZA WYNIKÓW – OK. 1 GODZ.

- DODATKOWE KOMPETENCJE:**
- PROWADZĄCY POWINIEN MIEĆ UMIEJĘTNOŚĆ ROZMAWIANIA Z DZIEĆMI I SŁUCHANIA ICH

- ⊖ MINUSY:**
- MAŁA RZETELNOŚĆ METODY – DOSTAJEMY INFORMACJE ZA POŚREDNICTWEM DZIECI. W METODZIE CHODZI RACZEJ O ZAINTERESOWANIE RODZICÓW I ZAANGAŻOWANIE ICH WE WSPÓLNE DZIAŁANIE NIŻ ANALIZĘ OTRZYMANYCH WYNIKÓW

- + PLUSY:**
- NIEWIELKIE DODATKOWE ZAANGAŻOWANIE: OPIERAMY SIĘ NA ZAJĘCIACH, KTÓRE I TAK SIĘ ODBYWAJĄ ORAZ DZIECIACH, KTÓRE PRZYCHODZĄ DO DOMU KULTURY
  - POMYSŁ NA NIECO ODMIENNE ZAGOSPODAROWANIE ZAJĘĆ PLASTYCZNYCH
  - INTEGRACJA DZIECI I RODZICÓW

- 👤 LICZBA OSÓB:**
- BADACZY: 1 OSOBA
  - BADANYCH: GRUPA DO 20 DZIECI

- WIEK BADANYCH:**
- DOROŚLI, EWENTUALNIE SENIORZY ZA POŚREDNICTWEM DZIECI POWYŻEJ SZÓSTEGO ROKU ŻYCIA

- ✂ CO BĘDZIE POTRZEBNE:**
- MATERIAŁY PAPIERNICZE I PLASTYCZNE W ZALEŻNOŚCI OD TECHNIKI

## CO TO JEST?

Dzieci wcielają się w badaczy, których zadaniem jest przeprowadzenie miniwywiadu (np. z własnymi rodzicami). Następnie opowiadają o tym i wspólnie dyskutują o wynikach badania. Na koniec powstaje „kolorowy raport”. Dodatkową zaletą metody jest fakt, że zachęca ona dzieci do zainteresowania się rodzicami i sprzyja wspólnej rozmowie.

## KIEDY UŻYĆ?

Rysunkową ankietę możemy wykorzystać, jeśli chcemy lepiej poznać grupę rodziców lub na przykład dziadków dzieci przychodzących do domu kultury. Dzieci mają niesamowitą wyobraźnię i ciekawy punkt widzenia – często postrzegają rzeczy inaczej niż dorośli. Mogą być dobrymi pośrednikami między domem kultury a rodzicami czy dziadkami – grupami potencjalnie ważnymi dla instytucji.

Oto kilka przykładowych pytań, które mogą być interesujące dla domu kultury:

- Jakie są porzucone pasje rodziców? Jakie mieli hobby, gdy byli mali?
- Jakie są obecne zainteresowania rodziców?
- Jakie wydarzenie kulturalne z zeszłego roku było dla nich najbardziej interesujące? (w ten sposób możemy dowiedzieć się czegoś o ich potrzebach kulturalnych)
- Czy są jakieś zajęcia, które mogłyby zainteresować rodziców w domu kultury?

Warto jednak w zależności od potrzeb naszej instytucji oraz sytuacji zastanowić się i nad innymi pytaniami.

## JAK TO SIĘ ROBI?

Metodę można przeprowadzić na zajęciach plastycznych dla dzieci.

### KROK 1 / ZADANIE TEMATU

Na zajęciach poprzedzających właściwą pracę zadajemy temat, np. „Co nasi rodzice lubią robić w wolnym czasie?” lub „Jakie pasje mieli rodzice, gdy byli młodszy?” (lub jeszcze inaczej sformułowany temat – w zależności od tego, na jakiej informacji nam zależy). Zadaniem dzieci jest porozmawianie z dorosłymi. Warto je zachęcać, aby nie tylko próbowały dowiedzieć się „co”, ale też „dlaczego”. Często dopiero znajomość odpowiedzi na to drugie pytanie pozwala właściwie zrozumieć informacje, które pozyskaliśmy (np. ktoś może na pierwsze pytanie odpowiedzieć, że lubi chodzić na koncerty, ale dopiero pytanie „dlaczego” pozwoli mu wyjaśnić, że tak naprawdę chciałby się uczyć gry na harmonijce ustnej – wtedy dowiadujemy się, że pochodną zainteresowania koncertami może być chęć nauki gry na instrumencie).

### KROK 2 / TWORZENIE PRAC

Kolejne zajęcia dobrze jest zacząć od rozmowy z dziećmi, podczas której można wspólnie zastanowić się, co i jak da się przedstawić na papierze. Zadaniem dzieci jest namalować lub narysować (w dowolnej lub zadanej technice) wyniki rozmów.

### KROK 3 / ANALIZA WYNIKÓW

Część pracy dzieci wykonują same, ale musimy pamiętać, że po zebraniu rysunków musimy je sami przeanalizować. Należy spisać wszystkie swoje uwagi i zobaczyć, czy wyniki można podzielić na jakieś kategorie.

Dobrze jest też podzielić się wynikami z szerszym gronem, np. na zebraniu zespołu domu kultury. Jeśli takich nie ma, można zaproponować zwołanie spotkania.

### KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Istotnym elementem kończącym pracę badawczą jest prezentacja wyników. Ważne, żeby była ona widoczna i jawna, trzeba jednak

zadbać o anonimowość osób badanych – niektórzy rodzice mogą sobie nie życzyć podpisywania prac. Prezentacja wyników w postaci wystawy korytarzowej w domu kultury jest nagrodą dla dzieci za dobrze wykonaną pracę. Może być też zachętą dla odwiedzających instytucję dorosłych do zainteresowania się działaniami naszej placówki (można nawet przygotować miejsce na dopisywanie swoich propozycji), miłym gestem w stronę badanej grupy oraz ciekawą informacją dla innych pracowników domów kultury.

## OGRANICZENIA – NA CO UWAŻAĆ?

- Warto wstępnie poinformować rodziców o celu podjętych działań (dom kultury chciałby rozpoznać oczekiwania i potrzeby młodych rodziców, aby móc przygotować ofertę zajęć lub wydarzeń kulturalnych, która odpowie na ich potrzeby; nie szukamy informacji na temat konkretnych osób, tylko chcemy lepiej poznać rodziców jako grupę społeczną). W przeciwnym razie istnieje ryzyko, że rodzice mogą poczuć się inwigilowani za pomocą dzieci.
- Osoba prowadząca zajęcia plastyczne powinna mieć dobry kontakt z dziećmi oraz dołożyć starań, aby zrozumiały na czym polega zadanie. Zwłaszcza w wypadku młodszych dzieci łatwo o opatrzone zrozumienie tematu. Wtedy może się zdarzyć, że na przykład zamiast pytać o zainteresowania rodziców, będą pytać o to, co chcieliby mieć.
- Dzieci mogą nie zrozumieć zadania lub go nie zrealizować – zawsze trzeba się liczyć z tym, że rysunkowa ankieta nie obejmie wszystkich rodziców.

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

W potocznym wyobrażeniu młodzi rodzice są przeważnie ludźmi bardzo zajętymi – skoncentrowanymi na pracy lub dzieciach, lub też na obu rzeczach równocześnie. Rodzice mogą jednak okazać się interesującą grupą docelową dla domu kultury. Podstawowe

rozeznanie w tym, jakie są ich zainteresowania, potrzeby kulturalne czy też zaniechane pasje młodzieńcze może pomóc w stworzeniu dla nich atrakcyjnej oferty. Proponowana metoda pomaga lepiej poznać rodziców, angażując równocześnie dzieci w kreatywne działania.

## WARIANTY

Metodę można stosować na różnego rodzaju zajęciach plastycznych i wykorzystywać rozmaite techniki (rysunek, malarstwo,ycinanki itd.).

Grupą badaną mogą być poza rodzicami inni bliscy dzieciom dorośli, np. dziadkowie.

## PRZYKŁAD Z CENTRUM KULTURY I INICJATYW SPOŁECZNYCH W PODKOWIE LEŚNEJ

Na zajęciach plastycznych osoba prowadząca poprosiła dzieci, aby zapytały swoich rodziców o ich marzenia. Zachodziło ryzyko, że dzieci nieprzyzwyczajone do zadań domowych na zajęciach w domu kultury, zapomną je zrealizować. Dlatego dodatkowo napisała e-maila do rodziców z wyjaśnieniem specyficznego tematu najbliższego spotkania i prośbą o opisanie swych marzeń w kilku zdaniach, a następnie przesłaniem ich mailem lub przekazaniem dzieciom na kartce. Na kolejnych zajęciach dzieci malowały marzenia rodziców. Zbiorowa wystawa prac zawisła w domu kultury. Ponieważ wśród odpowiedzi dorosłych najczęściej przewijał się temat podróży, pojawił się pomysł, aby dom kultury przygotował spotkania dotyczące tematyki podróżniczej (być może pod hasłem: „Duże podróże z małymi dziećmi”).

**⌚ CZAS:**  
• 2-3 TYGODNIE

#### DODATKOWE KOMPETENCJE:

- IM NASI WSPÓŁPRACOWNICY MAJĄ ROZLEGLEJSZĄ SIĘC KONTAKTÓW Z RÓWIEŚNIKAMI, TYM LEPIEJ. W PRAKTYCE NIE MA JEDNAK ŻADNYCH SZCZEGÓLNYCH OGRANICZEŃ (KAŻDY ZNA KOGOŚ, KOGO ZNA TEN KTOŚ Z KOLEI). WARTO POZYSKAĆ DO WSPÓŁPRACY PRZYNAJMNIEJ 3-4 ANKIETERÓW I USTALIĆ MINIMALNY PUŁAP ZREALIZOWANYCH ANKIET (PRZYNAJMNIEJ 10, ALE IM WIĘCEJ, TYM LEPIEJ)



#### LICZBA OSÓB:

- W TYM WYPADKU BADANI STAJĄ SIĘ BADACZAMI. POTRZEBNE SĄ MINIMUM 3-4 OSOBY, KTÓRE PODEJMĄ SIĘ PRACY ANKIETERÓW

#### WIEK BADANYCH:

- MINIMUM 13 LAT



#### CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- MATERIAŁY PAPIERNICZE I PLASTYCZNE W ZALEŻNOŚCI OD TECHNIKI

#### ⊕ PLUSY:

- ROZPOZNANIE TRUDNO DOSTĘPNEJ GRUPY, JAKĄ STANOWI MŁODZIEŻ
- POZNANIE ZAINTERESOWAŃ MŁODZIEŻY

#### ⊖ MINUSY:

- KONIECZNOŚĆ POZYSKANIA KILKU NASTOLETNIICH OSÓB DO PROJEKTU W SYTUACJI, KIEDY DOM KULTURY NIE MA W OGÓLE KONTAKTU Z TĄ GRUPĄ WIEKOWĄ MOŻE SPRAWIAĆ TRUDNOŚCI

#### UWAGA NA DANE OSOBOWE!

Institucje kultury podlegają prawu związanemu z ochroną danych osobowych. Zbieranie i wykorzystywanie ich musi być zgodne z Ustawą z dn. 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych. W razie wątpliwości należy się skonsultować z Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych (GIODO, [www.giodo.gov.pl](http://www.giodo.gov.pl)). Zbierając adresy mailowe, należy załączyć informację o celu i sposobach ich wykorzystywania oraz poprosić o zgodę na ich przetwarzanie.

#### Przykładowa treść oświadczenia:

*Informacje zbierane przez nas będą wykorzystywane tylko i wyłącznie do celów związanych z realizacją projektu [nazwa projektu].*

#### Przykładowa treść zgody:

*Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych przez [nazwa instytucji] w ramach realizacji projektu [nazwa projektu] zgodnie z Ustawą z dn. 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych.*

## CO TO JEST?

Wywiad szeptany to miniankieta przekazywana z ust do ust. Jej specyfiką jest to, że każdy badany staje się sam badaczem, którego zadaniem jest zebranie odpowiedzi na interesujące nas pytania od swoich znajomych i następnie poproszenie ich o zadanie tych samych pytań ich znajomym. Taka metoda pozyskiwania badanych pozwala na dotarcie do grup, które trudno byłoby w przeciwnym razie uwzględnić.

## KIEDY UŻYĆ?

Gdy staramy się dotrzeć do tzw. trudnej grupy, żeby ją lepiej poznać i nawiązać kontakt. Przykładem może być młodzież, która ma swój hermetyczny świat i niechętnie przychodzi do domu kultury.

Metoda wywiadu szeptanego pozwoli nam:

- poznać jej zainteresowania,
- poznać jej opinie na konkretny temat (i dać też w ten sposób do zrozumienia, że dom kultury liczy się ze zdaniem każdego),
- dodatkowo zdobyć kontakty do osób interesujących się pewnymi dziedzinami, co może okazać się cenne w dalszej pracy domu kultury.

## JAK TO SIĘ ROBI?

### KROK 1 / REKRUTACJA

Przy tej metodzie ważne jest, by zacząć od znalezienia kilku osób z badanej grupy i zaprosić je do współpracy. Warto przemyśleć, kto z naszego bliskiego otoczenia sprawdzi się w roli ankietera wywiadu szeptanego. Wybrane osoby pomogą nam namówić kolejne do wspólnego działania. W socjologii taka metoda rekrutacji nazywana jest metodą kuli śniegowej, bo osoby z badanej grupy pomagają nam dotrzeć do kolejnych osób.

### KROK 2 / REALIZACJA

Następnym krokiem jest ułożenie pytań zadawanych w wywiadzie szeptanym kolegom i koleżankom.

Lista musi być krótka. W praktyce dla ankiety, która w założeniu ma być do zrobienia w 5 minut (np. podczas krótkiej przerwy w szkole), nie powinno to być nigdy więcej niż 5 pytań. Muszą one być na tyle proste, żeby można było je łatwo zapamiętać. Odpowiedzi na nie można zapisywać w notesie. Miniankieta może być również wydrukowana na papierze i przesyłana mailem (patrz UWAGA NA DANE OSOBOWE, s. 24).

Każde pytanie powinno być starannie przemyślane – oznacza, że musimy wiedzieć, dlaczego je zadajemy i w jaki sposób wiedza płynąca z odpowiedzi będzie dla nas pożyteczna. Dobrze jest skupić się po prostu na pytaniu o zainteresowania i czas wolny.

Pamiętajmy też, że ankieta sprawdza się najlepiej jako narzędzie badawcze wtedy, jeśli pytamy o proste fakty (np. Czym się interesujesz? Jakie wydarzenie kulturalne ostatnio Ci się podobało? Na jakim fajnym koncercie byłeś?). Można pytać o wydarzenia, które mógłby dla badanych zorganizować dom kultury. Pamiętajmy jednak, że nie jest to doskonały sposób zbierania ciekawych pomysłów – te przychodzą zwykle w najmniej oczekiwanych momentach. Jeśli dostaniemy niewiele interesujących odpowiedzi, to nie dlatego, że ludzie nie mają błyskotliwych pomysłów, ale dlatego, że mogli ich nie pamiętać (patrz PRZYKŁAD, s. 26).

Badani stają się badaczami, bo proszeni są o zadanie tych samych pytań swoim znajomym.

Warto zbierać namiary na osoby, z którymi się rozmawia, ale trzeba pamiętać o postępowaniu zgodnym z regułami ochrony danych osobowych (patrz UWAGA NA DANE OSOBOWE, s. 24).

Metoda wywiadu szeptanego pozwala powiększyć sieć kontaktów. W przyszłości w razie potrzeby można się będzie zwrócić do osoby o konkretnych zainteresowaniach (np. do kogoś, kto zajmuje się programowaniem muzyki, gdy będziemy potrzebować oprawy dźwiękowej).

### KROK 3 / ANALIZA WYNIKÓW

Po zebraniu kompletu ankiet podsumowujemy wyniki. Można do tego wykorzystać szablon ankiety i wpisać wszystkie odpowiedzi

pod pytaniami. Następnie zastanawiamy się, czy układają się one w jakieś kategorie i podgrupy (np. pasje artystyczne, sportowe, wymagające sprzętu specjalistycznego, możliwe do realizacji na dworze itd.). Może okazać się, że dostaniemy wiele różnorodnych informacji – zamiast grupowania i robienia typologii, warto wtedy zastanowić się, które zainteresowania tworzą potencjał do zagospodarowania przez dom kultury (nie tylko jako pomysł na regularne zajęcia, ale też jednorazowe wydarzenie lub jako wsparcie przy organizowaniu innych przedsięwzięć, np. jeśli ktoś interesuje się inżynierią dźwięku, można mu zaoferować asystowanie przy nagłaśnianiu koncertów w domu kultury).

Dodatkowo możemy stworzyć bazę kontaktów z przypisanymi zainteresowaniami. Można do tego wykorzystać arkusz typu Excel.

## KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Wyniki ankiet zwykle są prezentowane w postaci wykresów (np. tzw. słupków). W naszym wypadku raczej nie ma sensu liczenie odpowiedzi. Badanie służy temu, żeby lepiej poznać zainteresowania danej grupy i zaobserwować, które z nich są szczególnie popularne. Zamiast nudnych tabelki i trudnych wykresów, wyniki można przedstawić w jakiś nietypowy sposób, np. robiąc mapę zainteresowań. (patrz JAK PRZEDSTAWIĆ WYNIKI? s. 50).

## OGRANICZENIA – NA CO UWAGAĆ?

- W trakcie realizacji ankiety współpracownicy mogą się zwracać z wątpliwościami lub pytaniami, które pojawią się podczas badania (np. co zrobić, jeśli osoba ankietowana nie chce podać adresu mailowego – każdy ma do tego prawo i trzeba to uszanować).
- Nie wszyscy mogą być skłonni do dzielenia się informacjami na swój temat, dlatego też warto opracować dwuzdaniowe wyjaśnienie, po co jest robiony wywiad. Jeśli zdecydujemy się na ankietę, należy do niej dołączyć krótki wstęp wyjaśniający cele ankiety (patrz PRZYKŁAD).
- Może się zdarzyć, że ktoś nie będzie chciał brać udziału w badaniu. Musimy to uszanować.

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Otrzymamy krótkie, niepogłębione odpowiedzi na proste pytania dotyczące faktów. Możemy je wykorzystać do zrobienia mapy danego zagadnienia.

## WARIANTY

Metodę można stosować, jeśli chcemy dotrzeć do trudno dostępnej grupy. My opisaliśmy przykład z młodzieżą, ale mogą to być na przykład lokalni przedsiębiorcy, których warto zainteresować działalnością domu kultury.

Wywiad może też dotyczyć różnych kwestii, nie tylko, jak u nas, zainteresowań.

## PRZYKŁAD Z CENTRUM KULTURY I INICJATYW SPOŁECZNYCH W PODKOWIE LEŚNEJ

Młodzi ludzie zazwyczaj unikają instytucji. Naszym celem było rozpoznanie pasji i zainteresowań młodych postrzegających dom kultury jako miejsce dla dzieci i seniorów. Zwróciliśmy się z prośbą o pomoc i propozycją współpracy do dwóch studentów, którzy znali dom kultury (jeden miał tu próby zespołu muzycznego, drugi był społecznikiem). Mieli oni pozyskać kolejne młode osoby. Ankieta była realizowana w formie papierowej oraz mailowej. Wynikiem badania była długa lista zainteresowań (od grania w Warhammera, przez ornitologię, majsterkowanie i lalkarstwo, aż po grafikę komputerową i programowanie). Dostaliśmy stosunkowo niewiele odpowiedzi na pytanie o pomysły na zagospodarowanie przestrzeni w dawnym ośrodku kultury. Po zrealizowaniu badania doszliśmy do wniosku, że lepiej pytać o pomysły na jednorazowe wydarzenia, które mógłby organizować dom kultury, jako że pytanie o ogólną koncepcję aktywności ośrodka kultury jest dość trudne.

# Drama

TRUDNOŚĆ

**⌚ CZAS:**  
• 1-2 GODZ.

**DODATKOWE KOMPETENCJE:**  
• WYOBRAŹNIA I POCZUCIE HUMORU

**⊕ PLUSY:**

- METODA NIC NIE KOSZTUJE
- NIE TRZEBA SIĘ DO NIEJ PRZYGOTOWYWAĆ
- WCIELANIE SIĘ W ROLĘ NAJŁATWIEJ WYDOBYWA NASZE PRZEKONANIA, UKRYTĄ WIEDZĘ
- DRAMA JEST FAJNYM SPOSOBEM DOCIEKANIA, CZEMU LUDZIE ZACHOWUJĄ SIĘ W TAKI, A NIE INNY, SPOŚÓB
- JEST PRZYJEMNA, ZABAWNA I BARDZO INTEGRUJE GRUPĘ

**👤 LICZBA OSÓB:**  
• MINIMUM 5 OSÓB (BADACZE I BADANI TO TA SAMA GRUPA)

**👤 WIEK BADANYCH:**  
• DOWOLNY

**✂️ CO BĘDZIE POTRZEBNE:**  
• EWENTUALNIE DUŻA KARTKA I FLAMASTRY

**⊖ MINUSY:**

- ZEBRANA WIEDZA WYNIKA Z PRZEKONAŃ, PRZECZUĆ, CZASEM STEREOTYPÓW, NIE SĄ TO SUCHY, OBIEKTYWNE DANE
- WYMAGA ROZGRZEWKI, GRUPA MUSI SIĘ ZE SOBĄ OSWOIĆ (JEŚLI JEJ CZŁONKOWIE SIĘ NIE ZNAJĄ)
- NIEŚMIĄŁYM OSOBOM CZASEM SPRAWIA TRUDNOŚCI
- JEST RACZEJ DODATKIEM DO INNYCH METOD NIŻ METODĄ SAMODZIELNĄ (ALE DODATKIEM BARDZO WARTOŚCIOWYM)

## CO TO JEST?

Drama opiera się na improwizacji. Przypomina próbę teatralną, na której każdy ma do odegrania jakąś rolę.

Za jej pomocą nie badamy wybranego tematu bezpośrednio (np. nie rozmawiamy z miejscowymi sklepikarzami), ale dowiadujemy się, jakimi myślimy stereotypami. Często trudno uzyskać odpowiedź na pytanie: „Co cechuje miejscowych sklepikarzy?“, a dużo więcej informacji otrzymamy, prosząc o odegranie danej postaci. Niekiedy jeden gest, odzywka lub mina mówią więcej niż długa wypowiedź.

## KIEDY UŻYĆ?

Drama jest doskonała, kiedy mamy do rozwiązania jakiś konkretny problem lub interesuje nas grupa mieszkańców i relacje między nimi. Dzięki niej możemy wyraźnie (bo jest w niej dużo teatralności) zobaczyć różne społeczne mechanizmy.

Po techniki dramy dobrze sięgać, gdy:

- chcemy się dowiedzieć, jak ludzie wyobrażają sobie społeczność, w której żyją,
- szukamy barwnych przykładów do dyskusji,
- potrzebujemy wstępnego rozeznania w jakimś temacie.

Improwizacji można też użyć, gdy szukamy obszaru do badania. W trakcie zabawy dostaniemy barwny obraz społeczności, jej potrzeb, problemów, oczekiwań wobec domu kultury. Przywołanie stereotypowych wyobrażeń na temat mieszkańców inspirowane do stawiania kolejnych pytań.

## JAK TO SIĘ ROBI?

### KROK 1 / PRZYGOTOWANIE

Do udziału dobrze zaprosić kilkanaście osób. Na spotkaniu pomysłmy, jakie role nas interesują i kto je będzie odgrywał. Można

na przykład zastanowić się, kto mieszka w naszej miejscowości (jakie grupy społeczne) i ustalić obsadę. Ważne, żeby odgrywana rola była daleka od tego, kim w rzeczywistości jesteśmy, np. niech młoda kobieta wcieli się w emeryta, a pracownik urzędu w obywatela, który przyszedł coś załatwić. Odwrócenie ról uświadamia nam konsekwencje naszego zachowania (dla urzędnika to okazja, żeby zobaczyć, jak ciężko być petentem).

Na ścianie powieśmy kartkę z pytaniami pomocnymi w wymyśleniu roli (np. Jak się nazywam? Czym się zajmuję? Co lubię, a czego nie? Czego brakuje mi w mojej miejscowości? Co wiem o domu kultury?).

Rolę wymyślamy w podgrupach. Dzięki temu powstaje ona na podstawie wiedzy, doświadczenia i wyobrażenia kilku osób, a nie tylko jednej. W podgrupach zamieniamy się zadaniami – uczestnicy raz są aktorami, raz reżyserami.

Dajmy każdemu 15-20 minut na przygotowanie się do przedstawienia.

### KROK 2 / DRAMA WŁAŚCIWA

Wybieramy miejsce, które staje się sceną. Kolejni aktorzy wychodzą i wcielają się w postacie. Jedną z technik dramy to gorące krzesło. Polega na zadawaniu pytań osobie wcielającej się w rolę. Po kolei każdy z uczestników przedstawia się i odpowiada na pytania. UWAGA! Nie zapisujemy kwestii, ani nie patrzymy na kartkę z pytaniami! Nie powstaje żaden scenariusz przedstawienia. Aktor nie uczy się swojej roli na pamięć. Odgrywa ją spontanicznie, inspirowany wskazówkami „reżyserów”. Drama opiera się przede wszystkim na improwizacji.

### KROK 3 / ZEBRANIE I ANALIZA WNIOSKÓW

Podsumujemy nasze wnioski w spontanicznej rozmowie. Zadbajmy przy tym o wyznaczenie kogoś do pilnowania kolejności wypowiedzi i spisania wniosków.

Niech każdy powie, co go zdziwiło w jego postaci. Potem pozostali mogą wyrazić własne spostrzeżenia, opowiedzieć, co ich zaskoczyło.

Pod koniec zastanówmy się, co z tego, czego się dowiedzieliśmy, wynika dla domu kultury, a jakich informacji musimy szukać w innych źródłach

### KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Wyniki dramy trudno przedstawić, bo cała jej siła polega na tym, że jest odgrywana i odbierana na żywo.

## OGRANICZENIA – NA CO UWAŻAĆ?

- Drama może być dla niektórych nowym doświadczeniem – ludzie mogą się obawiać tego, że będą musieli odgrywać rolę przed innymi. Dlatego ważne jest stworzenie odpowiedniej atmosfery i zadbanie o dobre samopoczucie każdego z uczestników. Nie może być mowy o jakimkolwiek ocenianiu i krytykowaniu.
- Odgrywając postaci nie zmyślamy.
- Musimy być czujni na wygłupy – z dramy łatwo robić sobie żarty, ale to nie przyniesie nam żadnej wiedzy.
- Niebezpieczeństwem stanowi też zbyt sztywne podejście do tematu, które zabija spontaniczność (np. odczytywanie z karteczek wcześniej przygotowanych kwestii).
- Aktorzy starając się oddać charakter odgrywanej postaci, mogą celowo przedstawiać ją w sposób przerysowany lub wręcz karykaturalny.
- Analizując wyniki, pamiętajmy, że z dramy dowiadujemy się, jak ludzie widzą dany temat, a nie jak jest w rzeczywistości.

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Dzięki dramie możemy dotrzeć do tego, co ludzie myślą o innych. Możemy odkryć motywacje działań, bariery zachowań, uprzedzenia albo sentymenty.

Drama pozwala budować charakterystykę grupy, ale ułatwia również rozumienie tego, dlaczego ludzie zachowują się w określony sposób (np. czasem trudno wymyślić i napisać powody, dla których nikt nie lubi miejscowej grupy chórzystów, ale gdy zagramy to, jak zadzierają nosa i chwają się zagranicznymi wyjazdami, wszystko stanie się jasne).

## WARIANTY

Drama jest złożoną metodą – czasem trwa kilka godzin. Można stosować wybrane jej techniki, jak opisane tu „gorące krzesło” czy wcielanie się w role. Mogą to być też improwizowane scenki rodzajowe, np. impreza domu kultury, kolejka do miejscowego kina, sytuacja w urzędzie gminy, rozmowy instruktorów czy kłótnia pomiędzy rodzicem i dzieckiem.

## PRZYKŁAD Z MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W JÓZEFOWIE

W Józefowie wybraliśmy wspólnie kilka najważniejszych grup mieszkańców. Żeby wydobyć z uczestników jak najwięcej wiedzy na ich temat, każdemu przydzieliliśmy rolę „przedstawiciela” którejś grupy. Zadanie wypadło świetnie, mimo że uczestnicy dramy byli bardzo różnicowani i wiekowo, i zawodowo. Każda etiudka, choć polegała tylko na opowiedzeniu o sobie i odpowiedziach na pytania publiczności, przyniosła wiele wątków do dalszej pracy nad interesującymi aspektami społeczności lokalnej. I jednocześnie było naprawdę wesoło!



# Spacer asystowany

TRUDNOŚĆ 

## 🕒 CZAS:

- 2-3 TYGODNIE
- SAM SPACER MOŻE TRWAĆ W ZALEŻNOŚCI OD POTRZEB OD 20 MIN. DO NAWET 2 GODZ.

## DODATKOWE KOMPETENCJE:

- POTRZEBNY JEST DOBRY KONTAKT Z LUDŹMI I NIEZŁA KONDYCJA

## ⊖ MINUSY:

- NA REALIZACJĘ METODY MA WPŁYW POGODA
- TRZEBA BRAĆ POD UWAGĘ KONDYCJĘ, SPRAWNOŚĆ FIZYCZNĄ BADANYCH I BADACZY



## LICZBA OSÓB:

- BADACZY: MINIMUM 1 OSOBA, ALE MOŻE BYĆ WIĘCEJ
- BADANYCH: MINIMUM 3 OSOBY, ALE IM WIĘCEJ TYM LEPIEJ

## WIEK BADANYCH:

- DOWOLNY



## CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- W ZALEŻNOŚCI OD WERSJI: NOTATNIK I MAPA, DYKTAFON, APARAT FOTOGRAFICZNY, KAMERA VIDEO

## ⊕ PLUSY:

- PRZYJEMNY SPOSÓB REALIZACJI
- BADANY NIE MA WRAŻENIA ODPYTYWANIA ANI EGZAMINOWANIA

## CO TO JEST?

Metoda bardzo przypomina zwyczajny, spontaniczny, towarzyski spacer. Różni się od niego tym, że ma określony cel, a prowadzący go zadaje spacerowiczowi konkretne pytania i daje zadania do wykonania (np. zrób zdjęcie miejscu, w którym najbardziej lubisz przebywać/którego najbardziej nie lubisz/gdzie jest największy ruch uliczny/gdzie strach przechodzić).

## KIEDY UŻYĆ?

Spacer asystowany wykorzystujemy, kiedy:

- chcemy dowiedzieć się, jak różne grupy mieszkańców widzą daną okolicę (wychwycić różnice w ich perspektywach),
- chcemy lepiej poznać daną okolicę (jej tradycję, historię, co mieszkańcy w niej cenią, gdzie są miejsca lubiane, bezpieczne, a których należy unikać),
- chcemy poznać specyfikę poruszania się po terenie interesującej nas grupy osób (np. seniorów).

## JAK TO SIĘ ROBI?

### KROK 1 / WYBÓR TEMATU I REKRUTACJA

Najpierw należy zastanowić się, na jakie pytania szukamy odpowiedzi.

Zdarza się, że planujemy lepiej poznać pewną grupę społeczną (np. młode matki, starsze osoby, młodzież) i chcemy zobaczyć, jakie miejsca najchętniej odwiedzają jej przedstawiciele, a gdzie nie zaglądają, jakie przestrzenie są dla nich przyjazne, a gdzie napotykają bariery. Spacer asystowany daje możliwość pogłębienia rozmów na różne tematy. Należy zacząć od nawiązania kontaktu z reprezentantami interesującej nas grupy i poprosić o pomoc w badaniu. Można wykorzystać metodę kuli śniegowej (patrz WYWIAD SZEPTANY, s. 24). Pamiętajmy, że dla badanych spacer asy-

stowany to metoda mało obciążająca – nie prosimy ich o nic dodatkowego, chcemy im tylko towarzyszyć w codziennej drodze do i z pracy czy na zakupy albo podczas spaceru z dzieckiem. Jedyne, czego oczekujemy, to żeby poświęcili nam trochę uwagi podczas wykonywania tych czynności.

Gdy interesuje nas nie tyle określona grupa, co specyficzna przestrzeń (np. park miejski, najbliższe otoczenie domu kultury, jakieś osiedle), będziemy szukali badanych wśród osób odwiedzających te miejsca. To wymaga zastanowienia się nad tym, jakie grupy tam bywają i wybrania do badania przedstawicieli każdej z nich. Można poprzedzić to obserwacją danego miejsca (np. parku). Kilka razy w ciągu jednego dnia notujemy na specjalnej karcie obserwacji, kto się w nim pojawia (pod koniec dnia wiemy, że park odwiedzają dzieci i młodzież wracające ze szkoły, dorośli robiący zakupy w pobliskim sklepie, rodzice z małymi dziećmi itd.). Obserwację najlepiej przeprowadzić podczas jednego zwykłego dnia pracy oraz w niedzielę – może się bowiem okazać, że w dzień wolny sytuacja trochę się różni i w interesującym nas miejscu pojawiają się nowe grupy. Do badania zaprosimy po dwie, trzy osoby z każdej z nich.

### KROK 2 / REALIZACJA

Do realizacji metody będziemy potrzebowali kilku badaczy. Mogą to być instruktorzy, którzy gotowi są poświęcić trochę czasu, ale jeszcze lepiej zaangażować do tego młodzież, np. z grupy dziennikarskiej, fotograficznej lub filmowej – spacer można potraktować jako zadanie właśnie dla nich. Umawiamy się na przechadzkę z wybraną osobą. Dostosowujemy się do niej, jeśli chodzi o godzinę i miejsce, gdzie chce się z nami spotkać. Towarzyszymy jej, wypytując na bieżąco o interesujące nas kwestie. Możemy też dawać jej małe zadania, np. żeby sfotografowała jakieś miejsce i opisała je własnymi słowami.

Podobnie działamy w wypadku wszystkich spacerowiczów.

Nasze uwagi i komentarze badanych notujemy na bieżąco albo nagrywamy na dyktafon (jeśli decydujemy się na nagranie, musimy poprosić badanego o zgodę i pamiętać, że ma prawo odmówić). Czasem dobrym pomysłem jest wykorzystanie jako pomocy mapy – zaznaczmy na niej ścieżkę, którą przechodzimy, i wskazywane przez badanych punkty.

### KROK 3 / ANALIZA WYNIKÓW

Po odbyciu wszystkich spacerów musimy zgromadzić cały materiał w jednym miejscu. Czy są to notatki, czy nagrania, czy mapy – warto przejrzeć je wszystkie i zastanowić się, co z tego wynika. Czy pewne informacje się powtarzają, a może ze sobą kontrastują? Czy różne grupy osób widzą podobnie pewne rzeczy? Zastanówmy się, co nas samych zaskoczyło i zdziwiło.

Zanotujmy wszystkie spostrzeżenia. Jeśli mamy możliwość robić to z kimś, tym lepiej – co dwie głowy to nie jedna.

### KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Sposób pokazania wyników zależy od celów i możliwości danego domu kultury. Można zrobić prezentację fotografii wykonanych przez badanych i podpisać je cytatami z wypowiedzi spacerowiczów. Można też narysować wspólną mapę okolicy.

Warto również wyjść z wynikami w przestrzeń! Atrakcyjną formą prezentacji jest umieszczenie cytatów dotyczących miejsc właśnie w tych miejscach na tymczasowych tabliczkach (np. na kartonie).

## OGRANICZENIA – NA CO UWAŻAĆ?

- Ograniczeniem bywa brzydka pogoda, pora roku lub dnia (jeśli chcemy mówić się na robienie zdjęć, pamiętajmy, żeby zadbać o dobrą widoczność – zimą nie umawiamy się wieczorem, kiedy nic nie widać).
- Musimy wziąć pod uwagę sprawność fizyczną potencjalnych badaczy i badanych (dotyczy szczególnie osób starszych, małych dzieci, osób niepełnosprawnych).

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Spacer asystowany jest okazją do poznania okolicy z perspektywy mieszkańców. Pozwala uchwycić wiele subiektywnych ocen otoczenia, dotrzeć do specyficznych potrzeb różnych grup społecznych.

Nawet jeżeli wydaje nam się, że znamy otoczenie bardzo dobrze, warto posłużyć się spacerem asystowanym, zapraszając na niego przedstawicieli różnych grup, które mogą mieć inne niż powszechnie znane, lub nasze, zdanie na temat otoczenia.

## WARIANTY

Spacer asystowany warto wzbogacić dzięki wykorzystaniu aparatu fotograficznego lub kamery. Poprośmy badanych o zrobienie zdjęć ważnych dla nich miejsc. Przyda się nam to potem w analizie materiałów. Można też posłużyć się kamerą, jeśli mamy do czynienia z grupą, która potrafi ją obsługiwać.

Innym wariantem metody jest tzw. zamiana miejsc, która polega na przystawianiu wejściu w buty badanych. Przykładowo, jeśli chcemy zorganizować coś dla matek z małymi dziećmi, możemy na jakiś czas przejąć wózek i pokonać drogę ich codziennego spaceru. Zobaczymy na własnej skórze, gdzie jest wygodnie wjechać z dzieckiem, a gdzie występują różne bariery. Planując działania dla tej grupy, będziemy mieli dobre wyczucie co do ich potrzeb i oczekiwań, będziemy też wiedzieli, czego nie należy im proponować, bo może być dla nich niemożliwe lub zbyt trudne do wykonania.

# Gra terenowa/miejska

TRUDNOŚĆ

#### ⌚ CZAS:

- SAMA GRA TRWA 1,5-2 GODZ.
- PRZYGOTOWANIE I OPRACOWANIE WYNIKÓW KILKA GODZIN

#### ⊖ MINUSY:

- PRZYGOTOWANIE GRY WYMAGA CZASU
- POTRZEBNE JEST DUŻE ZAANGAŻOWANIE UCZESTNIKÓW (GRY NIE DA SIĘ ODBYĆ PRZY OKAZJI, TRZEBA MIEĆ NA NIĄ PRZEWIDZIANY KONKRETNY CZAS)
- DO ORGANIZACJI KONIECZNA JEST DOBRA LOGISTYKA

#### ⊕ PLUSY:

- ZARÓWNO ETAP PRZYGOTOWAŃ, JAK I SAMEJ GRY, JEST CIEKAWY
- PRZEDSIĘWZIĘCIE MA CHARAKTER BARDZO INTERAKTYWNY, ANGAŻUJE WIELE OSÓB (MOŻNA ZAPROSIĆ DO WSPÓŁPRACY LOKALNEGO SKLEPIKARZA, ZEGARMISTRZA ITD.), CO POZWALA PRZY OKAZJI ZABAWY NAWIĄZAĆ NOWE ZNAJOMOŚCI, ZYSKAĆ SPRZYMIERZENCÓW KOLEJNYCH DZIAŁAŃ
- GRĘ MOŻNA ZORGANIZOWAĆ NIEOMAL NA KAŻDY TEMAT I W KAŻDYM MIEJSCU (W MIEŚCIE, NA WSI, W PRZESTRZENI POSTINDUSTRIALNEJ, NA ŁONIE NATURY)

#### 👤 LICZBA OSÓB:

- BADACZY: 2-3 OSOBY (JEŚLI JEST DUŻO GRACZY, BADACZY TEŻ MOŻE BYĆ WIĘCEJ)
- BADANYCH: W ZALEŻNOŚCI OD GRY 10-50 OSÓB

#### 👶 WIEK BADANYCH:

- DOWOLNY

#### 📌 DODATKOWE KOMPETENCJE:

- PROWADZĄCY POWINNI WYKAZYWAĆ SIĘ DOBRĄ ORGANIZACJĄ PRACY, CIEKAWOŚCIĄ ŚWIATA I MIEĆ DOBRY KONTAKT Z LUDŹMI



#### ✂️ CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- MATERIAŁY PAPIERNICZE I PLASTYCZNE W ZALEŻNOŚCI OD SCENARIUSZA, MAPA OKOLICY, MOŻNA TEŻ UŻYĆ ZDJĘĆ, FRAGMENTÓW ARTYKUŁÓW ITP.

## CO TO JEST?

Gra terenowa to rodzaj plenerowej, grupowej zabawy pozwalającej na zdobycie wiedzy o otoczeniu i mieszkańcach.

## KIEDY UŻYĆ?

Grę miejską, podobnie jak spacerownik, można wykorzystać do oswojenia okolicy, poznania jej ukrytych uroków.

To dobry sposób na rozbudzenie zainteresowania domem kultury u ludzi, którzy zwykle do niego nie przychodzą. Może służyć do zebrania opinii mieszkańców na dowolny temat.

## JAK TO SIĘ ROBI?

### KROK 1 / PRZYGOTOWANIE: WYBÓR TEMATU

Przede wszystkim trzeba wybrać temat gry i zgromadzić zespół. Najlepiej w małej grupie podczas warsztatu zastanowić się, co ciekawego w okolicy może stać się osiłą gry – czy z naszym terenem związane są jakieś legendy lub historie, a może nieopodal mieszkali znani naukowcy bądź artyści albo o naszej miejscowości, osiedlu napisano książkę lub nakręcono film? Jeśli nic z tych rzeczy, to na pewno niedaleko jest jakiś ciekawy budynek, np. opuszczona fabryka czy też dworzec. Wszystko to może stanowić kanwę gry.

### KROK 2 / PRZYGOTOWANIE: NAPISANIE SCENARIUSZA GRY

Następnym krokiem jest napisanie scenariusza. Gra powinna trwać maksymalnie 2 godziny i musi być tak zaprojektowana, żeby każdy czuł się wygrany.

GRA TERENOWA SKŁADA SIĘ Z NASTĘPUJĄCYCH ELEMENTÓW:

**Zasady:** Warto stworzyć zasady, które będą obowiązywały w grze. Zastanówcie się, co powinni wiedzieć gracze zanim przystąpią do zabawy. Można na przykład ustalić ilość czasu na wykonanie wszystkich zadań, czy każde zadanie zespół wykonuje wspólnie czy też może w trakcie gry się rozdzielić. Spisanie reguł pozwoli uniknąć nieporozumień.

**Gracze:** Na początku planowania gry należy się zastanowić, kim będą gracze. Przecież inne zadania przygotowujemy dla dwunastolatków, a inne dla licealistów, a może będzie to gra dla całych rodzin, wtedy warto pomyśleć o różnym poziomie trudności kolejnych zadań.

**Zespół:** Zwykle najciekawiej jest, gdy biorących udział w grze można podzielić na kilkuosobowe zespoły. Optymalna liczba graczy w grupie to 2-5 osób.

**Agent:** Osoba, która czeka na graczy w określonym punkcie z zadaniami do wykonania. Agent może mieć charakterystyczny strój lub rekwizyt. Może być nim zaprzyjaźniony sprzedawca, właścicielka kawiarni lub księgarni. W trakcie przygotowań do gry należy sprawdzić, kto pracuje w wybranych przez nas miejscach i zaprosić te osoby do zabawy.

**Karta gry:** Gracze zapisują na niej rozwiązania zadań. Na karcie można zbierać pieczętki lub podpisy agentów. Jest to dowód, że do nich dotarli. Na każdej powinno być miejsce na imię gracza.

**Zadanie:** Gra składa się z określonych zadań do wykonania. Należy je zatem tak przygotować, by ich wypełnienie pozwoliło nam zdobyć cenne dla nas informacje. Zadaniem może być na przykład dotarcie do jakiegoś miejsca zaznaczonego na mapie i ocenienie go na karcie, napisanie zabawnej historii, która miała miejsce w domu kultury, przeprowadzenie sondy ulicznej na określony temat itd. Za wykonane zadania zespół może dostać punkt lub wskazówkę, co robić dalej.

**Martwy punkt:** To miejsce bez agenta, gdzie gracze muszą dotrzeć, by wykonać zadanie lub zdobyć wskazówkę. Jeśli w naszej miejscowości jest jakiś pomnik lub tablica poświęcona osobie, wydarzeniu, wykorzystajmy to! Jeśli pojawi się problem ze znalezieniem agentów, zawsze można zaplanować więcej martwych punktów.

**Trasa:** Przygotowane zadania należy ułożyć w logiczną trasę.

**Mapa:** Gra miejska często zakłada pracę z mapą. Musimy ją uprzednio odpowiednio przygotować, zaznaczyć rejon działania i miejsca, do których dotrą gracze.

**Finał:** Dobrze, jeśli na zakończenie gry na graczy czeka niespodzianka.

Wszystkie zespoły mogą spotkać się w jednym miejscu, żeby wspólnie wykonać jakieś zadanie, np. ułożyć puzzle, których poszczególne elementy dostawali w kolejnych punktach. Miło będzie, jeśli na koniec każdy dostanie coś w stylu nagrody, może to być nawet owoc albo słodycze. Pamiętajmy też, żeby podziękować wszystkim za udział w grze. Jeśli materiały, które gracze wypełniali na trasie są ważne, należy je zebrać.

### KROK 3 / SYMULACJA GRY

Przemysłaną grę dobrze jest przeciwzyć, choćby po to, żeby zobaczyć, ile czasu trwa i czy wszystko jest zrozumiałe.

### KROK 4 / REALIZACJA

Graczy witamy w wyznaczonym wcześniej miejscu, rozdajemy karty i tłumaczymy zasady. Dobrze by było, gdyby koordynator przez cały czas trwania gry miał kontrolę nad jej przebiegiem. Trzeba też zadbać o bezpieczeństwo uczestników wydarzenia. Warto na przykład poinformować straż miejską o planowanych działaniach, to szczególnie ważne, gdy w grze bierze udział dużo osób.

W finale wypada powitać zespoły, docenić ich pracę i podziękować za udział. Należy też pamiętać o zebraniu materiałów, które mogą być dla nas przydatne.

Warto poprosić jedną zaprzyjaźnioną osobę o zrobienie dokumentacji fotograficznej z przebiegu zabawy.

### KROK 5 / ANALIZA WYNIKÓW

Wszystkie materiały gromadzimy, przeglądamy i czytamy. Wspólnie zastanawiamy się, co z nich może nam się przydać. Rozważamy na przykład:

- Co nas zaskoczyło?
- Jakie ze zgromadzonych informacji są przydatne pod kątem domu kultury?
- Kto wziął udział w zabawie?

Odpowiedzi warto spisać na kartce w notesie.

### KROK 6 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Przebieg gry miejskiej można opisać i opublikować na stronie WWW domu kultury albo w lokalnej prasie. Opisana gra może stanowić dla innych ciekawą inspirację.

## OGRANICZENIA – NA CO UWAŻAĆ?

- Trzeba uważać na pogodę – gra terenowa ze swojej definicji odbywa się w otwartej przestrzeni, więc nie warto planować jej w zimie.
- Dobrze jest przemyśleć rodzaje zadań, jakie dajemy do wykonania uczestnikom. Zarówno zbyt trudne, jaki i zbyt łatwe odbiorą przyjemność z zabawy i zniechęcą do aktywnego uczestnictwa.
- Warto pamiętać, by nie przeładować gry liczbą zadań do wykonania i poruszanych wątków.
- Dobrze, jeśli gra będzie przede wszystkim zabawą, wymyślimy atrakcyjny temat, unikajmy kontrowersji.
- Najważniejszy w grze miejskiej jest pomysł i dobre planowanie.

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Wiedza, którą uzyskamy, zależy od tematu gry. W zależności od potrzeb możemy wyznaczyć różne zadania do wykonania. Pomogą nam one zdobyć interesujące nas informacje.

Możemy się dowiedzieć, jak badani postrzegają miejsce, w którym żyją, np. jeśli w trakcie gry pojawi się zadanie dotyczące wizji naszej miejscowości za 10 lat, poznamy oczekiwania i marzenia mieszkańców.

Jeśli chcemy lepiej poznać ludzi, dla których działa dom kultury, warto zaplanować zadania umożliwiające uczestnikom powiedzenie czegoś o sobie (np. poprośmy graczy by napisali, co robią w wolnym czasie dla przyjemności, własnego rozwoju, zaproponujemy,

żeby wymienili trzy zorganizowane przez dom kultury wydarzenia, w jakich ostatnio wzięli udział.

## WARIANTY

W zależności od potrzeb, celów, grupy wiekowej i charakteru okolicy gra terenowa przybiera bardzo różne postacie.

Może być przeznaczona dla wielu osób lub tylko dla kilku.

Bywa skierowana do konkretnej grupy wiekowej lub społecznej (np. licealiści), ale może też być pomyślana jako zabawa dla całych rodzin. Należy pamiętać, by poziom zadań był zawsze w optymalny sposób dostosowany do wieku uczestników (np. małe dzieci nie będą czytały i pisały).

Może odbywać się w różnym terenie (w mieście lub na wsi, na łonie natury lub w terenie zabudowanym, na obszarach porzemyślowych itd.)

Może dotyczyć różnych kwestii i tematów.

## PRZYKŁADY

Jest wiele przykładów gier miejskich czy terenowych. Niektóre są opisane w internecie i można się nimi inspirować:

• Śladami Pana Mosze, czyli dzieciaki z ul. Brzeskiej w Warszawie poznają wielokulturową historię swojej okolicy:

[http://mierzwysoko.org.pl/static\\_html/scu\\_meet18.html](http://mierzwysoko.org.pl/static_html/scu_meet18.html)

• Japizson, czyli pomysł na Wisłę:

<http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/472252.html>

<http://www.mmwarszawa.pl/5367/2009/8/14/wisla-na-linii-czyli-wirtualna-gra-w-warszawie>

• Poszukiwacze przygód w Poznaniu:

<http://gramiejska.pl/>

# Fotoreportaż/fotoesej

TRUDNOŚĆ



### LICZBA OSÓB:

- BADACZY: GRUPA KILKU FOTOREPORTERÓW
- BADANYCH: KILKANAŚCIE OSÓB

### WIEK BADANYCH:

- DOWOLNY

### ⌚ CZAS:

- MINIMUM 2 TYGODNIE

### + PLUSY:

- METODA NADAJE SIĘ DO WIELU TEMATÓW
- POZWALA ODKRYĆ RZECZY, KTÓRE SĄ TRUDNIEJ UCHWYTNE BEZ ZDJĘĆ (NP. TAKIE, KTÓRE CIĘŻKO BYŁOBY OPISAĆ SŁOWAMI)
- WYNIKI BADANIA MAJĄ ATRAKCYJNĄ FORMĘ – ŁATWO JE POKAZAĆ (PO WCZEŚNIEJSZYM OPRACOWANIU OCZYWIŚCIE) ALBO W FORMIE PUBLIKACJI W LOKALNEJ PRASIE LUB W INTERNECIE, ALBO W POSTACI WYSTAWY W DOMU KULTURY, URZĘDZIE CZY LOKALNEJ KLUBOKAWIARNI

### - MINUSY:

- TRUDNIEJSZE TEMATY WYMAGAJĄ SOLIDNEJ PRACY
- MUSIMY MIEĆ CZAS NA PRACĘ W GRUPIE
- KONIECZNA JEST CIERPLIWOŚĆ DO PRACY Z LUDŹMI
- NALEŻY PAMIĘTAĆ, ŻE JEŚLI ROBIMY ZDJĘCIA LUDZIOM, POTRZEBUJEMY ICH ZGODY NA PUBLIKACJĘ (OD DOROSŁYCH WYSTARCZY USTNA, NIE PRZESADZAJMY Z FORMULARZAMI). PAMIĘTAJMY, ŻE MAJĄ PRAWO ODMÓWIĆ

### DODATKOWE KOMPETENCJE:

- BADACZAMI MOGĄ BYĆ OSOBY, KTÓRE SĄ ZAINTERESOWANE FOTOGRAFIĄ LUB DZIENNIKARSTWEM, CHARAKTERYZUJĄ SIĘ WRAŻLIWOŚCIĄ WIZUALNĄ, SĄ SPOSTRZEGAWCZE I DOCIEKLIWE, MAJĄ DOBRY KONTAKT Z LUDŹMI



### CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- APARAT FOTOGRAFICZNY (MOŻE BYĆ W TELEFONIE KOMÓRKOWYM)
- UNIWERSALNY CZYTNIK KART FOTOGRAFICZNYCH
- KOMPUTER WYPOSAŻONY W PROGRAM DO OBRÓBK I PREZENTACJI ZDJĘĆ
- RZUTNIK

## CO TO JEST?

To wykorzystanie fotografii do wizualnego pogłębienia danego tematu. Łączy obserwację ze skrupulatnym zbieraniem informacji. Wyniki są od razu widoczne – zdjęcia to gotowy materiał do analizy i na wystawę.

## KIEDY UŻYĆ?

Fotoreportaż jest bardzo uniwersalny. Można go stosować przy różnych okazjach:

- Gdy chcemy lepiej poznać jakąś przestrzeń (np. nieznaną dotąd fragment dzielnicy, który może stać się terenem działania domu kultury; park, w którym mało się dzieje i w którym warto by coś zrobić; budynek, który dzielnica zdecydowała się przekazać na cele kulturalne). Dzięki fotoreportażowi dotrzemy do różnych perspektyw patrzenia na to samo miejsce, do znaczeń przypisywanych mu przez rozmaite grupy, do wielu sposobów odbierania danej przestrzeni.

- Gdy chcemy lepiej poznać jakąś grupę społeczną (np. rodziców z małymi dziećmi czy seniorów, bo za mało ich znamy, żeby wiedzieć, co im możemy zaproponować; lokalnych artystów, z jakimi warto współpracować i jakim można pomóc w promocji w zamian za merytoryczną pomoc czy przedsiębiorców, których można pozyskać do współpracy). Fotoreportaż pozwoli poznać kilkoro przedstawicieli. Nie należy martwić się, że będzie to grupa niereprezentatywna. W tego rodzaju badaniu ważne jest, że zdobywamy głęboki wgląd w życie ludzi i ich rozumienie spraw. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że podobni im ludzie będą mieli podobne zwyczaje i upodobania.

- Gdy szukamy odpowiedzi na ważne dla nas pytania dotyczące samego domu kultury. Obiektów można skierować na siebie, robiąc reportaż o swojej instytucji. Jest to bardzo cenne, ponieważ zwykle każdy, kto pracuje w domu kultury lub korzysta z jego oferty, zna go jedynie od swojej strony. Poznanie całości pomoże zintegrować zespół i zaangażuje uczestników zajęć.

Tematem najbardziej ambitnym, wymagającym pewnego za-

awansowania jest fotoreportaż zaangażowany społecznie, którego celem jest zbadanie jakiejś kwestii społecznej (np. warunków życia rodzin wielodzietnych i odpowiedź na pytanie, dlaczego dzieci z takich rodzin nie pojawiają się w domu kultury).

## JAK TO SIĘ ROBI?

Metodę może realizować jedna osoba, ale więcej różnorodnego materiału przyniesie fotoreportaż tworzony przez grupę.

Jeżeli w domu kultury jest koło fotograficzne lub zespół szkolnych dziennikarzy, można zaproponować im współpracę.

Jeśli nie ma nic takiego, można rozpuścić wici i ogłosić, że szukamy osób zainteresowanych fotografią i dziennikarstwem (chodzi o ludzi, którzy mają umiejętności i ochotę do opowiadania zdjęciami, a także wrażliwość społeczną). Pamiętajmy, że młodzi ludzie często, nawet jeśli nie myślą o zawodowej fotografii, potrafią obsługiwać sprzęt fotograficzny.

## KROK 1 / PRZYGOTOWANIE

Na początku wspólnie, najlepiej podczas spotkania-warsztatu, zastanówmy się nad tematem, który chcemy lepiej poznać. Celem pierwszych zajęć jest:

- podzielenie się dotychczasową wiedzą;
- uświadomienie sobie, czego nie wiemy i na co, pracując, powinniśmy zwrócić uwagę (patrz OD CZEGO ZACZAĆ?, s. 8);
- określenie dodatkowych, oprócz fotografii, materiałów i danych, które będą przydatne (np. dokumenty na temat interesującej nas starej kamienicy, rozmowy z użytkownikami fotografowanego parku lub informacje o portretowanych osobach);
- podział prac – ustalenie, kto co robi, do kogo może dotrzeć, jakie materiały przydatne w projekcie może zdobyć.

Dobrze jest zapisać na dużej kartce, jakich rzeczy chcemy się dowiedzieć.

## KROK 2 / REALIZACJA

Fotografowie pracują indywidualnie. Każdy ma plan działania ustalony podczas pierwszego spotkania i według niego wypełnia

zadania. Na samo robienie zdjęć dajmy sobie przynajmniej tydzień (a nawet lepiej dwa), tak żeby każdy reporter spokojnie zrealizował swoje wizje i miał czas na poszukanie innych materiałów. W czasie pracy pamiętajmy, że:

- Fotoreportaż, podobnie jak reportaż literacki, jest pewną zamkniętą całością, która ma swój początek (zdjęcia otwierające) i koniec (zdjęcia zamykające). Kolejność zdjęć musi być przemyślana i nieprzypadkowa.

- Fotografowanie i sam fotoreportaż to nie jedynie dokumentacja. Zadaniem autorów zdjęć jest tworzenie historii, która zawsze jest subiektywną interpretacją rzeczywistości.

- Dobry fotoreportaż powinien zawierać między innymi plan ogólny, portret oraz zbliżenie. Można zaprosić przed obiektyw osoby, które są odpowiedzialne za dany projekt, ustawić je na ciekawym tle i zrobić kilka portretów. Fotograf powinien zwracać uwagę też na szczegóły i detale.

- Fotografując, należy pamiętać o tym, że lepiej jest zrobić więcej zdjęć niż mniej – zawsze można potem część odrzucić, gorzej, gdy okazuje się, że czegoś ważnego nam brakuje (np. gdy fotografujemy miejsca, zadbajmy o to, aby wśród naszych fotografii znalazł się i daleki kadr, i bliski, ujęcia z różnych stron: od przodu, od tyłu, w pionie i w poziomie, o różnej porze dnia i przy różnym świetle, w zależności od tego, która sceneria lepiej odda przesłanie fotoreportażu).

- Najtrudniejszą kwestią jest dobra kompozycja. Uważnie kadrujemy nasze zdjęcia. Fotografując osobę, zwracamy uwagę na tło (unikajmy obiektów, np. latarni, lamp czy drzew wystających zza głowy), na kolory otoczenia (tło nie może odciągać uwagi od twarzy portretowanego). W portretach stosujemy niską głębię ostrości (niskie wartości przestony). Przy scenach ogólnych pamiętajmy o planach. Dobre reporterskie zdjęcie powinno zawierać kilka planów (conajmniej dwa), które w jakiś sposób ze sobą korespondują, przez co zdjęcie staje się bardziej dynamiczne.

- Fotoreportaż powinien składać się z kilku lub kilkunastu zdjęć. Klasyczny fotoreportaż prasowy zawiera 6-7 fotografii, jednakże dziś, w dobie internetu, możemy sobie pozwolić na nieco więcej. Pamiętajmy jednak o tym, żeby nie zatracić spójnego charakteru cyklu. Siła przekazu jest większa, jeśli oko odbiorcy nie musi skupiać się na zbyt wielu elementach.

## KROK 3 / ANALIZA WYNIKÓW

Podsumujemy naszą pracę na warsztacie wydobywczym. W ustalonym terminie grupa spotyka się, żeby pokazać zdjęcia i podzielić się zebraną wiedzą. Zastanówmy się wspólnie, co z tego wynika i co z tym dalej robić (wystawę, publikację w lokalnej gazecie itd.). Z poszczególnych elementów (zdjęć, materiałów) staramy się stworzyć spójny i bogaty obraz badanej kwestii. Dobrze jest mieć kartkę z pierwszego warsztatu, na której zapisywaliśmy nasze pytania. Czasem w tym momencie okazuje się, że jeszcze czegoś nam brakuje i trzeba będzie do jakiegoś miejsca, osoby wrócić. Na tym etapie można jeszcze raz przeprowadzić ćwiczenia z wyobraźni i zastanowić się co, z tego, co zebraliśmy, nadawałoby się do druku.

## ĆWICZENIE Z WYOBRAŹNI

Realizując tę metodę, warto wyobrazić sobie, że jesteśmy dziennikarzami i opracowujemy temat na zlecenie jakiejś gazety. Musimy dostarczyć rzetelnych informacji, które zainteresują czytelników i jednocześnie dobrze zagadnienie zilustrować materiałem zdjęciowym.

## KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Sposobów prezentacji wyników fotoreportażu może być kilka. Najbardziej oczywiste to wystawa lub publikacja w lokalnej gazecie.

## OGRANICZENIA – NA CO UWAGAĆ?

Uważajmy na:

- Powierzchnowe potraktowanie tematu. Samo pstryknięcie zdjęcia nie da nam wartościowej wiedzy. Robienie fotografii musimy połączyć z:

- » porządnym namysłem nad tematem i sposobem jego uchwycenia (najlepiej pracować nad tym w grupie),
- » ciekawym pomysłem na inne, oprócz zdjęć, źródła wiedzy,

- » cierpliwością i gotowością powracania do miejsc, ludzi (może się okazać, że nie wystarczy jedna wizyta),
- » obowiązkowym warsztatem zbierającym doświadczenia z realizacji fotoreportażu,
- » świadomą i zrobioną wspólnie edycją zdjęć (czyli wyborem kilku lub kilkunastu fotografii, które ułożą się w spójną historię – pamiętajmy, że edycja to nie obróbka w photoshopie).

• Brak umiejętności niedoświadczonych reporterów. Pewne tematy wymagają wyczucia, odwagi, kompetencji w zbieraniu danych i umiejętności dotarcia do ciekawych ludzi, których nie zawsze znamy osobiście. Reporterskie doświadczenie można zdobywać, zaczynając od łatwiejszych tematów.

• Choć niedawno prawo dotyczące zakazu fotografowania miejsc publicznych stało się mniej surowe, nadal może to być zabronione (często na przykład w centrach handlowych). Trzeba zawsze uzyskać pozwolenie od administratorów lub właścicieli budynku. W szkołach i urzędach nie ma takiego zakazu, ale tak czy inaczej lepiej uprzedzić władze instytucji o naszej pracy.

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Fotoreportaż dostarcza przede wszystkim ilustracji wybranego zagadnienia.

Dodatkowo otrzymujemy połączenie obrazu i informacji, co daje nam ogromne możliwości. Jesteśmy w stanie nie tylko zobaczyć, jak funkcjonuje dane miejsce, jak zachowują się ludzie, ale zrozumieć znaczenia, jakie się za tym kryją, specyfikę danej grupy społecznej, dotrzeć do informacji, których nigdy byśmy nie odkryli. Fotoreportaż pozwala zobaczyć dane zagadnienie z wielu różnych perspektyw i wyjść poza nasz własny punkt widzenia.

Jeśli poćwiczmy na łatwiejszych tematach, możemy pokusić się o fotoreportaż zaangażowany społecznie.

## WARIANTY

Wariantem metody może być fotoesej, który pozwala na więcej swobody. Tu zdjęcia mogą być mniej dostawne, nie muszą mieć tak perfekcyjnej kompozycji, chodzi w nich raczej o pewien klimat. Esej fotograficzny pozwala na autorską wypowiedź, która w bardziej subtelny sposób opowiada o wydarzeniu, ludziach, zjawisku.

## PRZYKŁADY Z MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W JÓZEFOWIE

W Józefowie uczestnicy zajęć z fotografii portretowali miejscowych przedsiębiorców. To ciekawa i różnorodna grupa bardzo rzadko pojawiająca się w domu kultury. Każdy uczestnik wybrał ze swojej sieci znajomych jedną osobę, do której może dotrzeć, która zajmuje się biznesem i która jest jakoś związana z Józefowem. Dodatkowo na zajęciach ustalono zestaw kilku bardzo prostych pytań i zadawano je wszystkim portretowanym. Pytania dotyczyły biznesu, Józefowa i domu kultury.

Projekt rozbudził ciekawość fotografów na tyle, że postanowili go kontynuować, robiąc portrety rzemieślników.



Pani Ewa: jej historia zawodowa jest imponująca. Od obwoźnej sprzedaży lodów Bambino w czasach, gdy pustki w sklepach były widokiem codziennym, poprzez sklepy spożywcze, mięsne, chałupnictwo, sklep z tanią odzieżą, aż po obecny sklep odzieżowy z równoległym działającym solarium i pralnią chemiczną. Bez pasji i zaangażowania tego się nie da zrobić.

– Czy korzysta Pani z oferty Domu Kultury?  
– Nie mam kiedy...w tygodniu pracuję, w weekendy jeżdżę na festyny i sprzedaję gofry, choć wiem że w domu kultury się dużo dzieje.



## 🕒 CZAS:

- OD DWÓCH DO KILKUNASTU TYGODNI W ZALEŻNOŚCI OD WARIANTU

## DODATKOWE KOMPETENCJE:

- DO PROWADZENIA PROJEKTU POTRZEBNY JEST KOORDYNATOR – OSOBA DOBRZE ZORGANIZOWANA I DECYZYJNA



## LICZBA OSÓB:

- BADACZY: KOORDYNATOR ORAZ ZESPÓŁ (W ZALEŻNOŚCI OD SKALI I CZASU PROJEKTU, JEDNA LUB KILKA ZAANGAŻOWANYCH OSÓB)
- BADANYCH: DOWOLNA

## WIEK BADANYCH:

- DOWOLNY

## ⊖ MINUSY:

- WYMAGA DOŚĆ DUŻEGO ZAANGAŻOWANIA PRACOWNIKÓW DOMU KULTURY
- METODĘ TRUDNO JEST ZREALIZOWAĆ PRZY OKAZJI, JAKO DODATEK DO NORMALNEGO PROGRAMU DOMU KULTURY
- SPACEROWNIK POWINIEN BYĆ WPISANY W OFERTĘ JAKO JEDEN Z PROJEKTÓW DOMU KULTURY. NALEŻY SIĘ UPEWNIĆ, CZY PRACOWNICY BĘDĄ MIELI NA NIEGO CZAS



## CO BĘDZIE POTRZEBNE:

- DUŻA MAPA OKOLICY
- BRYSTOL LUB TWARDY KARTON
- NOŻYCZKI
- KOLOROWE FLAMASTRY
- SZPULKA SZNURKA (CO NAJMNIEJ 20 M, DOBRZE SIĘ SPRAWDZA ZWYKŁY, SZARY, SZNUREK JUTOWY, JEST TANI, MOCNY I DOBRZE WYGLĄDA)
- KLAMERKI DO BIELIZNY (CO NAJMNIEJ 30 SZT.)
- WYKAŁACZKI
- MASA SAMOPRZYLEPNA (NP. PATAFIX) LUB PLASTELINA
- KILKA STOŁÓW I KRZESEŁ
- KOMPUTER WYPOSAŻONY W ODPOWIEDNI PROGRAM DO SKŁADANIA TEKSTU (NP. INDESIGN, MS PUBLISHER, SCRIBUS ITP.)

## ⊕ PLUSY:

- BADANIE JEST CIEKAWYM PROJEKTEM ANIMACYJNYM, KTÓRY OŻYWIA SPOŁECZNOŚĆ LOKALNĄ
- PROJEKT WYCHODZI POZA MURY DOMU KULTURY I PRZYCIĄGA DO NIEGO NOWE OSOBY
- PROJEKT NIE WYMAGA PRZEZNACZENIA NA NIEGO OKREŚLONEJ ILOŚCI CZASU. MOŻE TRWAĆ TYLKO, ILE JEDNO SPOTKANIE Z GRUPĄ MIESZKAŃCÓW, ALE MIEJSCA I HISTORIE MOŻNA TEŻ ZBIERAĆ PRZEZ CAŁY ROK

## CO TO JEST?

Razem z mieszkańcami tworzymy przewodnik po okolicy. Szukamy interesujących miejsc i zbieramy związane z nimi historie. Co może trafić do spacerownika? Wszystko, co jest ciekawe. Wszystko, co warto pokazać. Chodzi o miejsca ważne dla naszej miejscowości, które nadają jej charakter, z którymi wiążą się historie, opowieści, legendy, plotki, gdzie miały miejsce wydarzenia duże i małe, gdzie mieszkaly postacie znane i nieznane, gdzie toczy się życie i spotykają się ludzie, o których się rozmawia i które wspomina.

## KIEDY UŻYĆ?

- Gdy chcemy lepiej poznać i zrozumieć społeczność, w której pracujemy.
- Kiedy szukamy pomysłów na projekty animacyjne skierowane do mieszkańców. Jeśli interesuje nas lokalna tożsamość.
- Gdy szukamy zasobów społeczności – miejsc, ludzi, instytucji – które warto włączyć w działania domu kultury.

## JAK TO SIĘ ROBI?

### KROK 1 / PRZYGOTOWANIE

Spacerownik to dość duże przedsięwzięcie, więc trudno poprowadzić je w pojedynkę. Dlatego na początku staramy się znaleźć osoby, które będą miały czas i ochotę zaangażować się w projekt. W zależności od jego skali zespół może liczyć od dwóch do kilku osób. Grupa powinna wybrać koordynatora (będzie on czuwał nad całością), ustalić plan działania, harmonogram oraz podzielić się obowiązkami.

### KROK 2 / KOMUNIKACJA I PROMOCJA

Powodzenie akcji zależy od tego, czy mieszkańcy chętnie się w nią włączą. Dlatego trzeba zadbać od samego początku o to, żeby informacja o projekcie dotarła do wszystkich i żeby każdy czuł się zaproszony do udziału w planowanym przedsięwzięciu. Dobrze jest też pomyśleć, co zrobić, by ludzie wiedzieli, w jaki sposób mogą dorzucić coś od siebie – kiedy można przyjść do domu kultury, do kogo można się udać, czy można własne spostrzeżenia, pomysły zgłaszać przez internet. Warto stworzyć jak najwięcej okazji do tego, by mieszkańcy mogli nam opowiedzieć o swoich miejscach.

Projekt można promować na różne sposoby. Na pewno przyda się plakat lub ulotki. Skuteczną metodą bywa rozpuszczenie wici pocztą pantoflową. Dobrym sposobem jest też na przykład założenie konta na Naszej-klasie albo Facebooku. A może ksiądz zechce powiedzieć o spacerowniku w niedzielę po ogłoszeniach parafialnych?

### KROK 3 / REALIZACJA

Doskonałym pomysłem na zbieranie miejsc i ich historii są spotkania przy mapie. W takim wypadku konieczna jest mapa naprawdę duża (np. 1x1 m). Powinna ona być dość szczegółowa, na tyle dokładna, by było na niej widać pojedyncze domy, drogi, ścieżki, place zabaw. Można skorzystać z gotowej, jeśli dysponujemy egzemplarzem w dobrej skali. Czasem taką mapę ma urząd gminy. Jeśli nie uda nam się znaleźć odpowiedniej, możemy ją zrobić sami. Tu pomocne okazać się mogą mapy dostępne w internecie (np. [mapy.google.pl](http://mapy.google.pl), [targeo.pl](http://targeo.pl)), za pomocą programu graficznego łatwo stworzymy całość z udostępnianych w tych serwisach fragmentów. Mapę można wydrukować w dużym formacie lub na zwykłej drukarce i posklejać ze stron formatu A3 lub A4. Można ją też narysować na warsztacie wspólnie z zaproszonymi mieszkańcami. Wcześniej warto przygotować jej zarys, rzucając mapę okolicy z projektora na duży arkusz papieru i odrysowując ją w powiększeniu.

Na spotkaniach przy mapie zapraszamy mieszkańców do opowiadania o swoich miejscach i oznaczania ich na papierze. Spotkanie takie warto zorganizować przy okazji innego wydarzenia w domu kultury, które gromadzi wiele osób. Do zabawy możemy zapraszać na przykład na festynie lub po zajęciach uniwersytetu trzeciego wieku. W zbieraniu i prezentowaniu miejsc pomocne mogą być

wycięte z brystolu komiksowe „dymki”. Prosimy uczestników, by z jednej strony napisali dużymi literami nazwę miejsca, a z drugiej co sprawia, że jest ono ciekawe. Aby się nie pogubić warto „dymki” numerować.

Aby wzbudzić zainteresowanie, dobrze jest umieścić obok mapy „galerię miejsc”. Można ją zrobić choćby za pomocą sznurka i klamerki do bielizny. Mieszkańcy, którzy uzupełnili „dymek”, wieszają go w galerii. Teraz przypadkowy przechodzień łatwo może zapoznać się ze wszystkimi propozycjami.

Miejsca na mapie wygodnie jest oznaczać chorągiewkami. Można je zrobić z kolorowych kawałków papieru przyklejonych do wykałaczek. Na mapie stawiamy je na plastelinowej nóżce. Na każdej chorągiewce piszemy numer odpowiadający numerowi „dymka” z opisem miejsca. Dzięki temu łatwo można odnaleźć punkty opisane przez mieszkańców na karteczkach.

Bardzo ważne jest, żeby w trakcie spotkania rozmawiać z mieszkańcami, dopytywać się, pomagać uzupełniać „dymki”, podpowiadać, zachęcać, aktywnie zapraszać do zabawy. Często na pytanie: „Co pokazałaby Pani komuś, kto odwiedza naszą miejscowość?”, pierwsza odpowiedź brzmi: „Nie wiem” lub „Tu nic nie ma”. Rzadko jest to prawdą. Jeśli chwilę porozmawiamy, zapytamy o wspomnienia i podsunie kilka przykładów („proszę spojrzeć, mamy już bar mleczny »Kefirek« i stary, drewniany dom, w którym kręcono kiedyś znany film”), każdy znajdzie w swojej okolicy miejsce warte uwagi. Gdy przełamiemy pierwszą rezerwę, ludzie bardzo ochoczo włączają się w zabawę, chętnie i barwnie opowiadają o miejscu, w którym żyją.

Doskonałym pomysłem jest wędrowanie z mapą po miejscowości. Spotkanie można zrobić w bibliotece, w parku, w domu handlowym itp. Dobrze jest każde miejsce, w którym mieszkańcy spędzają czas. Z mapą możemy odwiedzić szkolne kółko zainteresowań, drużynę harcerską albo klub seniora. Wyjście poza dom kultury jest bardzo cenne, ponieważ możemy rozmawiać z ludźmi, których nie spotykamy na co dzień w naszej instytucji.

Spacerownik dobrze wygląda, gdy jest zilustrowany zdjęciami. Dlatego warto zaprosić do pracy miejscowych pasjonatów fotografii. Można ich poprosić o zrobienie zdjęć miejsc, o których usłyszeliśmy w trakcie spotkań przy mapie. Fotografowie chętnie przyniosą też zdjęcia miejsc, które im wydają się ciekawe.

## KROK 4 / ANALIZA WYNIKÓW

Spacerownik sam w sobie jest małym kompendium wiedzy o miejscowości. Czymś więcej niż tylko przewodnikiem po miejscach. Tworząc go, dowiemy się też dużo o ludziach i społeczności. Warto zastanowić się, jak dom kultury może wykorzystać zebrane informacje. W tym celu dobrze jest zorganizować spotkanie dla wszystkich zainteresowanych spacerownikiem. Zaprosimy nie tylko jego twórców, ale też osoby z domu kultury, które nie pracowały przy projekcie. Wspólnymi siłami z pewnością uda się znaleźć pomysły na praktyczne wykorzystanie wiedzy ze spacerownika. Może odkryliśmy historię, wokół której dom kultury chciałby zrobić jakiś projekt animacyjny? Albo osobę, z którą warto współpracować? Może znaleźliśmy miejsce czekające na wykorzystanie? Te same pytania warto oczywiście przedyskutować również w mniejszym gronie pracowników domu kultury.

## KROK 5 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Dobrym zamknięciem projektu jest opublikowanie spacerownika w wersji książkowej lub w internecie.

Najpierw należy uporządkować materiał – zrobić spis wszystkich miejsc. Następnie redagujemy treść przewodnika. W pracy wykorzystujemy zebrany materiał – z „dymków” wypełnianych przez mieszkańców wybieramy najciekawsze z zaproponowanych miejsc, uzupełniamy opisy, redagujemy, poprawiamy błędy. Gdy opisy miejsc są już gotowe szukamy fotografii, które będą je ilustrować.

Kolejnym krokiem jest sama publikacja. Aby wydać spacerownik, musimy złożyć tekst, uzupełnić go zdjęciami, zaprojektować okładkę itp. Jeśli chcemy, by spacerownik ukazał się w formie książeczki, pamiętajmy, żeby poprosić o pomoc przy projektowaniu kogoś, kto się na tym zna (np. studenta ASP). Rozejrzymy się, może w okolicy jest grafik lub graficzka, którzy chętnie włączą tę pracę do swojego portfolio?

Jeśli chcemy naszemu spacerownikowi nadać prostszą formę, np. gazetki ściennej, a w okolicy nie mamy żadnego projektanta, możemy skorzystać z popularnych programów do składu tekstu, np. MS Publisher, Scribus, Pages (MacOS). Ewentualnie możemy to zrobić nawet w edytorze tekstu, np. Open Office, MS Word. Spacerownik można wydrukować, ale jeśli nas na to nie stać, może to być publikacja elektroniczna dostępna na stronie www domu kultury lub gazetka ścienna.

## OGRANICZENIA – NA CO UWAŻAĆ?

Aby dom kultury jak najwięcej dowiedział się o życiu społeczności, dobrze jest unikać tworzenia spacerownika, który jest katalogiem zabytków. Pamiętajmy, że równie ciekawy jak drewniany kościółek z XIX wieku może być murek w parku, na którym triki ćwiczy miejska grupa skejtów lub dom, w którym podobno straszy.

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

Poznajemy lepiej społeczność, w której pracujemy, jej tożsamość, ważne dla niej miejsca, szukamy różnego rodzaju zasobów – ciekawych miejsc, ludzi, artystów, wydarzeń – które mogą przydać się domowi kultury.

## WARIANTY

Spacerownik można potraktować jako krótki projekt, który zamyka się w kilku spotkaniach, ale można też przewidzieć na jego realizację więcej czasu i bardziej go rozbudować. Czasem warto nadać mu charakter cykliczny i w kolejnych odsłonach uzupełniać o nowe miejsca lub organizować spotkania tematyczne (np. spacerownik młodzieżowy, turystyczny, historyczny itp.).

## PRZYKŁAD Z DOMU KULTURY „ŚWIT”

Dom kultury „Świt” znajduje się w Warszawie, na Bródnie. Jest to duże osiedle bloków z wielkiej płyty głównie z lat 70. i 80. Kiedy wybieraliśmy obszar badania, zwróciliśmy uwagę, że wielu mieszkańców nie identyfikuje się z miejscem, w którym żyją. Zwłaszcza nowi często nie znają nikogo na osiedlu i niewiele wiedzą o

samym Bródnie. O Bródnie można usłyszeć, że to sypialnia, że nic się tu nie dzieje, a prawdziwe życie mieszkańców toczy się w centrum miasta. Doszliśmy do wniosku, że aby związać ludzi z ich własnym osiedlem, trzeba je najpierw na nowo odkryć, odszukać miejsca, ludzi i historie, wokół których może tworzyć się bródnowska tożsamość. Spacerownik wydał się nam więc bardzo dobrym pomysłem.

Przygotowaliśmy plakaty i zaproszenie do projektu. Zaprosiliśmy przyjaciół domu kultury oraz ważne dla Bródna osoby. Mapę wydrukowała dla nas zaprzyjaźniona drukarnia. Zbieranie historii trwało trzy tygodnie. W tym czasie zorganizowaliśmy trzy spotkania w domu kultury i jedno w pobliskim liceum. Wykonaniem zdjęć zajęło się licealne koło fotograficzne. Praca przy mapie okazała się naprawdę ciekawa, każda z opowiedzianych nam historii stanowiła małe odkrycie. Efekt końcowy był imponujący – na mapie stało blisko 50 chorągiewek. W trakcie pracy nad spacerownikiem rodziły się pomysły na kolejne projekty (np. by na podwórkowych śmietnikach malować graffiti inspirowane bródnowskimi historiami i miejskimi legendami).





# Warsztat filmowy

TRUDNOŚĆ 

**⌚ CZAS:**  
• MINIMUM 2-3 TYGODNIE

**👤 LICZBA OSÓB:**  
• BADACZY: KILKUOSOBOWY ZESPÓŁ, W TYM REŻYSER I KOORDYNATOR PRACY  
• BADANYCH: DOWOLNA LICZBA

**👤 WIEK BADANYCH:**  
• OD 15 LAT WZWYŻ

**DODATKOWE KOMPETENCJE:**  
• PODSTAWOWE UMIEJĘTNOŚCI OBSŁUGI KAMERY I PROGRAMU KOMPUTEROWEGO DO MONTOWANIA FILMU

**⊖ MINUSY:**  
• ZROBIENIE FILMU, NAWET KRÓTKIEGO, WYMAGA ZAANGAŻOWANIA BADACZY I PEWNEJ DISCYPLINY (WARTO POMYŚLEĆ O REŻYSERZE, KTÓRY BĘDZIE ODPOWIEDZIALNY ZA CAŁOŚĆ)  
• KAMERA MOŻE NIEKTÓRYCH ONIEŚMIELAĆ – ZARÓWNO STOJĄCYCH ZA NIĄ, JAK I PRZED NIĄ. WARTO POŚWIĘCIĆ CZAS, BY SIĘ Z NIĄ OSWOIĆ

**✂️ CO BĘDZIE POTRZEBNE:**  
• KAMERA  
• STATYW  
• KOMPUTER  
• PROGRAM DO MONTOWANIA FILMÓW (FINAL CUT, AVID, PINACLE)  
• KASETY MINIDVD  
• MIKROFON  
• KABEL XRL (DŹWIĘKOWY)  
• SŁUCHAWKI  
• DYSKI ZEWNĘTRZNE  
• KABEL FIRE WIRE

**⊕ PLUSY:**  
• TWORZENIE FILMU TO ATRAKCYJNA FORMA PRACY DLA MŁODYCH (ZAPRASZAJĄC MŁODZIEŻ, MOŻNA UŻYĆ RÓŻNYCH ARGUMENTÓW: OBIECAĆ, ŻE BĘDĄ WYMNIENIENI JAKO AUTORZY FILMU, ŻE PODSZKOLĄ SIĘ W ICH MONTOWANIU, MOŻNA TEŻ POWIEDZIEĆ, ŻE BĘDĄ MOGLI WPISAĆ DO CV UDZIAŁ W TAKIM WARSZTACIE)  
• METODA ZAPEWNI ATRAKCYJNY SPOSÓB PRZEDSTAWIANIA WYNIKÓW – FILM BARDZO ŁATWO SIĘ OGLĄDA, PRZYSWOJENIE TREŚCI NIE WYMAGA DUŻEGO POŚWIĘCENIA, A JEDNOCZEŚNIE SĄ ONE LEPIEJ ZAPAMIĘTYWANE  
• WARSZTAT FILMOWY TO MOŻLIWOŚĆ PRZEKAZANIA NIE TYLKO WYPOWIEDZI LUDZI, ALE I ZAPREZENTOWANIA OBSERWACJI – POKAZANIA, JAK WYGLĄDAJĄ PEWNE MIEJSCA CZY SYTUACJE  
• BADANY NIE MA WRAŻENIA, ŻE BIERZE UDZIAŁ W NUDNYM BADANIU

## CO TO JEST?

Warsztat filmowy możemy wykorzystać jako pretekst do nakręcenia filmu-reportażu na zadany temat.

## KIEDY UŻYĆ?

Warsztat filmowy możemy wykorzystać pod warunkiem, że mamy zaplecze i instruktora, który się zna na montowaniu filmów.

Jest to dobra metoda do badania stref słabo rozpoznanych. Pozwala eksplorować nieznane obszary i często dopiero ona dostarcza wiedzy, dzięki której można postawić konkretne pytanie badawcze.

Warsztat filmowy wyjątkowo dobrze sprawdza się, gdy chcemy zaangażować młodzież. Nie jest ona skłonna do dzielenia się z dorosłymi czy z przedstawicielami instytucji swoim zdaniem albo pokazywania swojego świata. Zrobienie filmu lub możliwość wystąpienia w nim daje młodym ludziom poczucie sprawczości (stają się bohaterami, czują się docenieni). Pozwala także zrealizować własne potrzeby kreatywne. Film dodatkowo jest medium dobrze znanym młodym ludziom. Niekiedy wydaje się, że wręcz myślą kadrami czy sekwencjami scen. Warto to wykorzystać.

## JAK TO SIĘ ROBI?

Warsztat filmowy jest dość wymagającą metodą – potrzebne są zarówno spotkania grupowe, jak i czas na samodzielną pracę.

### KROK 1 / POCZĄTEK

Zacząć należy od stworzenia zespołu, który zrealizuje film. Pamiętajmy, żeby w grupie był koordynator – organizujący pracę oraz reżyser – osoba odpowiedzialna za wizję filmu. Wspólnie należy ustalić temat i to, na czym się będziemy skupiać. Realizując potem materiał, trzeba pamiętać o tych założeniach – może się okazać, że interesują nas tysiące innych rzeczy, ale czy mieszczą się one w naszej koncepcji?

Jedno spotkanie musimy poświęcić na zaplanowanie pracy. Każdy powinien z niego wyjść, wiedząc dokładnie co, kiedy i z kim ma zrobić.

Przed rozpoczęciem zdjęć powinien powstać scenariusz.

Zanim zabierzemy się do pracy, warto zrobić warsztat praktyczny i krótkie ćwiczenie pozwalające oswoić się ze sprzętem, zasadami działania kamery. Może to być pięciominutowe nagranie – przedstawianie się członków zespołu. Każdy z uczestników raz pełni rolę operatora-realizatora, a raz rolę bohatera. Dobrze, żeby zespół poczuł, jak to jest stać z jednej i drugiej strony kamery i wspólnie omówił doświadczenia.

### KROK 2 / REALIZACJA

Robienie filmu polega na pracy grupowej i współpracy z ludźmi – zarówno osobami z zespołu, jak i filmowanymi.

### KROK 3 / ANALIZA WYNIKÓW, CZYLI OBRÓBKA MATERIAŁU

Trzeba na to poświęcić drugie tyle czasu, co na nakręcenie materiału. Na tym etapie ważne jest wspólne oglądanie nagranych scen, omawianie tego, co się udało uchwycić, a czego brakuje. Analiza wykonana w zespole pomoże wyłonić wizję tego, jak należy zmontować film. Montaż wykonuje jedna osoba, ale reszta może jej pomagać (trzeba tylko uważać, żeby pomaganie nie zamieniło się w przeszkadzanie). Gdy pojawiają się wątpliwości, decydujący głos ma reżyser.

### KROK 4 / PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW

Ostatnim etapem pracy jest oczywiście pokaz filmu. Możemy go zorganizować albo w bardziej kameralnym gronie, albo na większą skalę, np. w sali kinowej domu kultury. Tak czy inaczej dobrze jest znaleźć czas na próbę techniczną – sprawdzić czy działa dźwięk, czy mamy dobrą wizję (obraz).

Jeśli ograniczamy się do kameralnego pokazu – warto poprosić widzów o zostanie chwilę dłużej na dyskusję o filmie. Zastanówmy się wspólnie, czego nowego się dowiedzieliśmy, co nas zaskoczyło, jak te informacje mogą być pomocne w pracy domu kultury?

Jeśli chcemy przedstawić nasz film większemu gronu osób – zadbajmy, aby pokaz odbywał się w takiej porze, która umożliwi większości przyjście (tj. po pracy), pomyślmy też wcześniej o tym, żeby informacja o projekcji dotarła do wszystkich mieszkańców.

## OGRANICZENIA – NA CO UWAGAĆ?

- Na realizację filmu ma wpływ pogoda, pora roku/dnia (np. jeśli chcemy umówić się na robienie zdjęć, pamiętajmy, żeby zadbać o dobrą widoczność – nie spotykajmy się zimą, wieczorem, kiedy nic nie widać).
- Musimy brać pod uwagę małą sprawność fizyczną (dotyczy szczególnie osób starszych, małych dzieci, osób niepełnosprawnych).
- Przed samym pokazem filmu pamiętajmy o próbie technicznej!

## EFEKTY – CZEGO SIĘ DOWIEMY?

W zależności od tematu i pytań stawianych sobie, możemy uzyskać różne odpowiedzi. Film jest doskonałym narzędziem pokazania nam czyjegoś spojrzenia – obiektyw rejestruje spojrzenie innej osoby, dzięki czemu poznajemy jego widzenie świata. Może się okazać, że nawet miejsca czy obiekty nam znane realizator filmu widzi inaczej niż my.

Warsztat filmowy jest dobrym narzędziem, gdy chcemy poznać perspektywę innej grupy (np. młodych ludzi, seniorów czy rowerzystów).

Tym, którzy go realizują daje też poczucie sprawczości i pozwala na twórczą realizację, co w rezultacie może ich przyciągnąć do domu kultury. Dzięki takiemu warsztatowi młodzi filmowcy czują, że w domu kultury jest miejsce na fajne działania.

## WARIANTY

Istnieje wiele odmian filmów, mogą to być reportaże telewizyjne, filmy dokumentalne albo fabularne. Warto zapoznać się z różnymi konwencjami i wybrać taką, która będzie optymalną w naszej sytuacji.

Reportaż od dokumentu różni się zabarwieniem emocjonalnym. Dokument jest bardziej subiektywny, opowiada historię bohatera, a reportaż telewizyjny to raczej połączenie informacji z komentarzami (tzw. gadające głowy). Jeśli decydujemy się na dokument, pamiętajmy o kolejnych etapach:

- dokumentacji (zbieranie i wybór materiałów na temat nas interesujący),
- scenariuszu,
- zdjęciach (dzień, kilka dni),
- postprodukcji: montaż, udźwiękowienie itp.

## PRZYKŁAD Z KLUBU

### KULTURY „FALENICA”

Podczas pierwszego spotkania okazało się, że Klub Kultury ma problem z dotarciem do młodzieży. Mieści się w miejscu trudno dostępnym (daleko od centrum, w piwnicy). Uczestnicy spotkania ustalili, że po pierwsze – Klub powinien wyjść w przestrzeń, aktywnie szukając uczestników, po drugie – zainteresować się młodzieżą, poznać lepiej jej styl życia i sposób spędzania wolnego czasu.

W realizacji warsztatu filmowego pomógł lokalny animator – Jacek Wiśnicki z Fundacji Inicjatyw Kulturalnych Plaster. Razem z młodymi nakręcił film o ich rówieśnikach. Okazało się, że młodzież nie ma miejsca, gdzie mogłaby się spotykać i przesiadywać na placu zabaw. Pracownicy domu kultury nigdy nie wpadliby na pomysł, żeby tam szukać młodych ludzi, bo miejsce przewidziane jest dla dzieci. Pojawił się pomysł, aby tam właśnie wieszać plakaty informujące o wydarzeniach w Klubie. Film był atrakcyjną formą zbierania informacji. Oglądaliśmy go w grupie, a na koniec wymieniliśmy uwagi. Każdy mówił, co go zaskoczyło, czego się dowiedział o młodych z Falenicy. Film dostarczył pracownikom domu kultury inspiracji dotyczących tego, co mogą zaproponować młodzieży.

## Jak analizować wyniki?

Analiza wyników będzie oczywiście różnić się w zależności od użytej metody. Przy każdej z metod staramy się zapewnić wskazówki co do tego, jak należy analizować wyniki w danym wypadku. Mimo to można polecić kilka ogólnych zasad.

Przed wszystkim koordynator powinien zadbać o to, żeby wyniki zostały zebrane w jednym miejscu. Jeśli mamy do czynienia z danymi elektronicznymi – załóżmy osobny folder na te pliki. Kiedy efektem naszej pracy są innego rodzaju materiały, np. rysunki, wycinanki – dobrze jest znaleźć jakieś miejsce do przechowywania ich (np. teczkę lub pudełko).

Następnym krokiem jest zastanowienie się w zespole, jak uporządkować zebrane materiały. Niech każdy się z nimi zapozna i wspólnie zastanówcie się:

- Jakie kategorie można z nich wyłonić?
- Do jakich grup przypisać?
- Na jakie poszczególne pytania odpowiadają?
- Jaką wiedzę wnoszą?

Wszystko, co nam przychodzi do głowy, możemy zanotować.

Tak uporządkowany materiał to już początek analizy. Wydzielone kategorie warto zinterpretować. Postarajmy się napisać jeden krótki akapit podsumowujący badania.

Do dyskusji nad interpretacją wyników dobrze jest zaprosić więcej osób i zorganizować tzw. warsztat wydobywczy, na którym badacze opowiadają o swoich doświadczeniach, a pozostali pomagają im interpretować zebrane materiały. O spotkaniu poinformujmy uczestników pierwszego warsztatu – chętnie poznają wyniki tego, w czym brali udział. Można też zaprosić pozostałych pracowników domu kultury. Jeśli zespół naszej instytucji widuje się regularnie, warto poświęcić jedno ze spotkań na takie omówienie. Jeśli nie ma zwyczaju cyklicznych spotkań, pomyślmy, czy nie byłoby z korzyścią zobaczyć się specjalnie z tej okazji.

## KOŃCOWY WARSZTAT WYDOBYWCZY

Podziękujmy wszystkim, że znaleźli dla nas czas i poprośmy o pomoc w analizie. Świeże spojrzenie kogoś, kto nie był świadkiem procesu, może być naprawdę pomocne.

Spotkanie zaczniemy od przedstawienia tego, co się wydarzyło: jak wyglądało dojście do postawienia pytania, dlaczego wybraliśmy taką, a nie inną metodę, jak poszła realizacja badania.

Następnie opiszmy zwięźle, co z tego wynika.

Na koniec dajmy głos zgromadzonym i zapytajmy, jak oni interpretują wyniki (każdy pomysł zanotujmy na dużej kartce).

Gdy wszyscy się wypowiedzą, możemy postarać się dojść do jakichś konkluzji. Zastanówmy się, co z tego wszystkiego dla nas jest najważniejsze. Można wrócić do pytań badawczych i zobaczyć, czy wyniki na nie odpowiadają. Można wypisać listę pytań, jakie jeszcze mamy, które narodziły się podczas dyskusji – będą one wskazywały nam ścieżkę dalszego rozwoju. Warto zastanowić się, co w związku z tym zrobić – badania w końcu mają wymiar praktyczny, ich celem jest doprowadzenie do zmian na lepsze.

Na koniec należy też przemyśleć sposób zaprezentowania wyników szerszej publiczności (nie są one przecież naszą własnością, ale dobrem wspólnym, a w jego powstaniu wzięto udział niemałe grono ludzi). Trzeba zadbać, żeby szczególnie osoby zaangażowane w badanie miały możliwość zapoznania się z jego wynikami.

# Jak przedstawić wyniki?

W zależności od użytej metody otrzymamy różnego rodzaju wyniki – czasem będą to zdjęcia, innym razem rysunki, kiedy indziej nudniejsza w odbiorze ankieta.

Naczelną zasadą jest **jawność i powszechna dostępność** wyników. Należy zadbać, aby były one osiągalne dla każdego, kto brał udział w badaniach, kogo mogą dotyczyć lub po prostu dla osób zainteresowanych życiem lokalnym.

Najprostszą metodą jest oczywiście wywieszenie krótkiej informacji w gablocie czy na tablicy ogłoszeń. Zastanówmy się jednak, ile osób je tam zauważy. Prawdopodobnie niewiele – znikną wśród innych karteczek i pism. Dlatego proponujemy, żeby eksponować je nietypowo i z rozmachem.

Jeśli jest to fotoreportaż – zróbmy publikację w gazecie, internecie, lokalnej galerii czy na parkanie domu kultury.

Gdy w ramach warsztatów powstał film – zaprośmy na projekcję w sali kinowej, a jeżeli takowej nie mamy – zróbmy pokaz, korzystając z rzutnika i laptopa.

W wypadku rysunków – zadbajmy o ich ciekawą ekspozycję, robiąc wystawę.

Kiedy zaś mamy do czynienia z nudnymi i mało atrakcyjnymi wynikami, np. z ankiet, musimy bardziej się postarać i pomyśleć, jak kreatywnie je przedstawić. Jeśli dotyczą osób w różnym wieku albo kobiet i mężczyzn – możemy wyciąć z grubych kartonów sylwetki symbolizujące te grupy tak, żeby od razu różniły się choćby wielkością – to już na pierwszy rzut oka zasugeruje różnice w udzielanych odpowiedziach (np. może być sygnałem, ile kobiet, a ilu mężczyzn odpowiedziało twierdząco na zadane w ankiecie pytanie). Jeśli osadzimy te duże postaci w jakimś stojaku i odpowiednio opisujemy – powstaną rodzaj rzeźby czy instalacji, która na pewno przyciągnie więcej osób niż wywieszka na tablicy.

Grupa początkujących dziennikarzy, aby przedstawić efekty badania, może zabawić się w organizację konferencji prasowej, na którą zaprosi przedstawicieli władz lokalnych, rodziców, nauczycieli szkoły i zwykłych mieszkańców.

Dobrym pomysłem, który może sprawdzić się w wielu sytuacjach, jest zrobienie filmu poklatkowego. Nie potrzeba do tego kamery! Wystarczy zwykły aparat fotograficzny. Robimy zdjęcia na każdym etapie pracy, np. w czasie układania puzzli, wieszania wycinanek, tworzenia z poszczególnych elementów kolażu. Następnie zdjęcia łączy się w szybki pokaz slajdów, co daje wrażenie filmu. Końcowy efekt można zaprezentować rodzicom i dzieciom, które brały udział w badaniu.

Niezależnie od tego, jaki sposób prezentacji wyników wybierzemy lub wymyślimy, zadbajmy o to, żeby odpowiednio go nagłośnić (poinformujemy lokalne media, zaprośmy mieszkańców). Pomyślimy, czy nie możemy podłączyć się pod jakieś miejscowe wydarzenie, czy koniec projektu nie zbiega się w czasie z lokalnym świętem i zaproponujemy nasz pokaz jako jeden z punktów programu na regionalnych dożynkach, podczas święta miasteczka, dni ulicy lub innej podobnej imprezy.

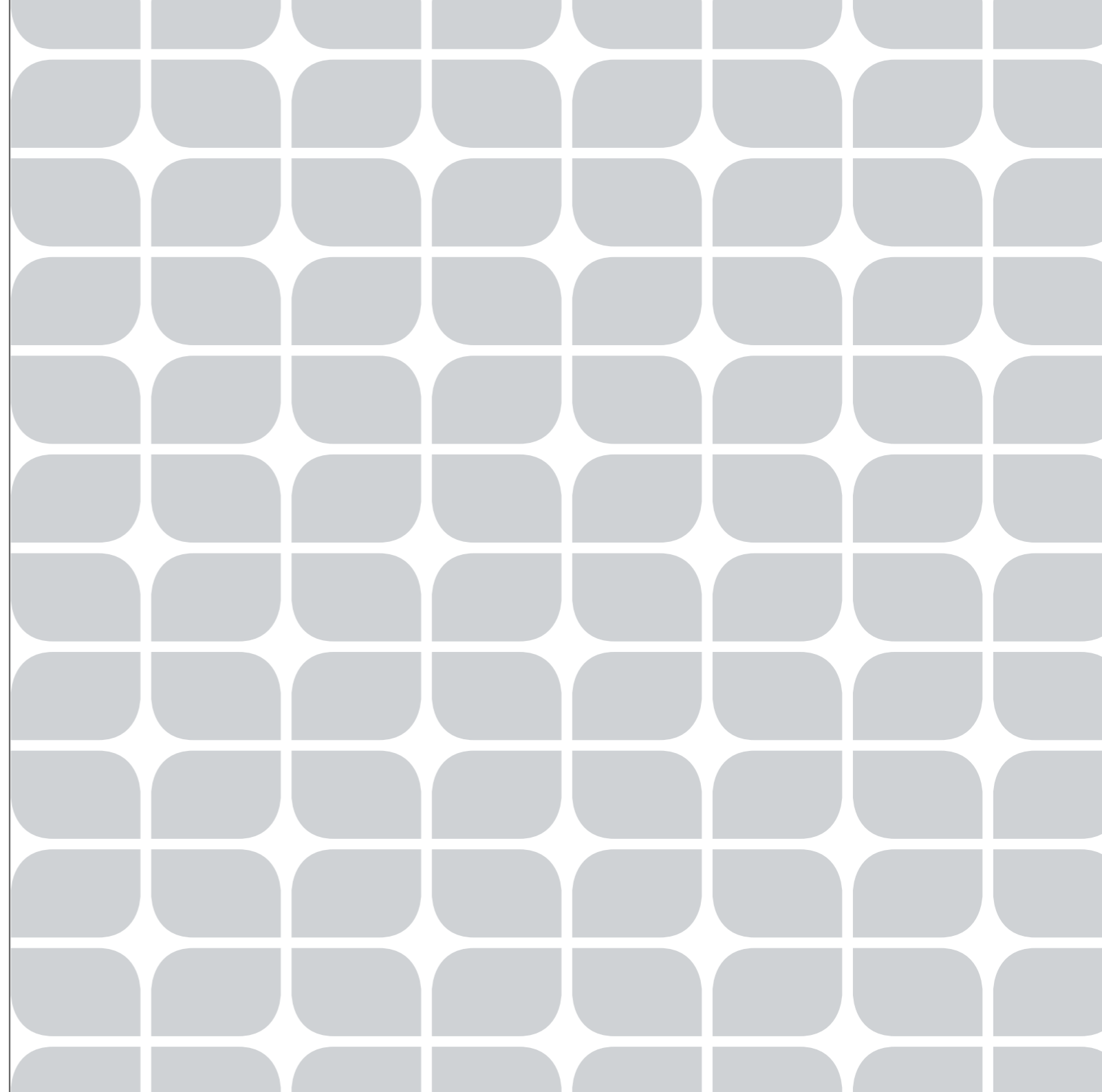
Dobrym pomysłem jest otwarta i interaktywna forma raportowania wyników. Zawsze warto zastanowić się, w jaki sposób mieszkańcy mogą dołączyć swoje komentarze i uwagi. Może znajdziemy miejsce na tablicę, na której mogą docześcić spisane na karteczkach uwagi?

## POWODZENIA!

Jeśli kiedyś wykorzystacie któreś z opisanych przez nas metod albo będziecie mieli jakieś pytania, napiszcie do nas. Będzie nam bardzo miło!  
[badania@e.org.pl](mailto:badania@e.org.pl)



towarzystwo  
inicjatyw  
twórczych



## **CHCEMY TWORZYĆ ŚWIAT, W KTÓRYM LUDZIE Z PASJĄ DZIAŁAJĄ DLA SIEBIE I DLA INNYCH.**

Od 2002 roku realizujemy projekty społeczno-kulturalne w całej Polsce. Pracujemy z młodymi ludźmi, animatorami kultury, pracownikami organizacji pozarządowych i domów kultury, nauczycielami i artystami oraz seniorami. W naszych przedsięwzięciach sztuka staje się narzędziem społecznej zmiany. Prowadzimy działania, które pozwalają uczestnikom odkryć własne pasje i uczyć ich twórczego myślenia. Naszym celem nie jest tylko zwiększenie kompetencji kulturowych uczestników, ale przede wszystkim stymulacja aktywności i odpowiedzialności za miejsce, w którym żyją. Przygotowujemy młodych ludzi, animatorów kultury i seniorów do uruchamiania własnych projektów. Wydajemy publikacje, organizujemy pokazy filmowe i wystawy. Zabieramy głos w sprawach dotyczących animacji i rozwoju kultury w Polsce.

Prowadzimy działania ogólnopolskie. W naszych projektach dotacyjnych wspieramy inicjatywy: młodych ludzi („Młodzi menedżerowie kultury”) i seniorów („Seniorzy w akcji”), promujemy działania na rzecz tolerancji („Dla tolerancji” realizowane wspólnie z Fundacją im. S. Batorego). Pomagamy młodym ludziom zrealizować pierwsze filmy dokumentalne („Przedszkole Filmowe” realizowane wspólnie z Mistrzowską Szkołą Andrzeja Wajdy). Inspirujemy do badania lokalnej tożsamości („Polska 8/18”, „Aby – film, fotografia i teatr na wsi”).

Tworzymy książki oraz filmy promujące tematykę społeczną i dobre praktyki działań w sferze kultury.

Inicjujemy działania, których celem jest wzrost zaangażowania obywateli w życie publiczne - przede wszystkim w obszarze kultury. („ZOOM na domy kultury” oraz „REANIMATOR” - program skierowany do animatorów kultury w Warszawie).

Ożywiamy przestrzeń kulturalno-społeczną Warszawy. Prowadzimy „Animatornię”, która łączy w sobie osiem różnych działań z obszaru sztuki społecznie zaangażowanej. Zapraszamy mieszkańców stolicy do spotkania z fotografią, filmem i designem (min.: „Migawki”, „Kino Filmów Dokumentalnych”, „Bajkowanie”, „Pracownia Design”).

Towarzystwo stale rozwija się i zmienia razem z nami: realizujemy projekty, które wynikają z naszych pasji i obserwacji świata wokół. Jesteśmy wierni ważnym dla nas wartościom: autentyczności, wysokiej jakości propozycji i czerpaniu satysfakcji z naszych działań.

Kontakt:

Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”

ul. Mokołowska 55/50

00-542 Warszawa

tel.: (22) 627 46 41, (22) 396 55 16

[www.e.org.pl](http://www.e.org.pl)