

IVADAS Į LANKYTOJŲ STUDIJAS

Elison Džeims (Alison James)
Muziejų konsultantė
www.alison-james.co.uk
2005

Lankytojų studijos: kas tai?

Lankytojų studijų esmė – tai dėmesio sutelkimas į lankytoją planuojant darbą, taigi – didesnė muziejų bei galerijų orientacija į lankytoją.

Lankytojų studijos gali būti pritaikytos visam muziejuose vykstančiam darbui – ne tik parodoms, bet ir edukacinėms programoms, visuomenei platinamoms skrajutėms, informaciniais biuleteniais bei ekspozicijos eksponatų aprašams.

Lankytojų studijų dėka jūs galite išsiaiškinti, kas yra jūsų lankytojai, kokie jų norai ir ką jie mano apie jūsų muziejų ar galeriją. Galėsite sužinoti kas ir kodėl pas jus nesilanko.

Kad lankytojų studijos būtų efektyvios, turite žinoti:

Ką norit išsiaiškinti
Kodėl jūs tai norite sužinoti
Kaip jūs tai išsiaiškinsite
Ką apklausite
Kam ta informacija reikalinga
Kaip jūs ją perteiksite

Jūs turėtumėte apgalvoti ir **ką** darysite su surinkta informacija – kaip ją analizuosite ir kaip pasinaudosite analizės išvadomis.

Tik atsakius į šiuos klausimus, bus galima pasitelkti konkrečias priemones reikiamai informacijai gauti.

Anksčiau muziejai nebuvo linkę vertinti savo darbo. Viena iš priežasčių, kodėl taip atsitikdavo – buvo galvojama, kad tam reikia daug laiko, taigi – neapsimoka. Dėl tokio požiūrio ėmė stigti informacijos, reikalingos sprendimams priimti. Daug kas buvo daroma pabandymui ir nepasiteisindavo. Tokia pozicija ilgainiui gali brangiai kainuoti ir atimti daug laiko.

Palaipsniui ši nuomonė keičiasi, ypač JAV ir Jungtinėje Karalystėje. Tai vyksta dėl to, kad didėja muziejų atskaitomybė ir auga poreikis surasti tinkamus jų veiklos vertinimo būdus. Procesą įtakoja ir tai, kad vis labiau įsiklausoma į auditorijos nuomonę.

Lankytojų studijos padeda ne tik formuluoti naujus klausimus, bet ir gerinti darbą. Kuo daugiau sužinome, tuo tampa aiškiau, kodėl ir ką darome, kuris kelias yra geriausias mūsų tikslams pasiekti.

Lankytojų studijos suteikia informaciją tolimesniam planavimui; padeda įvertinti teikiamų paslaugų efektyvumą ir plėtoti naujų projektų idėjas; įvertina pokytį, akivaizdžiai parodo edukacinį poveikį ir įtaką, vysto dialogą su lankytojais. Lankytojų studijos gali būti panaudotos dalinantis patirtimi, derinant projekto narių nuomones komandos viduje, padėti gauti visuomenės

pritarimą projektams.

Kada imtis lankytojų studijų?

Nuo pat projekto pradžios vertinimai turi būti sudėtinė jo dalimi. Vertinimus reikia integruoti taip, kad jie būtų naudingi visiems projekto dalyviams. Būtina nuolat rinkti esminę informaciją apie lankytojus.

Pradinis įvertinimas reikalingas tam, kad susivoktumėm nuo ko pradėti, kai norėsime vertinti konkrečias sritis. Jums reikia žinoti, kokios yra teikiamos paslaugos, apsilankymų muziejuje ar galerijoje istoriją, kokias papildomas priemones ir resursus galima pasitelkti, jūsų darbą ribojančius suvaržymus, bet kokią kitą galinčią turėti įtakos informaciją. Greta šių išankstinių duomenų reikalingi trijų pagrindinių tipų vertinimai: **preliminarusis**, **formuojantis** ir **apibendrinantis**. Kiekvienai pakopai būtina identifikuoti tikslinę auditoriją (tai gali būti ir lankantys, ir nelankantys muziejų žmonės), kad galėtumėt tinkamai parinkti modelį.

Pradžia: preliminarusis

Preliminarus vertinimas atliekamas prieš pradedant projektą. Prieš pradedant planuoti naujo projekto laiką, pinigus ir kitus resursus, reikia išsiaiškinti, ko nori, ką žino, ko tikisi lankytojai ir kokiom idėjom jie gyvena. Galite kalbinti ir esamus, ir potencialius lankytojus, taip išsiaiškinsit auditorijos augimo galimybes. Tuomet turite identifikuoti specifinio projekto tikslinę auditoriją ir sutelkti į ją dėmesį. Preliminarus vertinimas yra savotiška muziejaus marketingo lankytojams forma. Kuo daugiau žmonių apklausite planavimo stadijoje, tuo geresnis bus galutinis rezultatas, tuo daugiau žmonių žinos apie jį. Šie žmonės jausis projekto dalimi. Reikia rasti geriausias bendravimo su mokytojais priemones arba sužinoti išankstinę žmonių nuomonę apie planuojamą parodą.

Eiga: formuojantis

Formuojantis vertinimas atliekamas prieš priimant galutinį sprendimą investuoti į projekto planavimą ir įgyvendinimą dideles pinigų sumas, siekiant patikrinti ar iš tiesų verta tai daryti. Formuojantis vertinimas suteikia jums galimybę atsitraukti ir lyg iš šalies įvertinti, ar padaryta viskas, kas įmanoma. Galima išbandyti natūralaus dydžio interaktyvių eksponatų modelius ir įsitikinti, ar jie yra veiksmingi siekiant mokomųjų tikslų, galima išsiuntinėti planuojamo leidinio rankraštį mokytojams ir gauti jų komentarus arba aptarti tekstą su lankytojų grupe. Šis procesas suteikia žmonėms, su kuriais konsultuojamės, projekto dalininko jausmą ir yra išankstinė reklama projektui. Jūs galite konsultuotis su tais pačiais žmonėmis, su kuriais bendravote preliminarinio įvertinimo metu, arba su nauja grupe.

Pabaiga: apibendrinantis

Apibendrinantis vertinimas susideda iš klausimų projektui pasibaigus. Tai noras išsiaiškinti, ar projektas pasiekė tikslus, ir priežastis, kodėl jų nepavyko nepasiekti. Tai labiausiai paplitusi vertinimo forma, deja, šioje stadijoje dažniausiai per vėlu spręsti problemas. Vertinimui artėjant prie šios stadijos vis didesnė tampa tikimybė, kad apibendrinantys rezultatai bus teigiami. Kad vertinimas būtų efektyvus, būtina palyginti išvadas su preliminarinių vertinimų duomenimis, gautais prieš pradedant projektą. Būtina turėti aiškius tikslus, kurie ir yra sėkmės vertinimo kriterijus. Rezultatai gali būti panaudoti kuriant panašius projektus ateityje. Vertinimams atlikti galima panaudoti mokinių atsakymus į klausimus apie tai, kaip jie vertina darbo grupes, kurių veikloje jie dalyvavo, galima paprašyti lankytojus po parodos apžiūros užpildyti anketas, ar tiesiog stebėti lankytojų reakciją parodoje.

Vertinti galima ir ne iš karto po renginio, o po tam tikro laiko tarpo. Tuomet įvertinsime ilgalaikį

muziejuje gautos patirties poveikį lankytoji. Galima jų paklausti, ką jie prisimena iš vykusios parodos ar seminario, įvertinti, ar apsilankymas muziejuje įtakojo jų elgesį ar nuostatas.

Priemonių lankytojų studijoms pasirinkimas

Duomenys, gauti vertinant projektus, gali būti skirstomi į kokybinius ir kiekybinius.

Kiekybiniai duomenys yra objektyvesni ir paprastesni. Tai skaičiai, faktai ir statistinė medžiaga. Pavyzdžiui, jie parodo mums, kiek žmonių aplankė parodą (suskaiciuojama); kiek vidutiniškai laiko jie užtruko žiūrėdami į tam tikrą paveikslą ar kitą objektą (stebima); iš kur jie atvyko; kaip jie sužinojo apie parodą; ką jie mano apie sąlygas. Šie duomenys parodo lankytojų pasitenkinimo lygį. Kiekybinė informacija dažniausiai gaunama organizuojant apklausas. Skaičiai dažnai išreiškiami procentais. Apklausų metu siekiama, kad jos būtų kuo reprezentatyvesnės ir patikimesnės. Čia svarbiau, kokius žmones apklausime, nei kiek jų bus ar kiek laiko užtruks apklausa. Reikia užtikrinti, kad bus apklausti įvairias grupes atstovaujantys žmonės, pavyzdžiui, kad tai nebūtų vien vaikai ar vien mėgstantys apklausas lankytojai. Jei parenkami tinkami respondentai, tyrimo eigoje gautos išvados atspindės didesnės gyventojų dalies nuomonę. Vis tiksliai kiekybiniai duomenys nesuteikia gilesnės informacijos apie lankytojus.

Kokybiniai duomenys yra asmeniškėsio pobūdžio. Ši informacija labiau susijusi su požiūriais, todėl suteikia mums galimybę sužinoti, ką žmonės galvoja ar jaučia. Galime sužinoti daug įvairių požiūrių (komentarai atsiliėpimų knygoje) arba ką lankytojai patyrė (interviu). Tokie metodai padeda suprasti lankytojus. Duomenys dažniausiai yra pasakojamojo ar aprašomojo pobūdžio, juose naudojami raktiniai žodžiai ar citatos. Kokybiniai duomenys yra labai gilūs, bet atspindi tik labai nedidelės grupelės nuomonę.

Tiek kiekybiniai, tiek kokybiniai duomenys turi ir privalumų, ir trūkumų. Abeji yra svarbūs, nes parodo skirtingus dalykus. Kiekybiniai duomenys suteikia konkrečius skaičius ir naudingą apžvalgą. Jie paprastai paremti platesne, labiau reprezentatyvia apklausa. Kiekybiniais duomenimis paremti vertinimai yra paprastesni ir greičiau atliekami. Deja, skaičių interpretacija gali būti klaidinga, ir tie duomenys gali išprovokuoti daugiau klausimų nei duoti atsakymų. Kokybiniai duomenys remiasi diskusija ir idėjų, kylančių vertinimo procese, analize. Tai reiškia, kad šiuo atveju nėra faktų ir skaičių, taigi gali būti sudėtinga apibendrinti ir interpretuoti gautą informaciją ir apklaustųjų skaičius čia dažnai mažesnis.

Trianguliacija

Šis terminas naudojamas tada, kai siekiant gauti visapusiškesnį vaizdą, pasitelkiamas daugiau nei vienas metodas, pavyzdžiui: pirmiausia stebima, po to iš stebėjimo metu kilusių klausimų sudaroma anketa, po kurios būna išsamūs interviu. Kitas pavyzdys – kai projekte dalyvaujantys skirtingų grupių žmonės prašomi suteikti informaciją skirtingais būdais. Šiuo atveju užtikrinama, kad informacija bus pateikiama iš įvairių perspektyvų, parenkant tinkamiausią pateikimo būdą kiekvienai grupei. Antai vaikų prašoma nupiešti, jaunimas pateikia informaciją elektroniniu paštu ar SMS žinute, o vyresni žmonės parašo komentarą ar įrašomas pokalbis su jais. Derinant skirtingus metodus, pagrindžiami kokybiniai duomenys*. Tai padeda susieti skirtingas duomenų grupes ir daryti išvadas. Puiku, kai derinami kokybiniai ir kiekybiniai metodai, bet nebūkime per daug ambicingi, kai sprendžiame, kiek metodų naudosime.

Svarbu, kad studijos tikslai būtų aiškūs prieš ją pradėdant, nes tada galėsime pasirinkti tinkamą

* Yra matematiniai kiekybinių duomenų pagrindimo būdai, bet jie nebus čia aptariami.

metodą ar metodus. Jei tikslai yra aiškiai identifikuoti, jais remdamiesi galime atlikti analizę. Keletas pagrindinių metodų, naudojamų lankytojų studijoms, yra išvardinta tolimesniame tekste. Yra ir daugiau kūrybinių galimybių - vaidybos technikos panaudojimas, modeliavimas, lipdukai, dienoraščiai ar užrašai ir kiti būdai.

Anketos

Anketos dažnai naudojamos norint sužinoti žmonių nuomonę po apsilankymo muziejuje arba gali būti sudedamoji rinkos tyrimo dalis, pavyzdžiui, siekiant surinkti duomenis apie lankytojus. Norint sužinoti, kiek informacijos lankytojai išsiminė, anketos gali būti duodamos jiems ne iš karto po apsilankymo muziejuje, o siunčiamos praėjus tam tikram laiko tarpui. Norint sužinoti priežastis, kodėl žmonės neina į muziejų, anketos gali būti platinamos ir tiems, kurie jų nelanko.

Yra įvairių anketų administravimo būdų. Jas muziejaus personalas gali išdalinti visiems lankytojams arba pasirinktiems (pavyzdžiui, kas dešimtam lankytojui). Kitu atveju muziejaus darbuotojai gali tiesiog kreiptis į pasirinktus žmones ir kartu su jais užpildyti anketą (atlikti savotišką interviu). Tokius pat anketinius interviu galima atlikti ir telefonu. Anketos gali būti padedamos ir muziejuje ant stalo, kad žmonės, kurie to nori, galėtų užpildyti, bet šiuo būdu gauti atsakymai bus mažai reprezentatyvūs. Apklausą pagrįsta laisvo pasirinkimo principu: anketas pildo žmonės, kuriems patinka tai daryti, arba tie, kas turi itin aiškią nuomonę. Anketos gali būti išsiuntinėjamos paštu ar elektroniniu paštu, dalijamos lankytojams, kad jie užpildę jas grąžintų. Jei anketa siunčiama paštu, būtina pridėti voką su atgaliniu adresu, ant kurio būtų užklijuotas pašto ženklas. Galite ir paskatinti anketų pildytojus (suteikti jiems galimybę nemokamai aplankyti muziejų). Specialios anketos gali būti parengtos vaikams ir suaugusiems.

Anketinė informacija gali suteikti tiek kiekybinių duomenų (atsakymai į faktinius klausimus), tiek kokybinių (atsakymai į atvirose klausimus). Turite užtikrinti, kad atsakyti į klausimus būtų maksimaliai paprasta, antai jei tai daroma muziejuje, būtina pasirūpinti, kad lankytojas turėtų kur patogiai atsisėsti, ir informuoti jį, kur palikti užpildytą anketą: atiduoti darbuotojui, ar įmesti į tam skirtą dėžę. Anketos turi būti kiek galima trumpesnės. Lankytojai labiau linkę užpildyti ir grąžinti trumpesnes anketas. Dažniausiai jie taupo laiką ir praleidžia klausimus, jei jiems pabosta į juos atsakinėti, taigi tokiu atveju duomenys bus nepilni. Klausimai turėtų būti surašyti vienoje lapo pusėje, nes dažnai žmonės nepagalvoja, kad klausimų gali būti ir kitoje pusėje. Negaiškite laiko klausimams, kurie nėra svarbūs jūsų tyrimui. Išbandykite anketą apklausdami nedidelį kiekį žmonių.

Analizę paprastai atlieka kompiuteris, taigi klausimai turi būti formuluojami taip, kad nekomplikuotų analizės. Nedidelės anketos gali būti analizuojamos ir paprasto skaičiavimo būdu.

Privalumai

Tinka formuojančiam ir apibendrinančiam vertinimui (ypač pastarajam)

Galima palyginti greitai atlikti (nebent organizuosite pokalbį)

Galima surinkti ir kiekybinius, ir kokybinius duomenis

Surinkti duomenys gali pasitarnauti statistiniu ir informaciniu požiūriu

Tai žmonėms žinomas būdas

Kompiuterinė analizė suteikia galimybę palyginti įvairius klausimus/atsakymus

Galima apklausti daug žmonių

Apklausa gali būti anonimiška

Trūkumai

Sunku suformuluoti gerus klausimus (darbą palengvina nedidelė bandomoji apklausa)

Daug laiko atima duomenų suvedimas į kompiuterį ir analizė

Mažas gražinamų anketų procentas (galima išvengti, jei darbuotojai tinkamai pasirinks žmones, siųsdami anketą paštu, idės voką su pašto ženklu ir užrašytu atgaliniu adresu, skatins respondentus)

Jei anketas pildys tik mėgstantys tai daryti, apklausa nebus reprezentatyvi

Tenka pasikliauti žmonių raštingumu

Gali nebūti jokio asmeninio kontakto su respondentu

Sunku tikėtis konstruktyvios kritikos

Atsakymai gali būti klaidingai interpretuoti – nėra kaip patikrinti

Interviu

Pokalbiai su lankytojais paprastai organizuojami jų apsilankymo muziejuje metu arba po jo. Interviu gali būti imamas betarpiškai kreipiantis į lankytoją, arba telefonu. Gali būti organizuojami ir pokalbiai su grupe lankytojų (tikslinės grupės – žr. toliau). Galimi klausimai apie asmeninius išgyvenimus, suvokimą ir įgautą patirtį. Galima apklausti lankytojus prieš jiems apsilankant muziejuje ir po apsilankymo. Palyginti jų atsakymus į klausimus iki ir po vizito: pamatysime ar pakito lankytojų požiūris, ar išaugo žinių bagažas.

Priklausomai nuo to, ar atliekame kokybinę apklausą, ar kiekybinę, klausime konkrečius arba atvirus klausimus. Kokybinės apklausos duomenis bus gerokai sunkiau analizuoti. Pokalbis gali būti struktūriškai apibrėžtas ar neapibrėžtas. Struktūriškai apibrėžto interviu metu visų lankytojų klausime tų pačių klausimų. Struktūriškai neapibrėžti pokalbiai suteikia galimybę būti lankstesniems bei reikalauja tolimesnių paaiškinimų. Jei klausimas suteikia respondentui galimybę pasirinkti iš kelių konkrečių alternatyvų ar kategorijų, reikia kad visos jos būtų užrašytos ant kortelės, tuomet žmogui nereikės visų jų įsiminti prieš atsakant į klausimą. Pokalbius galima įrašinėti diktofonu (leidus respondentui) ir vėliau juos iššifruoti bei apibendrinti. Apklausą atliekantis darbuotojas turi stengtis neįtakoti respondento atsakymų.

Pokalbio metu galima naudoti ir kitus duomenų rinkimo būdus, kaip antai asmeninio suvokimo ar koncepcines schemas. Lankytojų prašome aprašyti, kokias asociacijas jiems sukelia parodos/muziejaus tema prieš ją aplankant (tema užrašoma schemas centre). Vėliau darbuotojas paprašo respondento paaiškinti bei išplėsti komentarus ir užrašo juos toje pačioje schemoje kitu rašalu. Kai respondentas apžiūri parodą/muziejų, jis atlieka įrašus ar taisymus schemoje (trečios spalvos rašalu), o tada atliekamas dar vienas trumpas interviu (jo metu darbuotojas užrašo atsakymus schemoje ketvirtos spalvos rašalu). Po to ši schema yra analizuojama, siekiant išsiaiškinti kaip pasikeitė žmogaus žinios, jausmai ir požiūris. Atsakymai yra koduojami ir skaičiuojami, tuo būdu kokybiniais duomenimis suteikiama kiekybinė išraiška. Suvokimo schemas gali būti naudojamos ir atliekant pradinį įvertinimą, norint išsiaiškinti, ką žmonės galvoja apie temą. Šiuo atveju nėra reikalo atlikti pakartotinę palyginamąją apklausą.

Pokalbio duomenys, priklausomai nuo pokalbių skaičiaus, gali būti analizuojami panaudojant kompiuterį arba betarpiškai.

Privalumai

Tinka formuojančiam ir apibendrinančiam vertinimui

Suteikia galimybę išsiaiškinti ir išbandyti

Klausimus galima pateikti iš anksto

*Labai informatyvu
Suteikia asmeninio kontakto galimybę
Užtikrina respondento privatumą*

Trūkumai

*Kad pokalbis būtų efektyvus, reikia, kad apklausėjas būtų patyręs
Pokalbiai ir duomenų analizė užima daug laiko (galima panaudoti programinę įrangą)
Gali būti nereprezentatyvi (priklauso nuo apklaustųjų skaičiaus)*

Tikslinės grupės

Tikslinių grupių metodas muziejuose taikomas palyginti neseniai, nors komerciniuose rinkos tyrimuose jis jau seniai nebe naujiena. Naudodami šį metodą gauname informaciją apie jausmus, pojūčius, idėjas ir patirtį – visus kokybinius duomenis. Tikslinę grupę sudaro nuo penkių iki 10 žmonių, kurie suburiami tam tikrai temai aptarti. Tai gali būti naujos parodos tema ar bendro pobūdžio muziejaus problema. Paprastai dalyviai vienas kito nepažįsta. Žmonės gali būti parenkami atsižvelgiant tai, kokią vartotojų grupę jie atstovauja. Tuomet rengiant programas ar parodas atsiranda galimybė atsižvelgti į šios grupės interesus ir poreikius. Grupės gali sudaryti šeimos, turistai, tam tikro amžiaus, lyties, ar etninės grupės atstovai. Jie jau gali būti užmezgę ryšį su muziejumi, bet gali ir nežinoti apie jį. Paprastai jiems bendrais bruožais papasakojama, apie ką bus kalbama (bet klausimų jie iš anksto negauna). Moderatorius veda giluminę diskusiją pagal tam tikras iš anksto numatytas gaires, kuriose nurodyta problematika ir galimi klausimai. Paprastai klausimai yra atviri. Siekiant išprovokuoti aktyvesnę diskusiją, dalyviams dažnai rodomi paveikslėliai ar daiktai. Dalyviams neprieštaraujant pokalbį galima įrašyti, nes tai palengvina analizę. Pokalbiai su tiksline grupe paprastai trunka nuo vienos iki dviejų valandų, dalyviai vaišinami užkandžiais ir gėrimais, galimas materialinis skatinimas, kartais padengiamos kelionės išlaidos.

Užsiėmimo su tiksline grupe įrašas gali būti iššifruotas. Nors tai užima daug laiko, bet yra patikimiau nei diskusijos užrašai. Atsakymai gali būti grupuojami pagal kategorijas ir analizuojami betarpiškai arba naudojant programinę įrangą, pvz., programą "Atlas".

Privalumai

*Lyginant su individualiais pokalbiais, taupesni laiko požiūriu
Gali būti naudojami visose vertinimų proceso stadijose
Užmezgamas asmeninis kontaktas
Gali suteikti informacijos apie bendras tendencijas
Gauname "svarių argumentų" ir citatų
Suteikia galimybę aptarti ir išplėtoti idėjas
Moderatorius gali klausti papildomai ir išsiaiškinti neaiškius atsakymus
Ugdo grupėje paramos, pareigos ir projekto dalininko jausmą
Galima įjungti kitus vertinimo metodus (pvz. asmeninio suvokimo schemas – žr. ankstesnį skyrelį)
Gali būti naudojamas derinant su kitais metodais, pvz. anketa, suteikiančia galimybę pasirinkti atsakymą iš kelių variantų*

Trūkumai

*Parengimas ir pravedimas užima nemažai laiko
Reikalauja koncentracijos
Reikalingas patyręs, objektyvus moderatorius
Reikia motyvuoti dalyvius pasiūlant jiems užkandžių/išlaidų kompensavimą/materialinį skatinimą*

*Nedidelis apklaustųjų skaičius
Reikalingi aiškiai mintis dėstantys dalyviai*

Stebėjimas ir fiksavimas

Šis metodas naudojamas vertinant parodas. Tai gali būti atliekama formaliai ir ne visai formaliai. Tyrimas suteikia kiekybinių duomenų: galima stebėti ir suskaičiuoti, kiek žmonių aplanko parodą per valandą. Tam tikrų lankytojų grupių stebėjimas gali parodyti, kiek laiko jie užtrunka parodoje ir kurios ekspozicijos dalys yra įdomiausios. Galima surinkti duomenis ir apie lankytojų judėjimą bei orientaciją, parodyti, kaip jie naudojami interaktyviais eksponatais. Lankytojų pasirinktas maršrutas ir praleistas laikas gali būti fiksuojamas parodos plane. Deja, šie metodai neatskleidžia priežasčių, kodėl lankytojas taip elgiasi. Galima padaryti lankytojų elgesio parodoje garso ir vaizdo įrašus, bet visada būtina gauti jų leidimą. Vėliau galima perklausti jų pokalbių įrašų ir juos išanalizuoti. Svarbu turėti aiškius kriterijus, kokiems tikslams mes stebime/fiksuojame, bet turime būti pasirengę ir netikėtoms reakcijoms, kurias taip pat būtina užfiksuoti. Siekiant susidaryti pilnesnį vaizdą apie lankytojų įgytą patirtį, šį metodą galima naudoti kartu su kitais informacijos rinkimo metodais. Tai gali būti puikus atspirties taškas tolimesniems vertinimams. Šis tyrimas gali padėti jums suformuluoti klausimus kitiems vertinimo būdams. Svarbu turėti konkretų stebėjimo ir fiksavimo turinio sąrašą.

Galima ir "palydėti" lankytojus, prisijungiant prie atskiro asmens ar grupės (gavus leidimą) jų aapsilankymo muziejuje metu ir stebėti (nedarant įtakos) jų sprendimus, sunkumus ir pozityvias reakcijas. Jei lankytojas yra vienas, paprašome jo mąstyti balsiai. Galima užsirašyti pastabas ir pažymėti maršrutą plane. Galima padaryti ir pokalbio garso įrašą. Po to atliekamas trumpas interviu su lankytoju, kurio metu sužinome pagrindinius demografinius duomenis.

Lankytojus galima skaičiuoti įvairiose muziejaus vietose tam tikrais laiko intervalais, o rezultatus atspindėti plane – šiuo būdu sužinosime, kur yra "karšti taškai" – populiariausios muziejaus vietos.

Rezultatus galime analizuoti patys arba pasitelkdami kompiuterį. Viskas priklauso nuo informacijos rinkimo sistemos.

Privalumai

Puiki proga pamatyti, kas iš tiesų vyksta parodose - koks pasirenkamas maršrutas, kiek laiko užtrunkama, kaip komentuojama, kokie populiariausi eksponatai

Galimybė užfiksuoti lankytojų elgesį, ne tik žodžius

Vykdytas nereikalauja ypatingos patirties (jei buvo sudarytas išankstinis stebėjimo turinio sąrašas), šiek tiek patirties reikia įvertinant pažinimą ir analizuojant duomenis

Naudinga darbuotojų mokymams (kad suvoktų ką patiria lankytojas)

Trūkumai

Daug laiko užima vykdymas ir analizė

Sunku būti nepastebimu – gali sudaryti nepatogumų lankytojams

Informacija gali būti klaidingai interpretuota - jūs nežinote, kodėl žmogus taip pasielgė

Neparodo, ar vyksta pažinimo procesas, nebent turime galimybę klausti papildomai

Atsiliepimų rinkimas

Atsiliepimų knygos paprastai padedamos ant stalo, kad lankytojai galėtų parašyti apie parodą tai, ką nori. Jūs galite panaudoti ir komentarų lentas, ant kurių lankytojai prisega savo atsiliepimus, kad juos galėtų perskaityti kiti. Šiuo atveju nesunku pašalinti netinkamus komentarus. Kartais, siekiant išsaugoti konfidencialumą, naudojamos dėžės komentarams surinkti. Bet žmonės mėgsta skaityti kitų lankytojų atsiliepimus. Nesvarbu, kokia sistema yra naudojama, būtina, kad darbuotojai laikytųsi procedūros reikalavimų ir atsižvelgtų į komentarus. Taip pat ir pildant anketas būtina lankytojiui pasiūlyti patogią, tylią vietą, kur jis galėtų parašyti atsiliepimą. Jei žmonės pareiškia norą užrašyti savo pavardę, adresą ir telefono numerį, vėliau galima su jais susisiekti. Galime išsiaiškinti abejonių sukėlusius teiginius, ar kontaktuoti dėl tolimesnių vertinimų, apklausti juos ar pakviesti į tikslinę grupę. Kai kuriais atvejais galima paskambinti žmonėms po ilgesnio laiko tarpo (pvz. po šešių mėnesių), kad sužinotumėm, ką jie atsimena iš apsilankymo muziejuje. Šie prisiminimai gali būti užrašomi ar perteikiami piešiniu, ir tai bus informacija apie apsilankymo muziejuje ilgalaikį poveikį. Kartais lankytojai nenori daug rašyti, arba nėra tikri, apie ką turėtų rašyti. Siekiant paskatinti juos, galima duoti pavyzdžių ar užduoti klausimą, į kurį jie atsakytų. Vaikus galima paskatinti komentarams panaudojant vaizdines priemones. Antai galima parodyti animacinio pobūdžio paveiksluką su "minties debesėliu" ir parašyti jį užpildyti. Lankytojų komentarus gali užrašyti ir parodą aptarnaujantys darbuotojai.

Komentarami gali būti grupuojami į kategorijas, tada analizuojami ir daromos bendros išvados. Analizė gali būti atliekama betarpiškai arba pasitelkiant kompiuterinę programą, pvz. "Atlas". Gali būti sudaromos tokios kategorijos: komentarai apie tam tikrus objektus ar išdėstymą, komentarai apie aprašus, komentarai apie priemones. Pasiremiant šiais duomenimis galima numatyti veiklos sritis.

Privalumai

Lengva parengti, bet reikia nemažai laiko komentarams perskaityti ir analizuoti
Suteikia kokybinių duomenų bendrai lankytojų nuomonei suvokti
Galima išgirsti smulkius ir konstruktyvius komentarus
Suteikia galimybę gauti kontaktinę informaciją tolimesnėms konsultacijoms
Gali būti ir anonimiški

Trūkumai

Komentuoja tik savo nuomonę norintys išsakyti lankytojai, todėl trūksta reprezentatyvumo
Kartais žmonės užrašo tik savo pavardę be jokių komentarų arba su minimaliu komentaru, pvz., "gerai".
Kai kurie žmonės mėgsta rašyti nešvankius atsiliepimus, todėl reikia redaguoti
Nelengva analizuoti – reikia susisteminti

Gairės klausimams

Klausimai turi būti paprasti, trumpi ir aiškūs
Klausimai turi būti lengvai suprantami
Klausimai turi būti nedviprasmiški
Klausimai turi būti nešališki
Klausimuose neturi būti prielaidų apie respondentą
Reikia vengti pagalbinių klausimų
Reikia vengti nemalonių respondentui klausimų
Jei klausimas leidžia pasirinkti alternatyvius atsakymus, būtina įtraukti visus galimus variantus

Užtikrinkite, kad atsakymai į klausimus suteiktų naudingos informacijos

Analizė

Užtikrinkite, kad bus užtektinai laiko duomenų analizei, interpretacijai ir apmąstymams.

Jūsų pasirinkti vertinimo metodai leido surinkti kokybinius ir/ar kiekybinius duomenis. Prieš pradėdami juos analizuoti svarbu prisiminti, kokie buvo pirminiai vertinimo studijos tikslai ir siekiai: ką jūs norėjote sužinoti? Peržiūrėkite užrašus, ką tuomet galvojote ir jautėte apie vertinimo procesą, prisiminkite savo pirmuosius išspūdžius. Dar kartą peržiūrėkite visus faktus, surinktus iš kitų šaltinių.

Dabar peržiūrėkite savo surinktus duomenis. Kokybinius duomenis sugrupuosite pagal kategorijas, atskirsite pozityvius komentarus nuo negatyvių, ar išskirstysite komentarus pagal konkrečius parodos ar darbo grupės elementus. Tai galite padaryti pasinaudodami specializuota kompiuterine programine įranga ar parengdami savo lenteles bei pasinaudodami paprasta skaičiuokle. Gali būti patogų nusikopijuoti duomenis ir ant jų su specialiu žymekliu pabraukti svarbias citatas. Pažymėkit tuos dalykus, dėl kurių respondentų nuomonė sutampa ir tai, dėl ko nuomonės skiriasi. Išskirkite reikšmingus žodžius ir frazes. Užsirašykite temas, iškilusias diskusijų metu. Pažiūrėkite, ar nėra šabloniškų atsakymų. Pažymėkite viską, kas jus stebina ar smarkiai skiriasi nuo visų kitų duomenų. Palyginkite duomenis su pirminiais tikslais. Užsirašykite esminius dalykus ir parinkite po būdingą citatą jiems iliustruoti. Nereikia nurodyti, kas konkrečiai tai pasakė. Palyginkite gautus duomenis su kita surinkta informacija.

Svarbu iš anksto suplanuoti, kaip jūs analizuosite kiekybinius duomenis, nes nuo to priklausys, kaip kelsite klausimus. Pristatydami duomenis, įtraukite ir tokias detales - į kiek žmonių buvo kreiptasi ir kiek jų atsakė į klausimus. Galite pristatyti duomenis procentais. Po to galite padaryti bendrą suvestinę ar po suvestinę kiekvienam klausimui. Užsitikrinkite, kad turite teiginius, pagrindžiančius duomenis kiekvienu klausimu.

Gali būti naudinga apžvelgti visą vertinimo procesą ir surinktus duomenis. Duomenų apžvalgai parengti būtų naudinga atlikti vadinamąją SWOT (looking at strengths, weaknesses, opportunities and threats) analizę, kurios metu išskiriamos stipriosios ir silpnosios pusės, parodomos galimybės ir grėsmės. Pamažytikite, ar nėra ko nors, kas galėtų turėti ilgalaikį poveikį, kurį galima būtų įvertinti vėlesnėje tyrimų stadijoje.

Gali būti labai naudinga pateikti raštišką vertinimų proceso ataskaitą, net ir trumpą reziumė. Pagalvokite, kas skaitys jūsų ataskaitą, ir pritaikykite jos turinį skaitančiųjų reikmėms. Ataskaita gali būti panaudota ruošiant prezentaciją akcininkams. Joje turi būti situacijos apžvalga, reikalinga vertinimų studijai; detalūs tikslai ir siekiai; projekto pagrindimas; informacija apie metodologiją, surinktų duomenų suvestinė (surinktus duomenis galima pateikti priede prie ataskaitos); projekto apžvalga, išvados ir rekomendacijos.

Etikos gairės

Visais atvejais turite elgtis profesionaliai

Informuokite dalyvius apie tyrimo tikslą, priežastis, lemiančias jų dalyvavimo reikalingumą, ir kaip bus panaudota informacija.

Informuokite lankytojus, kad muziejuje vykdomas stebėjimas ir vertinimas.

Būkite sąžiningi, aiškindami apie sprendimus ribojančius veiksnius (pvz. erdvė, laikas, darbuotojai, biudžetas), kad pasiūlymai būtų realistiški, nesukeltų nepagrįstų vilčių.

Prieš fotografuodami ir darydami vaizdo ar garso įrašus, paprašykite lankytojų sutikimo.

Užtikrinkite, kad pasirinktieji metodai neriboja atsakymų, neįtakoja respondento atsakymų.

Naudokite keletą metodų, kad nebūtumėte per daug priklausomi nuo vienos rūšies duomenų.

Venkite nuorodų į konkretų individą baigiamojoje apžvalgoje.

Venkite nepagrįstų teiginių apie metodų efektyvumą ar rezultatus.

Siekite, kad lankytojų studijos taptų sudėtinė ilgalaikės, vadovybės remiamos strategijos dalimi ir užtikrinkite, kad studijų išvados būtų panaudotos darbe.

Šaltinių sąrašas

Bicknell, Sandra and Farmelo, Graham (ed.), **Museum Visitor Studies in the 90s**, Science Museum (1993).

Borun, Mindy and Korn, Randi (ed.), **Introduction to Museum Evaluation**, American Association of Museums (1999).

Diamond, Judy, **Practical Evaluation Guide: Tools for Museums and Other Informal Educational Settings**.

Durbin, G. (ed.), **Developing Exhibitions for Lifelong Learning**, HMSO/GEM (1996)

Falk, J.H. & Dirking, L. **The Museum Experience**, Wholesale Books (1992).

Hooper-Greenhill, Eilean, **Museums and Their Visitors**.

Hooper-Greenhill, Eilean (ed.), **The educational Role of Museums**.

Miller, Judy, **A Journey of Discovery: Children's Creative Participation in Planning**, Save the Children (1999).

Milman, Anne (McCann Mathews Millman) **Prove It! A practical Guide to Market Research for Museums and Visitor Attractions**, Commissioned by Bedfordshire Museums Hertfordshire Museums South Eastern Museums Service (1999).

Museum Practice, issue 21, volume 7, No. 3, p.p. 53-73 (2002).

www.visitors.org.uk

Jungtinės Karalystės Lankytojų studijų grupės interneto svetainė, kurioje yra studijų pavyzdžių, praktinių patarimų ir konsultantų sąrašas.

www.visitorstudies.org
www.amol.org.au/evrsig

JAV Lankytojų studijų asociacijos interneto svetainė.
Australijos interneto svetainė, kurioje yra lankytojų studijoms
ir vertinimams naudingų straipsnių ir praktinių patarimų.

www.amonline.net.au/amarc/faq

Australijos muziejų lankomumo tyrimų centro interneto
svetainė, kurioje rasite šaltinių, kuriuos galėsite kopijuoti.

www.inspiringlearningforall.gov.uk

Jungtinės karalystės interneto svetainė, kurioje rasite
informacijos, kaip sukelti susidomėjimą mokymusi
muziejuje bei ją įvertinti. Yra archyvai ir biblioteka, kai
kuriuos šaltinius galima kopijuoti.

www.evaluationforall.org.uk

Škotijos meno tarybos interneto svetainė, kurioje rasite
informacijos apie vertinimo proceso metodiką.